



A cura di Natascia Leonardi
e Antonella Nardi

**Linguistica e comunicazione d'impresa.
Linguaggi e competenze**

**Linguistics and business communication.
Languages and competences**

**Linguistik und Unternehmenskommunikation.
Sprachen und Kompetenzen**



Linguistica e comunicazione d'impresa.
Linguaggi e competenze

Linguistics and business communication.
Languages and competences

Linguistik und Unternehmenskommunikation.
Sprachen und Kompetenzen

a cura di Natascia Leonardi
e Antonella Nardi

eum

Volume pubblicato con il contributo della Sezione di Linguistica Letteratura e Filologia del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Macerata.

ISBN 978-88-6056-579-2

Prima edizione: settembre 2018

©2018 eum edizioni università di macerata

Centro Direzionale, via Carducci snc – 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://eum.unimc.it>

Impaginazione: Alessandra Rossi

Il presente volume è stato sottoposto a *double blind peer review* secondo i criteri di scientificità previsti dal Regolamento delle eum (art. 8) e dal Protocollo UPI (Coordinamento delle University Press Italiane).

Indice

- Francesco Adornato
VII Prefazione
- Natascia Leonardi, Antonella Nardi
1 Linguaggi e competenze nella comunicazione d'impresa.
Una panoramica introduttiva
- Paola Nicolini
13 Quando dire è fare negoziazione: strategie linguistiche
per la conduzione dei conflitti
- Natascia Leonardi
29 Conoscenza e terminologia nella comunicazione d'impresa
- Jan Engberg
53 PR, trust and linguistic methods: How modern approaches
to meaning can help companies assess their presented image
- Markus Nickl
71 Technische Redaktion – Linguistik im Einsatz
- Ulrike Kaunzner
85 Internationale Rhetorik – eine Grundkompetenz erfolg-
reicher Unternehmenskommunikation heute
- Elena Cedrola, Giulia Fantini, Stefania Masè
105 Cultural distances, linguistic differences, and marketing:
what challenges?

- Antonella Nardi
129 Immagine d'impresa e specificità culturale. I *realia* nella biografia di Enrico Loccioni e la loro traducibilità in tedesco
- Maria Paola Palermi, Alexander Rocca Rohm, Francesca Spigarelli
155 Lingua e comunicazione: la prospettiva delle imprese
- Doris Höhmann
169 Strumenti e risorse web per la comunicazione d'impresa bi- e plurilingue
- Eleonora Marasca
187 The strategic role of websites in Business Communication. Examples of two Italian companies aiming to reach the German market
- 203 Note biografiche
- 207 Indice dei nomi

Nataschia Leonardi

Conoscenza e terminologia nella comunicazione d'impresa

Within technical-scientific domains terminology has the function of representing and communicating specialized knowledge with precision and consistency. But the use of terms is also influenced by the different situations and communicative purposes which coexist in the same specialized domain. An effective terminology management has to take into consideration the tension between the need to regulate the use of terms and the need to provide information on possible variations and irregularities, as these can be functional to knowledge and communicative purposes.

Here the application of terminological theories to the complex reality of business communication is considered from the point of view of linguistics and terminology, with special focus on knowledge management and the way in which it is conceived and organized both in terminological and business practices. The centrality of knowledge management and its principles bridge the two domains and allow an interpretation of terminology not simply as instrumental to business communication but as an integral part of business management.

1. *Introduzione*

La terminologia, ovvero l'insieme delle unità lessicali di un dominio tecnico o scientifico¹, condensa in sé le componenti fondamentali del sapere specialistico: quella linguistica che

¹ I campi applicativi legati alle diverse attività pratiche e quelli appartenenti più precipuamente all'area teorica delle discipline scientifiche e accademiche saranno qui indicati rispettivamente con il binomio utilizzato convenzionalmente, vale a dire 'tecnico' e 'scientifico', quest'ultimo include anche l'ambito spesso designato come 'accademico'.

viene attivata nella comunicazione, la componente concettuale che risulta, a sua volta, dall'astrazione della conoscenza referenziale, incentrata sulla realtà tecnico/scientifica. Sebbene la comunicazione specialistica non coincida con il solo costituente lessicale, quest'ultimo riveste un ruolo fondamentale in relazione sia al piano della trasmissione sia a quello della formazione del sapere, in quanto rappresenta l'aspetto più evidente di correlazione tra lingua e oggetto della conoscenza e del discorso.

La terminologia ha lo scopo di favorire la trasmissione precisa e immediata dei concetti di un dominio specialistico, in prospettiva intra- e interlinguistica. Tuttavia, la presenza di diverse situazioni e finalità comunicative all'interno di uno stesso ambito favorisce la variabilità terminologica e determina la necessità di gestirla in maniera ottimale.

Dunque, l'attenzione che i terminologi dedicano all'elaborazione di teorie di analisi e rappresentazione terminologica è diretta a ottimizzare la coesistenza delle necessità diverse ma complementari di regolamentare l'uso dei termini e di accogliere e descrivere le loro variazioni e irregolarità per organizzare in modo efficace le modalità di gestione terminologica nella pratica comunicativa specialistica. Questi aspetti sono particolarmente rilevanti nell'applicazione delle teorie terminologiche alla realtà articolata della comunicazione d'impresa, nella quale le conoscenze e le applicazioni linguistiche si coniugano con quelle tipiche del contesto aziendale.

