

- *Materiale divulgativo di volume di:* Trevisani, Daniele (2005). **Negoziatore Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.
- *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*
-



Fonte:

- ➔ Trevisani, Daniele (2005). **Negoziatore Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano. Cap. 1
- ➔ Articolo a cura di www.studiotrevisani.it Ricerca e Consulenza in Comunicazione e Management
-

Memetica aziendale: da dove arrivano le nostre idee, come entrano in azienda, e i nostri tentativi per farle sopravvivere

Una vita sana (personale ma anche aziendale) richiede consapevolezza di quali credenze, valori o insegnamenti stiamo mettendo in pratica, e soprattutto riconosce il fatto che essi sono stati acquisiti dall'acculturazione, sono stati assimilati dall'ambiente circostante - dalla famiglia alla scuola alla religione - sono "entrati" ed il soggetto stesso ne è impregnato.

Gli esseri umani sono pieni di "memi"¹, di tracce mentali, idee, credenze, apprese dagli altri esseri umani (*face-to-face*) o da fonti mediate. Anche le aziende sono piene di "idee" o "tracce mentali" spesso subite più che costruite.

La **memetica** – come nuova disciplina nel panorama delle scienze sociali - si occupa di come le idee o "memi" si trasmettono da persona a persona, da gruppo a gruppo, al pari di come la genetica si occupa della trasmissione dei geni e dei patrimoni ereditari.

Le idee di cui ciascuno di noi è portatore sono state apprese da qualcuno (in larga parte), e noi stessi le abbiamo in parte modificate, divenendo portatori di memi. Chi ha portato queste idee dentro di noi? Chi le ha portate nell'azienda? Come si sono diffuse? Chi ne è portatore sano? Sono tutte buone o alcune di queste sono virus dannosi?

Non appena due culture si incontrano, scopriamo che i nostri memi sono diversi da quelli altrui, ma in termini "riproduttivi" cerchiamo di replicare i nostri piuttosto che di accettare quelli degli altri.

Al centro della negoziazione interculturale non c'è solo la questione di chi "abbia ragione" sui dettagli, ma addirittura **il tentativo di far sopravvivere i propri "memi"**, di riprodurre la propria visione delle cose, a volte di imporla. Questo comportamento dal punto di vista etologico, dell'"animale umano", è normale, risponde ai principi di conservazione della specie.

Come ogni essere animale cerca di riprodurre i propri geni, l'essere sociale cerca di riprodurre le proprie idee ("memi") e di trasmetterle ad altri.

Il concetto di "memetica" (espresso da diversi scienziati) si presta bene a studiare come le idee si trasmettono da persona a persona, da gruppo a gruppo, al pari di quanto fa la "genetica" con la trasmissione e replicazione dei geni.

La negoziazione interculturale non consiste solo in un incontro tra posizioni diverse nei dettagli, ma nello scontro tra soggetti portatori di una "memetica" diversa, di una "genetica culturale" o patrimonio personale diverso.

Esiste quindi una prima forte consapevolezza che rende il negoziatore interculturale più efficace: la consapevolezza della propria cultura, dei propri "memi" attivi.

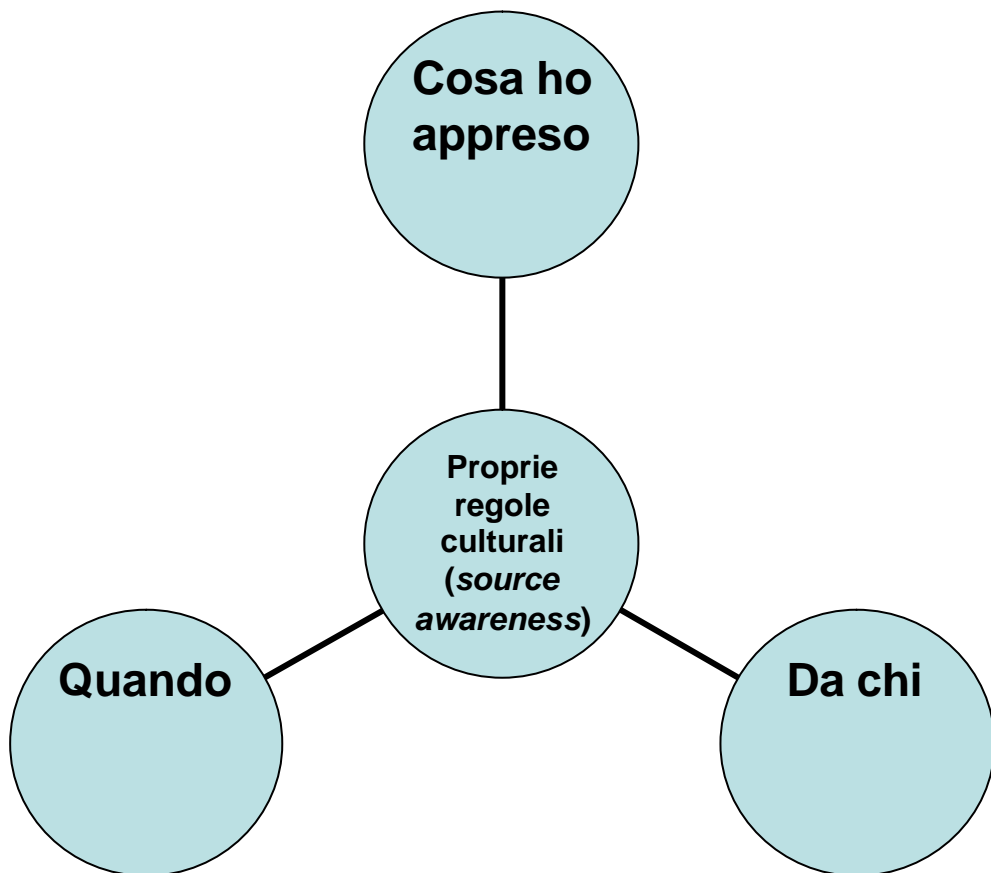
¹ Per il concetto di "mema" e di "memetica" vedi ad esempio: Downes, Stephen (1999), "Hacking Memes", in: *First Monday*, volume 4, number 10 (October 1999), URL: http://firstmonday.org/issues/issue4_10/downes/index.html
Gabora, Liane (1997), "The Origin and Evolution of Culture and Creativity", in: *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, 1.

