

Il linguaggio aziendale in Giappone

L'importanza di conoscere la lingua giapponese
in un contesto professionale

REDATTO DA:

Andrea Spedale – Business Development Analyst in JIYO



Mondo Internazionale
Associazione culturale
Gallarate, Via Marco Polo 31 21013 - VA, Italia
C.F. 91071700123
P.IVA 03727710125

Mail: segreteria@mondointernazionale.com

ABSTRACT

In questo breve *excursus* sul giapponese per il business, verranno presentate alcune delle caratteristiche della lingua che viene utilizzata quotidianamente nel mondo del lavoro in Giappone, con un particolare focus sui nomi delle cariche aziendali, sui diversi registri linguistici di cui si compone la lingua giapponese e su alcuni esempi di espressioni tipicamente utilizzate in azienda. Lo scopo principale è quello di mettere in evidenza quanto sia fondamentale essere a conoscenza di queste e di tutte le altre peculiarità del linguaggio business in Giappone, ovviamente diverso da quello in uso nel nostro Paese, per mettere in atto una comunicazione professionale efficace.

Il linguaggio aziendale in Giappone

In Giappone, più che in altri paesi del mondo, l'uso corretto del linguaggio è senza dubbio una condizione necessaria per l'instaurare e il coltivare rapporti ai vari livelli dei contesti sociali in cui quotidianamente si è inseriti. Per questa ragione, soprattutto per chi proviene da un paese diverso – come, ad esempio, l'Italia –, è indispensabile non solo avere un'idea generale, bensì anche conoscere piuttosto a fondo parole ed espressioni che vengono utilizzate dai giapponesi per comunicare.

Particolarmente intriso di regole e convenzioni linguistiche è sicuramente il linguaggio aziendale, tant'è che anche nello studio della lingua e della cultura giapponese a livello accademico stanno prendendo sempre più piede interi corsi o singoli moduli sul giapponese per il business, anche in Italia.¹ In questa breve trattazione, si procederà invece a menzionare soltanto alcuni aspetti esemplificativi che possano chiarire a grandi linee la complessità e, dunque, l'enorme importanza del linguaggio business in Giappone.

Prima di iniziare a parlare prettamente di comunicazione verbale a livello aziendale, risulta interessante citare un aspetto che è comunque strettamente legato all'argomento al centro di questa analisi, ossia ciò che in giapponese prende il nome di *kaisha no soshiki* (会社の組織, lett. "organizzazione dell'azienda"), e in particolare i vari ruoli che vengono ricoperti in un'impresa. La forte gerarchizzazione della società giapponese si riflette, infatti, anche nel contesto aziendale, rendendo soprattutto le grandi compagnie profondamente strutturate al loro interno, con ruoli di responsabilità via via maggiori, a cui ovviamente corrispondono diciture diverse: dai più bassi *shunin* (主任) e *kakarichō* (係長), ovvero, rispettivamente, il capo di un'unità di lavoro e il capufficio, si arriva fino ai livelli più elevati della gerarchia aziendale, dove si collocano il *kaichō* (会長), ossia il *chairman*, e subito sotto il *shachō* (社長), cioè il *chief executive officer*, il quale ha un ruolo più operativo rispetto al *kaichō*, che invece presiede il CdA. La ragione che sta alla base

¹ A tal proposito, si possono menzionare, ad esempio, il corso di Trattativa commerciale al terzo anno del corso di laurea triennale in Lingue, culture e società dell'Asia e dell'Africa mediterranea (curriculum: Giappone) presso l'Università Ca' Foscari di Venezia – per il quale, peraltro, è stato pubblicato nel 2019 da Hoepli il manuale *Giapponese per il Business* della prof.ssa Marcella Mariotti –, nonché le unità didattiche di Lingua giapponese I e II presso l'Università degli Studi di Milano incentrate sulla traduzione di testi di argomento economico e sulle linee guide da seguire nel contesto aziendale giapponese.

dell'importanza di conoscere bene la terminologia adeguata anche a livello di cariche aziendali risiede nel fatto che, a differenza dell'Italia, dove per rivolgersi a un superiore si ricorre ad appellativi generici, quali “capo” o “direttore”, in Giappone è obbligatorio l'uso dell'intera dicitura (quindi, ad esempio, *kaichō* o *shachō*), anche per il semplicissimo fatto che *-chō* (～長), utilizzato spesso nelle parole che indicano ruoli di responsabilità, non è altro che un suffisso, a cui quindi deve essere necessariamente aggiunta una parte che completi il termine.