In questo lavoro la prospettiva di osservazione è quella linguistica, e terminologica, quindi esso prende avvio da una introduzione delle caratteristiche della terminologia che sono funzionali alla considerazione delle sue applicazioni nella realtà della comunicazione d'impresa. Particolare attenzione viene dedicata alla coesistenza di due approcci distinti ma complementari, quello descrittivo e quello prescrittivo (§ 2.). Nei paragrafi successivi si approfondiscono gli aspetti relativi all'importanza della terminologia nell'impresa (§ 3.) in relazione ai distinti ambiti di applicazione delle competenze dei professionisti del settore. Vengono trattate anche le problematiche relative a una consapevolezza non pervasiva nelle diverse tipologie

di impresa dell'utilità che possono avere i servizi terminologici; a questo scopo vengono esaminati alcuni studi compiuti da organizzazioni che operano nel settore linguistico e terminologico (§ 3.1). Infine, viene affrontata la gestione della conoscenza quale nodo centrale nella relazione tra le discipline linguistiche e quelle aziendali, anche attraverso la considerazione degli strumenti organizzativi che accomunano la Terminologia² e la gestione dell'impresa (§ 3.2).

2. *La Terminologia: aspetti teorici e riflessi applicativi*

Con 'terminologia' ci si può riferire a realtà differenti (Sager 1990, 3), dunque, un preliminare chiarimento terminologico e metodologico è necessario per specificare che qui il termine viene usato prevalentemente per indicare l'inventario lessicale di uno specifico settore, vale a dire l'insieme dei 'termini' di un dominio tecnico o scientifico. Poiché il presente studio non si incentra su problematiche teoriche relative ai principi della Terminologia come disciplina e per favorire la coerenza terminologica con gran parte delle fonti utilizzate, si preferisce l'uso della designazione 'termine' sebbene ritenuta meno precisa di quella introdotta e argomentata altrove (Leonardi 2009, 40-41; Leonardi 2016, 130-131) come 'Unità di Conoscenza Terminologica (UCT)'/ 'Terminological Knowledge Unit (TKU)'. Pertanto, in questa sede, 'termine' sarà usato come sinonimo di UCT, designazione coniata per sottolineare l'articolazione intrinseca di unità nelle quali confluiscono, in stretta interazione, la componente linguistica, mentale e quella referenziale³.

La triplice articolazione della terminologia, vale a dire la coesistenza delle componenti referenziale, concettuale e linguistica,

² L'iniziale maiuscola verrà utilizzata per distinguere graficamente la 'Terminologia' in quanto disciplina dalla 'terminologia' quale inventario di termini. Questa pratica verrà estesa anche alle altre discipline menzionate.

³ Queste unità possono subire variazioni e modificazioni sia nella forma linguistica che nel contenuto concettuale, ad esempio in relazione alla dimensione spaziale, cronologica, di paradigmi e correnti teoriche di riferimento, stilistica, cognitiva, etc.

stica, stabilisce a un tempo un legame diretto rispettivamente con le realtà specialistiche (teoriche e applicative), la conoscenza tecnico/scientifica e il piano linguistico, che interagisce con quello della realtà esperienziale e dell'acquisizione e comunicazione del sapere. Poiché la *facies* linguistica ha anche profonde implicazioni pragmatiche e culturali, la natura della terminologia appartiene a pieno titolo alla dimensione della complessità dei fatti di lingua (Gotti 1991; Cabré 1999; Temmerman 2000; Faber 2012; Gualdo/Telve 2012).

Questa interpretazione della terminologia, che pone il lessico specialistico sullo stesso piano di quello generale delle lingue naturali, coesiste con una visione più 'tradizionale', orientata alla sistematizzazione della terminologia con la finalità di migliorare la comunicazione tra specialisti attraverso la precisione e l'univocità dei termini (Wüster 1991). Tale intento è all'origine della Terminologia come disciplina e a lungo ha favorito la considerazione degli inventari terminologici quali meri componenti del segmento prettamente 'tecnico' della comunicazione, ritenuto un ambito della lingua sottoposto a una rigida regolamentazione, o perfino a una sostanziale formalizzazione, in quanto la comunicazione tecnica e quella specialistica sarebbero legate esclusivamente alla funzione referenziale (o informativa) dei testi (Korning Zethsen 1999, 66-68).

Una interpretazione classica della terminologia la identifica, infatti, con le nomenclature, ovvero con l'inventario di quelle che sono considerate delle costruzioni lessicali pressoché artificiali, in quanto hanno origine da una semplificazione del rapporto tra contenuto ed espressione delle unità linguistiche dedicate a comunicare i concetti specializzati tra 'addetti ai lavori'. Questa visione della terminologia può essere ricondotta a una considerazione parziale delle problematiche articolate del lessico specialistico, orientata al raggiungimento di un ideale perfezionamento della trasmissione di conoscenza e ispirata alla normalizzazione terminologica. Infatti, da un lato, è vero che i termini mirano a soddisfare l'ideale di una comunicazione chiara e non ambigua dei concetti di un dominio specialistico e, per ottenere questo scopo, le unità di conoscenza dovrebbero essere strutturate in modo da permettere una corri-

spondenza precisa e univoca tra il piano dell'espressione linguistica e quello del contenuto concettuale, assunto come condiviso dalla comunità degli specialisti (Felber 1984; Picht/Draskau 1985). Questi assunti orientano la Terminologia verso un'impostazione normalizzatrice, volta a regolamentare in maniera precisa il rapporto che altrimenti è tendenzialmente fluido e instabile tra designazione e contenuto semantico/concettuale (Wüster 1991). D'altro canto, è un dato di fatto che l'esigenza di una normalizzazione linguistica ha origine proprio dalla constatazione che la lingua, anche quella in uso nella comunicazione specialistica, non si presenta come una entità rigidamente regolata ma piuttosto come una realtà soggetta a naturali variazioni dovute alla relazione che ha con l'articolata struttura extralinguistica, che ne influenza le caratteristiche anche nei contesti specialistici. L'approfondimento e la valorizzazione di questa dimensione dei linguaggi specialistici sono alla base degli studi e delle applicazioni elaborate dai più recenti filoni di ricerca sulla Terminologia, specialmente quelli orientati alla comunicazione interlinguistica (Cabré 1999; Temmerman 2000; Faber 2012).