➤ *Materiale divulgativo di volume di: Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali.** Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.*

➤ *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*

Questa consapevolezza non significa rifiuto e non deve produrre automaticamente rifiuto di quanto appreso culturalmente, ma solo e semplicemente consapevolezza di quanto appreso (cosa), delle fonti (da chi), e della storia dei propri apprendimenti (quando).

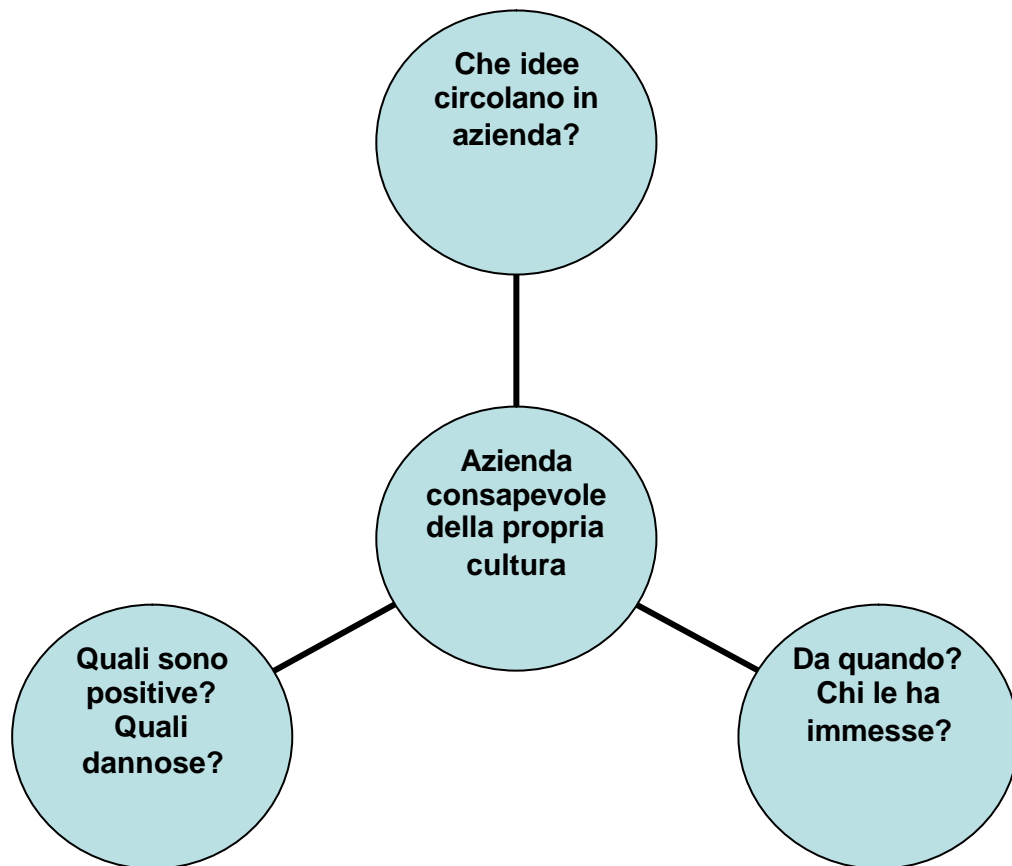
Fig. 1 - Fattori principali della *Cultural Source Awareness* personale



➤ *Materiale divulgativo di volume di: Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.*

➤ *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*

Fig. 2 - Fattori principali della *Cultural Source Awareness* aziendale



- *Materiale divulgativo di volume di: Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.*
- *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*
-

Esercitazione di riconoscimento di alcune fonti della propria cultura personale e aziendale

L'analisi viene svolta su più piani.

- Sul piano generale del proprio apprendimento e acculturazione. Es:
 - Che cosa ti hanno insegnato in famiglia, come valori di base, apertamente o con l'esempio?
 - E, in azienda: quali sono le idee circolanti?
 - Quali sono le correnti dominanti?
 - Chi ne è portavoce?
 - Chi le ha immesse, da quando?
 - Quali sono da mantenere, quali sono dannose?
 - Quali sono salde? Quali applicate saltuariamente?
 - A quali aderisci incondizionatamente?
 - Quali trovi deleterie e cambieresti?
- Sul piano di comportamenti e azioni specifiche. Es:
 - (per un commerciale) da chi hai imparato a vendere?
 - cosa ti hanno insegnato, che valori ti hanno trasmesso, come sei stato "impostato"?
 - Per qualsiasi manager: Qualcuno di ha insegnato a rilassarti, a pensare dall'alto? Che orientamento verso il tempo hai assorbito? Un pensiero di lungo periodo o di breve periodo? chi ti ha dato esempi da cui hai assimilato qualcosa? Quanto ne sei consapevole?