Parlando, invece, più propriamente di linguaggio aziendale, è sicuramente fondamentale innanzitutto fare una precisazione sui vari registri linguistici che esistono nella lingua giapponese. A seconda della relazione che intercorre tra i due interlocutori coinvolti nello scambio comunicativo, si possono utilizzare ben quattro diversi livelli di formalità/rispetto, che prendono il nome di *futsūtai* o *futsūgo* (普通体 o 普通語), *teineigo* (丁寧語), *sonkeigo* (尊敬語) e *kenjōgo* (謙譲語). Il *futsūtai*, o “forma normale”, è il registro che viene utilizzato in contesti confidenziali, quindi ad esempio in famiglia o con gli amici. Il *teineigo*, “linguaggio di cortesia”, è invece caratterizzato da un maggior grado di gentilezza ed è, dunque, tipico di situazioni comunicative in cui i due parlanti o scriventi sono legati da un rapporto meno confidenziale. Le due forme rimanenti, ovvero *sonkeigo* e *kenjōgo*, sono, per così dire, due facce della stessa medaglia, chiamata *keigo* (敬語), la quale, appunto, si divide in *sonkeigo*, il “linguaggio di rispetto”, e in *kenjōgo*, il “linguaggio di umiltà”. Sebbene fondamentalmente sia soltanto l'interlocutore inferiore ad utilizzare entrambe le forme, esiste una differenza tra le due, che risiede nel fatto che la prima vada usata per parlare con oppure di un superiore, mentre ci si serve della seconda quando, interloquendo con qualcuno che occupa una posizione gerarchicamente più elevata della propria, si parla di sé stessi. Ad esempio, nelle frasi *shachō wa supōtsu wo nasaimasu* (社長はスポーツをなさいます) e *watashi wa supōtsu wo itashimasu* (私はスポーツをいたします), che significano rispettivamente “il presidente pratica sport” e “io pratico sport”, la forma verbale impiegata, che in *futsūtai* sarebbe *suru* (する), diventa *nasaimasu* in *sonkeigo* e *itashimasu* in *kenjōgo*, proprio perché nel primo esempio il soggetto è *shachō*, dunque il presidente, e nella seconda è *watashi*, cioè io. Siccome in Giappone, come accennato all'inizio di questa trattazione, è particolarmente importante il modo in cui ci si esprime o, per meglio dire, il rispetto delle categorizzazioni gerarchiche, che sono

piuttosto visibili, come si è appena potuto vedere, anche nel linguaggio, risulta fondamentale essere a conoscenza delle convenzioni linguistiche a cui si è soliti ricorrere nella lingua di tutti i giorni e, ancor più, in contesti professionali.

Oltre che dalla distinzione tra i vari registri linguistici di cui si compone la lingua giapponese, il linguaggio relazionale utilizzato in Giappone è anche caratterizzato da una serie di espressioni che è importante conoscere per esprimersi e comprendere il proprio interlocutore al meglio in situazioni estremamente formali come, ad esempio, quelle che ruotano attorno al mondo del lavoro. Caratteristica peculiare di queste formule linguistiche è, senza dubbio, la lunghezza: esse, infatti, possono essere anche piuttosto lunghe e, in generale, vale la regola per cui più sono sviluppate in lunghezza, più sono cortesi. Qui di seguito possiamo analizzare qualche esempio di espressioni, per così dire, “fisse”, utili anche in azienda: *taihen mōshiwake gozaimasen* (大変申し訳ございません), ossia “mi dispiace molto”; *itsumo osewa ni natte orimasu* (いつもお世話になっております), ovvero “grazie per la Vs. solita collaborazione”; *shitsurei itashimasu* (失礼いたします), cioè “a risentirLa”. Osservando questi esempi, è possibile notare che tutte e tre sono accomunate dall’uso del *keigo*, presente in *gozaimasu* (corrispettivo della copula *desu*, です), *orimasu* (che corrisponde a *imasu*, います, in *teineigo*) e nella già vista *itashimasu*. Ciò, dunque, serve per rimarcare l’importanza di conoscere anche il linguaggio onorifico e di umiltà, utilizzati in larga misura nel contesto di lavoro. Altra considerazione degna di nota sui suddetti esempi in merito al registro formale è l’uso del prefisso *o-* (ad esempio, in *osewa*) – che, in alcune parole, soprattutto di origine cinese, è sostituito da *go-*, il quale serve a trasformare la parola a cui si lega nella sua versione più onorifica e si utilizza solamente nel caso in cui la parola in questione abbia a che fare con l’interlocutore: per questa ragione, si dirà *onamae wo shirimasen* (お名前を知りません), cioè “non so il Suo nome”, mentre è scorretto dire **onamae wa Tanaka desu* (*お名前は田中です) per dire che il proprio nome è Tanaka.

Seppur sia difficile cercare di comprimere un tema così ampio in poche pagine, è comunque possibile avere un’idea abbastanza chiara di quanto la lingua giapponese, soprattutto in un contesto business, sia estremamente composita e necessiti, perciò, una conoscenza approfondita delle sue strutture oppure di un lavoro di mediazione che sia in

grado di restituire al meglio tutte le variabili che intercorrono in uno scambio comunicativo con giapponesi.

Bibliografia

MARCELLA MARIOTTI (2019) – *Giapponese per il Business*, Ulrico Hoepli Editore, Milano.

TSURUO TOSHIKO (2014) – *Minna no nihongo: Giapponese elementare II, Traduzione e Note grammaticali – Italiano*, 3A Corporation, Tokyo.