Infatti, nello studio e nell'elaborazione di modelli di rappresentazione della terminologia, la finalità che li guida è un aspetto rilevante ai livelli teorico e metodologico. La tensione tra due aspetti opposti e complementari della Terminologia – cioè l'esigenza di regolamentazione terminologica e quella di descrizione dell'inventario lessicale effettivamente usato dagli specialisti – rappresenta un punto centrale anche nella riflessione sulla realtà e le modalità di rappresentazione del lessico nei diversi contesti tecnico/scientifici, e lo è anche in quello della comunicazione specialistica correlata al suo uso nelle attività dell'impresa che qui viene presa in esame (cfr. § 3.).

3. La terminologia tra conoscenza linguistica e conoscenza di dominio

Nel quadro della comunicazione specialistica alla terminologia è stato tradizionalmente riconosciuto un ruolo primario

rispetto alle altre componenti della lingua e dell'interazione comunicativa, quali la costruzione del testo e del discorso (Schubert 2011). Questo avviene come conseguenza del fatto che le funzioni di rappresentazione e trasmissione della conoscenza vengono attribuite principalmente alla terminologia (Cabr  1997, 54-55; cfr. § 3.2). Infatti, il lessico detiene questo ruolo in maniera immediata e diretta, quale esito della sua relazione privilegiata con gli elementi che costituiscono la realt  e la sua strutturazione nelle rappresentazioni mentali e dunque in quelle linguistiche.

Le diverse realt  specialistiche necessitano di corrispettivi linguistici che consentano alla comunit  interessata di trasferirle sul piano verbale affin  vengano comunicate in modo chiaro, diretto e privo di possibili ambiguit . Gli specialisti che operano a vario titolo nei diversi settori disciplinari e/o in quelli tecnico/applicativi acquisiscono e utilizzano il linguaggio e le modalit  comunicative che caratterizzano il proprio ambito, e ci  avviene spesso grazie alla pratica e, dunque, anche in assenza di una preparazione specificamente orientata alle problematiche linguistiche (cfr. Chiocchetti 2011, 12)⁴. Tuttavia, l'uso dei linguaggi specialistici appresi esclusivamente attraverso la pratica lavorativa non rappresenta una base in grado di favorire la corretta comunicazione dei contenuti, se   privo di un solido supporto di formazione specialistica che garantisca la consapevolezza relativa alle lingue e al loro utilizzo specialistico e la conseguente sistematizzazione delle competenze comunicative da parte degli utenti. D'altro canto, gli specialisti della comunicazione – tra questi possiamo citare i traduttori, i terminologi, i redattori tecnici – possiedono specifiche competenze linguistiche che possono tradursi in efficaci strategie per il trasferimento di informazioni e della conoscenza, ma queste figu-

⁴ Il crescente bisogno di formazione nel settore della comunicazione da parte delle figure professionali che operano in diversi settori dell'impresa (Schnurr 2013, 21), pu  essere letto come un indice della mancanza nei professionisti di una preparazione specifica in ambito linguistico. In diversi studi sui linguaggi specialistici viene rilevata la correlazione tra una formazione mirata e l'acquisizione e l'uso dei linguaggi specialistici (Warburton 2015, 372).

re non necessariamente detengono appieno anche il sapere tecnico/scientifico dei vari settori nei quali operano⁵.

Dunque, nei contesti tecnico/scientifici la comunicazione risulta dall'unione del sapere specialistico – che ne costituisce in maniera prevalente i contenuti – e di quello linguistico-comunicativo, che li articola e li trasmette in una forma adeguata al contesto e ai partecipanti all'azione comunicativa⁶. Una condizione ideale sarebbe quella che vede la collaborazione di figure con specializzazioni differenti o la formazione di specialisti dotati di competenze sia linguistico-comunicative sia referenziali e concettuali nell'ambito tecnico/scientifico in cui operano. Infatti, da un lato, la conoscenza delle diverse sfaccettature della comunicazione specialistica consente una migliore gestione delle competenze referenziali che caratterizzano i diversi domini e, dall'altro, solo una profonda padronanza del settore tecnico/scientifico d'interesse garantisce allo specialista della comunicazione una piena attualizzazione del suo sapere linguistico.

3.1 La terminologia come componente della comunicazione d'impresa

Nella delineazione del ruolo della terminologia nelle attività dell'impresa le diverse e articolate sfaccettature della comunicazione specialistica in questo settore verranno considerate solo in maniera unitaria al fine di offrire una visione d'insieme. La comunicazione d'impresa viene tradizionalmente distin-

⁵ Agli specialisti della comunicazione, di norma, è richiesta una conoscenza di base del settore del quale si occupano (cfr. Cabré 1999, 117-118 per quanto riguarda la figura del terminologo), ma spesso essi si trovano a operare con materiali e in condizioni che non favoriscono una acquisizione ottimale della competenza relativa alla realtà del dominio specialistico (cfr. Wright/Wright, 147-151 sulla gestione terminologica nella traduzione tecnica).

⁶ Convenzionalmente in Linguistica si distinguono le competenze prettamente relative al piano del codice linguistico da quelle comunicative, che comprendono i fattori legati alla situazione e ai suoi partecipanti. Tradizionalmente si fa riferimento alla contrapposizione delle teorie e alla terminologia introdotte rispettivamente da Chomsky (1965, 4) e Hymes (1972). Qui anche gli aspetti pragmatici e socio-culturali vengono considerati parte delle competenze comunicative alle quali, in ultima analisi, sono intrinsecamente legate le competenze linguistiche.

ta in comunicazione di marketing, istituzionale, economico-finanziaria e gestionale. L'attività di comunicazione nell'impresa ha luogo a diversi livelli e in distinti ambiti; dunque, si articola in differenti tipologie, a seconda dei partecipanti all'azione comunicativa e delle loro modalità di interazione (Pastore 2006, 18-21). In ogni caso, è finalizzata a stabilire relazioni all'interno e/o all'esterno dell'impresa allo scopo di determinarne il successo o consolidarne i vantaggi competitivi. Pertanto, negli studi relativi a questo settore, l'accento è posto prevalentemente sulle strategie e sulle finalità aziendali, mentre gli aspetti più propriamente linguistici sono lasciati in secondo piano o sono solo marginalmente menzionati (Pastore *et al.* 2006; Pastore/Vernuccio 2006b). Ciò non significa che le imprese ignorino la funzione specifica delle discipline linguistiche e dei vantaggi che potrebbero apportare alle loro attività attraverso un miglioramento della comunicazione. Tuttavia, appare fondata l'idea che le aziende, focalizzate principalmente nel perseguire il successo delle proprie attività, non considerino appieno le diverse sfaccettature della comunicazione e la interpretino come una generica sfera di pratiche legate prevalentemente alla traduzione e, ancor più, all'attività di marketing (Pastore/Vernuccio 2006b; Chiocchetti 2011; Nickl 2018, § 2.). Invece, i diversi aspetti nei quali si articola la comunicazione specialistica si delineano come componenti fondamentali di tutte quelle attività dell'impresa che implicano uno scambio comunicativo.

In questa logica, la gestione della comunicazione d'impresa non dovrebbe essere limitata agli aspetti che si incentrano esclusivamente sul raggiungimento del successo attraverso le pratiche di gestione. Per uno svolgimento efficace delle diverse attività comunicative è importante che l'impresa acquisisca consapevolezza – riflettendola anche nei risvolti applicativi – del ruolo che ha nelle sue pratiche la padronanza della lingua come strumento fondamentale, corredata però anche dai suoi componenti specialistici, ovvero gli elementi più 'tecnici' della comunicazione, quali la strutturazione di diverse tipologie di testo o l'utilizzo coerente dei termini appropriati, o ancora i fattori pragmatici, culturali e cognitivi insiti nella lingua. Infatti, come sottolinea Cabré (1999, 23), tutti gli aspetti linguisti-

stici e terminologici sono fondamentali nelle diverse attività di un'impresa: "The language services of private businesses address all language-related issues (text writing, translation, terminology) in the company and deal with the specialised terminology necessary for the activities of the company".

L'importanza della gestione linguistica e terminologica nell'attività aziendale è sottolineata e riconosciuta soprattutto dai professionisti della Linguistica e della comunicazione e viene evidenziata da studi legati al campo professionale, accademico e istituzionale, incentrati in particolare sui diversi aspetti della gestione (inter)linguistica (BFM 2008; Schmitz/Straub 2010; Chiocchetti 2011; COTANCE 2011; CELAN 2011; CELAN 2013; INFOTERM 2013a; INFOTERM 2013b). Il quadro appare particolarmente problematico nell'ambito della piccola e media impresa, mentre nelle realtà aziendali di più ampie dimensioni il ruolo della terminologia e dei professionisti che la gestiscono ha un riconoscimento più evidente, con la conseguente attuazione di azioni specifiche per potenziare l'integrazione delle competenze linguistiche nelle strategie imprenditoriali (COTANCE 2011, 25 e 54-56).

Poiché la componente linguistica è strettamente legata a quella della conoscenza, il suo ruolo è pervasivo nelle diverse attività dell'impresa e coinvolge l'ideazione, la produzione, la commercializzazione, il marketing, fino alla consegna del prodotto/fruizione dei servizi (RaDT 2009 in Chiocchetti 2011, 6; Schmitz/Straub 2010, 33). In questo quadro, la terminologia ha una posizione centrale sia nella gestione della conoscenza sia in quella delle procedure di garanzia della qualità degli aspetti linguistici dell'impresa (Schmitz/Straub 2010, 20)⁷. Il collegamento tra la gestione della conoscenza e la gestione terminologica può essere considerato diretto e biunivoco (cfr. § 3.2). Infatti, la terminologia consente di rappresentare in ma-

⁷ "Quality management and multilingualism has contributed to the growing demand for terminology tools in industry&business [sic]. Compared to the positive effects of an appropriate terminology management in view of an enterprise-wide corporate language (CL) or in non-linguistic applications (such as in parts administration) clearly makes up for the cost of TMS [Terminology Management Systems] and terminology work in an enterprise" (INFOTERM 2013b, 22).

niera rigorosa la conoscenza specialistica e garantisce la sua corretta comunicazione ai diversi livelli e nelle differenti tipologie nell'ambito dell'impresa, come evidenziano sia gli studi accademici sia quelli delle aziende che costituiscono il mondo della cosiddetta 'industria linguistica':

Terminology plays a crucial role in all fields, but in the corporate environment, in particular, it lies at the heart of many organisational aspects: [i]t enables and promotes communication and knowledge sharing between people working in the same scientific or business field, it helps to build and maintain a company's image, it ensures brand consistency, improves the quality of offerings and enhances customer trust and satisfaction (Orco S.A. s.d. <http://www.orco.gr/page.aspx?id=57>).

Una corretta gestione terminologica nell'ambito delle attività dell'impresa può fornire una serie di vantaggi, che sono sicuramente indicativi dell'importanza che andrebbe riconosciuta diffusamente alla cura di questo settore della pratica linguistica (Schmitz/Straub 2010, 22-23; Warburton 2015, 366-367). Gli elenchi stilati dalle agenzie per descrivere il nucleo dei servizi linguistici da esse offerti possono rappresentare un'esemplificazione efficace dei benefici apportati dalla gestione terminologica. Infatti, è specialmente nei settori professionali legati alla Linguistica che si riscontra la principale spinta al potenziamento dell'attività terminologica nelle imprese, in particolare in quelle di piccole e medie dimensioni nelle quali si rileva una minore consapevolezza dell'importanza della terminologia (Warburton 2001, 5 e 28; Warburton 2015, 367)⁸.

This [Terminology Management] is the key to a successful knowledge management and ensures that a clear and consistent language is used within and across all products and services of a company.

Effective terminology management:

Builds a standardized, corporate "language", which in turn leads to consistent branding and global image shaping

Reinforces customer trust and loyalty

Leads to improved quality of localized content

⁸ Per analoghe schematizzazioni si vedano anche *Termologic* (<http://termologic.com/terminology-management>); Warburton (2014); Gust (2007); Schmitz/Straub (2010, 14); Cerrella Bauer (2014).

Enables recycling of content and terminology, leading to translation savings

Ensures consistency within and across products

Ensures consistency among multiple translators working in parallel

Leads to substantial time and cost reductions through a shorter localization cycle, the reduction of review and QA [Quality Assurance] steps and the prevention of re-work

Enables a smoother communication among all team members, gives them a common “language” to express themselves

Enables sharing with third-parties that may ultimately lead to term standardization (Orco S.A. s.d. <http://www.orco.gr/page.aspx?id=57>).

Se, da un lato, prospetti di questo genere potrebbero apparire come messaggi pubblicitari stilati dalle aziende che offrono servizi linguistici, dall'altro, i vantaggi della gestione terminologica – considerati anche a fronte dei costi che implicano e dei risparmi che determinano – risultano evidenti nei diversi studi di cui sono oggetto⁹. Tali analisi sono in gran parte il frutto dell'osservazione di professionisti del settore e sono corroborati anche da indagini sul campo finalizzate a rilevare le specifiche necessità di gestione linguistica delle imprese (Champagne 2004; Grosjean 2009, 57-68; Schmitz/Straub 2010; Warburton 2014; Warburton 2015; Cerrella Bauer 2015, 331; Nickl 2018, § 3.).

3.2 *Gestione della conoscenza nella Terminologia e nell'impresa*

Il controllo e la corretta gestione della terminologia a livello intra- e interlinguistico rappresentano un punto di forza per le aziende e per la loro comunicazione sia interna che esterna, come evidenziano Steurs *at al.* (2015, 222), “[t]erminology work plays a key role both in monolingual knowledge management processes as in multilingual document management and translation work”. Infatti, quello tra terminologia e gestione della

⁹ È possibile riscontrare nei business case di aziende di servizi linguistici e/o terminologici dati interessanti sulla convenienza nell'utilizzo di una valida gestione terminologica (cfr. ad esempio Gust 2007; Cerrella Bauer 2009; Hurst 2009; Muegg 2010; Schmitz/Straub 2010; Muzii 2011; Cerrella Bauer 2015).

conoscenza può essere considerato un rapporto ‘naturale’, poiché il lessico specialistico incorpora la connessione fondamentale tra la lingua e la materia oggetto del discorso, quindi rappresenta un condensato della conoscenza che caratterizza ciascun dominio del sapere e questo determina anche la centralità del lessico nel quadro della comunicazione specialistica discussa sopra (cfr. § 2.).

Tra le funzioni principali della terminologia vengono indicate quelle di rappresentazione e di trasmissione della conoscenza (Cabr  1997, 54-55). La prima di queste funzioni consiste nell’organizzazione, descrizione e, a seconda delle specifiche esigenze, anche nella normalizzazione dei termini; queste procedure costituiscono una modalit  di formalizzazione dei sistemi terminologici, dalle pi  comuni basi di dati alle pi  avanzate e strutturate basi di conoscenza. La funzione comunicativa   principalmente orientata alla considerazione della poliedricit  dei termini e alla loro potenziale variazione dovuta alla correlazione con elementi testuali, contestuali e all’adattamento alle diverse situazioni comunicative¹⁰. In ambedue i casi ci troviamo di fronte alla strutturazione di *sistemi terminologici*, vale a dire a una analisi e descrizione di termini che si basa sulla correlazione dei concetti ad essi corrispondenti, articolati in *sistemi concettuali* (ISO 704:2000, § 5.5; cfr. Magris 2002). Questo modello relazionale di termini e concetti   fondamentale per la loro gestione e caratterizza sia le basi di dati terminologiche sia quelle di conoscenza, le prime sono prevalentemente strutturate in relazioni gerarchiche (di tipo generico e partitivo; ISO 704:2000, § 5.4.2.1), mentre nelle basi di conoscen-

¹⁰ Cabr  (1997 e 2000) considera quella tra terminologia rappresentativa e comunicativa come una dicotomia conseguente a diversi scopi per i quali la terminologia   utilizzata e descritta: “Both modalities of terminology have different goals. On the one hand, representational terminology serves: to standardise international communication [...] and documentation (information retrieval on the basis of terms collected in thesauri and classifications); to develop strict language policies and assist knowledge engineering, both of which are aimed at simplifying and controlling terminological variations. On the other hand, communicative terminology serves translation, specialised modes of expression and standardisation of language in sociolinguistic contexts regulated by policies that presuppose variation [...]” (Cabr  2000, 45).

za maggiore enfasi viene data ad altri tipi di relazioni non gerarchiche (cioè quelle associative; ISO 704:2000, § 5.4.3) che completano e arricchiscono le precedenti mettendo pienamente in luce l'articolazione delle unità che costituiscono il sistema concettuale di un dominio anche in rapporto a fattori pragmatici, contestuali e culturali (Faber *et al.* 2009, 4). Steurs *et al.* (2015) evidenziano le proprietà fondamentali di quelli che vengono comunemente identificati come 'term base':

A term base provides a structured repository of linguistic data, enriched with metadata and structured according to particular classification schemes and concept based analysis (Steurs *et al.* 2015, 222).

A term base can be defined as a computer data base containing information of domain specific concepts and the terms that designate them [...]. Term bases can be monolingual or can be set up from a translation perspective as bilingual or multilingual (Steurs *et al.* 2015, 224).

Dunque, nel quadro della comunicazione d'impresa qui in esame le risorse terminologiche mono-, bi-, o multilingui sono strutture relazionali nelle quali vengono organizzati termini e concetti che consentono ai professionisti della comunicazione una gestione più agevole e accurata della grande quantità di dati linguistici e concettuali che vengono trattati nell'ambito delle attività di gestione per la redazione e/o la traduzione delle diverse tipologie di testi specialistici. Queste risorse – spesso integrate anche nei programmi per la traduzione assistita – rappresentano uno strumento fondamentale per garantire una efficace gestione d'impresa che faciliti il raggiungimento dello scopo primario di questa attività, vale a dire il successo dell'impresa stessa. Infatti, la rappresentazione di termini e concetti attraverso strumenti come le basi di dati o di conoscenza terminologiche consente sia il controllo dei termini e delle loro eventuali varianti comunemente utilizzate dagli specialisti sia la descrizione puntuale dei concetti ad essi corrispondenti all'interno del dominio definito dalle attività aziendali.

Nella comunicazione d'impresa così come nella teoria terminologica si riscontra una dicotomia tra la necessità di regolamentare l'inventario terminologico e quella di accogliere e descrivere l'irregolarità che caratterizza l'utilizzo della lingua, anche di quella specialistica. Se, da un lato, i terminologi evi-

denziano come nella gestione del lessico specialistico all'interno dell'impresa si presenti frequentemente l'esigenza di utilizzare una terminologia prescrittiva – quando non addirittura standardizzata (Cerrella Bauer 2009; Muegge 2010, 18) –, dall'altro, segnalano anche l'opportunità di tenere in considerazione la ricchezza e la varietà della lingua in uso nelle diverse tipologie di comunicazione aziendale (Warburton 2015, 376-377). Questi aspetti rispecchiano le esigenze della gestione della conoscenza e della sua comunicazione nei vari ambiti specialistici, inclusa la realtà dell'impresa. Dunque, anche nella strutturazione delle risorse per la gestione terminologica emerge il rapporto dinamico tra la tendenza alla regolamentazione del lessico e quella alla descrizione del suo effettivo utilizzo.

Convenzionalmente viene operata una distinzione tra risorse terminologiche normative, prescrittive e descrittive. Queste sono riconducibili a tre modalità operative della terminologia, volte a soddisfare esigenze diverse della pratica terminografica: la terminologia normativa viene utilizzata per la gestione dei termini in contesti che richiedono l'applicazione di uno standard; la terminologia prescrittiva – pur tenendo conto della realtà comunicativa del lessico specialistico e del suo possibile dinamismo (che comprende, oltre alla variazione, anche la presenza di forme sinonimiche) – fornisce indicazioni sui termini raccomandati e su quelli deprecati; la terminologia descrittiva dà informazioni sui termini effettivamente utilizzati nella comunicazione specialistica senza determinare imposizioni nel loro utilizzo¹¹.

¹¹ Riprendendo le indicazioni fornite dallo standard ISO 26162:2012 (§ 3.4.2, § 3.4.3, § 3.4.4) per i sistemi di gestione terminologica Karsch (2015, 293) sintetizza come segue le differenti tipologie di terminologia: “1. Descriptive terminology – ‘approach for managing terminology that documents the way that terms are used in contexts without indicated preferred usage’; 2. Prescriptive terminology – ‘approach for managing terminology that indicates preferred usage’; 3. Normative terminology – ‘approach for managing terminology that is used in standards work or governmental regulation’”. Dobrina (2015, 182 n. 3) opera una analoga sintesi focalizzandola sui tipi di risorse prodotte da questi approcci teorici: “Normative resources (e.g. terminology standards) contain standardized terminology. Prescriptive resources contain terminology, which meets some specific criteria, for example, that it should not include jargon or that it should be restricted to some geographical area. Descriptive resources are intended to give a comprehensive view of terminology used in a domain or a subdomain, which implies that no particular restrictions have been used”.

Nella realtà della ricerca e della pratica terminografica anche l'approccio descrittivo non è scevro di indicazioni utili all'utente per selezionare i termini ritenuti dagli specialisti più corretti rispetto alle corrispondenti forme alternative, siano esse varianti o sinonimi. Questo trova conferma, ad esempio, nella risorsa terminologica multilingue *Ecolexicon* (<http://ecolexicon.ugr.es/en/index.htm>) basata su un approccio descrittivo ispirato alle teorie linguistiche di matrice cognitivista e, in particolare, alla *semantica dei frame*, ma dotata di indicazioni prescrittive (cfr. Faber 2012). Questo tipo di strutturazione rende tale risorsa funzionale a una esplicitazione ottimale da parte dell'utente sia delle competenze passive – per una corretta e completa comprensione di diversi tipi di testi specialistici – sia di quelle attive – consentendo un uso rigoroso e coerente dei termini appropriati nella produzione di testi.

Dunque, nei settori specialistici, le risorse per la gestione terminologica possono trovare un equilibrio tra quelle che potremmo definire le funzioni 'informativa' e 'orientativa': la prima costituisce una risorsa esaustiva di informazioni sui termini e i concetti da essi designati così come sono utilizzati nel discorso specialistico, e dunque risulta utile soprattutto per la ricezione e l'interpretazione dei testi; la seconda è volta a fornire una fonte di riferimento per la codifica di testi specialistici, in una o più lingue, utilizzando termini convenzionalmente accettati dalla comunità degli specialisti come 'corretti/preferibili'.

La chiarezza e l'univocità delle indicazioni terminologico-concettuali sono una risorsa importante per la corretta organizzazione e trasmissione delle informazioni e della conoscenza anche per le imprese. Tra gli altri, Schmitz/Straub (2010, 14-19), Warburton (2015, 377) e Nickl (2018, § 3.2) sottolineano come le incongruenze terminologiche siano una fonte di errori comunicativi e quindi, in ultima analisi, di spesa per l'azienda; di conseguenza le imprese, anche quando non ricorrono all'approccio normativo che potrebbe eliminare del tutto la ridondanza terminologica, hanno la necessità di regolamentarne il dinamismo e la variazione, che pur rappresentano una importante fonte di informazione concettuale e linguistica (Temmerman 2000, 10-14). La regolamentazione terminologica avviene non

solo in funzione degli utenti umani ma anche delle applicazioni informatiche di elaborazione del linguaggio naturale – in particolare, di quelle finalizzate alla scrittura controllata e alla traduzione assistita –, nonché dei sistemi informativi finalizzati alla gestione della conoscenza nelle attività dell'impresa.

La necessità di correlare la gestione della conoscenza e della terminologia in azienda è resa ancora più pressante dalla crescente articolazione delle realtà imprenditoriali e dalla necessità di archiviare e sistematizzare una grande quantità di dati linguistici e concettuali affinché possano essere utilizzati proficuamente, come evidenziano Steurs *at al.* (2015, 23):

The role of terminology work is crucial in information management and knowledge engineering. Information and knowledge volumes are growing constantly. Knowledge management implies a number of actions, such as creating information, using and re-using knowledge and disseminating information [...]. There are many risks involved in knowledge management for most companies and one of these is the storage and retrieval of critical information, together with the confusion which can arise as a result of fuzzy concepts and multiple terminology.

Quelli individuati come punti centrali della gestione della conoscenza d'impresa (Heghe 2011, 19) rappresentano il fulcro anche della conoscenza terminologica, vale a dire creare e utilizzare l'informazione per produrre e diffondere conoscenza. Infatti, per quanto riguarda l'impresa, come evidenzia Heghe (2011, 59): “knowledge management is [...] the most important cornerstone of our knowledge economy, sustained entrepreneurship, intellectual challenges, good management and innovation”. Nella terminologia la conoscenza concettuale condensata e veicolata attraverso le unità lessicali ne rappresenta la natura essenziale:

Terminology is multidisciplinary and draws support from a number of disciplines (e.g., logic, epistemology, philosophy of science, linguistics, information science and cognitive sciences) in its study of concepts and their representations in special language. It combines elements from many theoretical approaches that deal with the description, ordering and transfer of knowledge (ISO 704:2000, § 0.1).

Per questa ragione, nei diversi aspetti della comunicazione e dell'attività d'impresa la terminologia ha una posizione centrale, come sintetizzano Steurs/Kockaert (2014, 1): “Terminology is omnipresent: it ranges from marketing and sales, technical writing and training to translation and localization. It plays a crucial role in ontology building and classifying domains in particular applications”.

I modelli e gli strumenti di organizzazione della conoscenza rappresentano sicuramente un importante punto di contatto tra le attività e le discipline coinvolte a diverso titolo e con scopi differenti nella gestione della conoscenza. Infatti, è anche attraverso queste modalità che la teoria e le applicazioni della Linguistica specialistica convergono con quelle necessarie alla gestione d'impresa, potenziandone gli aspetti del recupero, della definizione, dell'organizzazione e della trasmissione coerente ed efficace della conoscenza concettuale e linguistica, sia nelle attività interne sia in quelle esterne all'impresa.

4. *Conclusioni*

L'organizzazione e la trasmissione della conoscenza attraverso i linguaggi specialistici e, in particolare, la loro componente lessicale, rappresentano il terreno comune di tutte le discipline che, seppure con modalità e per scopi differenti, sono interessate alla gestione della conoscenza. Quest'ultima presenta numerosi aspetti di complessità, tra i quali emerge il tentativo di stabilire un equilibrio tra due esigenze contrastanti: da un lato, il raggiungimento del rigore organizzativo volto alla semplificazione nelle pratiche di strutturazione dei dati e, dall'altro, la possibilità di avvalersi appieno della ricchezza e del dinamismo linguistico e concettuale.

L'individuazione dei principi che accomunano la Terminologia e la gestione dell'impresa sono di centrale importanza in quanto mettono in luce il punto di contatto essenziale tra questi ambiti e quindi possono rappresentare la premessa per una piena apertura dell'impresa a un connubio con le attività della Terminologia. Infatti, emergono le difficoltà che hanno, in par-

ticolare, alcuni tipi di imprese a prendere piena consapevolezza delle potenzialità rappresentate da una accurata gestione terminologica. Eppure, dagli studi condotti, risultano evidenti anche i vantaggi che la Terminologia e le sue applicazioni possono portare alle diverse attività di comunicazione delle imprese. Quello che nella realtà professionale si presenta come un *contrasto* tra le pratiche comunicative dell'impresa e i servizi prospettati dall'industria linguistica, sembra non sussistere quando si considera la sostanziale convergenza delle metodologie e delle procedure che caratterizzano la prassi organizzativa e gestionale di questi domini specialistici.

Dunque, se l'assunto di partenza è incentrato sulla congruenza dei principi che accomunano i due ambiti, la Terminologia si delinea come una disciplina che non ha esclusivamente una funzione strumentale rispetto alla comunicazione d'impresa ma, piuttosto, si apre a interazioni che possono favorire lo sviluppo di entrambi i settori specialistici, delle loro procedure organizzative e dei loro 'prodotti'.

Con questa disamina si è inteso mettere in luce come da parte di settori in apparenza anche molto diversi tra loro, per impostazioni e scopi, possa riscontrarsi una sostanziale condivisione dei paradigmi fondanti che sono relativi all'organizzazione concettuale e alla comunicazione verbale della conoscenza specialistica dei rispettivi settori. Quelli considerati sono paradigmi che si applicano in contesti caratterizzati sia da un costante dinamismo linguistico-concettuale sia dal bisogno di regolamentarlo con precisione per ottimizzare l'acquisizione e la trasmissione della conoscenza. Questo si propone come un avvio all'ulteriore approfondimento delle possibilità di interazione che le teorie e le metodologie delle discipline linguistiche – prima ancora delle loro applicazioni – possono avere con ambiti specialistici diversi.

Bibliografia¹²

- BFM – Business Forum sul Multilinguismo 2008. *Più lingue più affari. Le conoscenze linguistiche migliorano l'efficienza delle imprese. Raccomandazioni del Business Forum sul multilinguismo a cura della Commissione Europea*. Lussemburgo. Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee. http://www.competenzechiave.eu/documenti_pdf/comunicazione_madrelingua/le_conoscenze_linguistiche_migliorano.pdf.
- Cabré, Maria Teresa 1997. “Standardization and interference in terminology”. In: Labrum, Maria B. (ed.) *The Changing Scene in World Languages: Issues and Challenges*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company, 49-64.
- 1999. *Terminology: Theory, Methods, and Applications*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.
- 2000. “Elements for a theory of terminology: Towards an alternative paradigm”. In: *Terminology* 6(1), 35-57.
- CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability 2011. *Report on Language Needs in Business – Companies’ Linguistic & Language related Needs in Europe*. https://www.eurashe.eu/library/modernising-phe/CELAN_report_Business_Needs.pdf.
- CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability 2013. *Vademecum*. CELAN. http://www.celan-platform.eu/assets/files/D_5.1_Vademecum.pdf.
- Cerrella Bauer, Silvia 2009. “Professional Corporate Terminology Management: Tips and Tricks for a Successful Introduction”. *GALaxy, Newsletter of the Globalisation and Localisation Association (GALA)*, Q1 2009. <https://www.gala-global.org/publications/professional-corporate-terminology-management-tips-and-tricks-successful-introduction-0>.

¹² Per tutte le risorse elettroniche riportate qui e i siti citati nel testo la data dell'ultimo accesso è agosto 2018.

- 2014 “Terminology and consistency: an inseparable pair”. In: *Blog SDL Language Technologies*. <https://blog.sdl.com/digital-experience/terminology-consistency-inseparable-pair/>.
 - 2015 “Managing terminology projects: Concepts, tools and methods”. In: Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015, 324-340.
- Champagne, Guy 2004. “The Economic Value of Terminology: An Exploratory Study”. Report submitted to the Translation Bureau of Canada. Public Works and Government Services Canada, 1-36. <https://www.danterm.dk/docs/EconomicValueTerminology-1.pdf>.
- Chiocchetti, Elena 2011. *Resoconto progetto di ricerca “Terminologia e gestione della conoscenza nelle aziende”*. Bolzano. EURAC, 1-16. http://www.eurac.edu/en/research/autonomies/commul/Documents/CoGeCo/Bericht_Chiocchetti2011_anonym.pdf.
- Chomsky, Noam 1965. *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge (Mass.). The MIT Press.
- COTANCE 2011. *Report on language needs in business – companies’ linguistic & language related needs in Europe*. CELAN. http://www.celan-platform.eu/assets/files/D1.3-Business_Needs_Report-Final.pdf.
- Dobrina, Claudia 2015. “Getting to the core of a terminological project”. In: Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015, 180-199.
- Faber, Pamela (ed.) 2012. *A Cognitive Linguistics View of Terminology and Specialized Language*. Berlin/Boston. De Gruyter/Mouton.
- Faber, Pamela / León, Pilar / Prieto, Juan Antonio 2009. “Semantic relations, dynamicity, and terminological knowledge bases”. In: *Current Issues in Language Studies* 1, 1-23.
- Felber, Helmut 1984. *Terminology Manual*. PGI-84/WS/21. Paris. Unesco/Infoterm.
- Gotti, Maurizio 1991. *I linguaggi specialistici. Caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*. Scandicci. La Nuova Italia.
- Großjean, Ariane 2009. “Corporate Terminology Management. An approach in theory and practice”. Saarbrücken. Vdm Verlag Dr. Müller.
- Gualdo, Riccardo / Telve, Stefano 2012. *Linguaggi specialistici dell’italiano*. Roma. Carocci.
- Gust, Dieter 2007. “Wirtschaftlichkeit von Terminologearbeit. Terminologie – (k)eine Kostenfrage?”. In: *Produkt Global* 6, 32-34.
- Heghe, Hans Van 2011. *Knowledge Centric Management*. St. Albans (UK). Ecademy Press.

- Hurst, Sophie 2009. "Terminology Survey". In: *Information Management News* 9(2). <https://www.infomanagementcenter.com/publications/e-newsletter/february-2009/terminology-survey-both-businesses-and-translators-recognize-the-importance-of-terminology-management-and-its-relationship-with-consistent-branding-but-are-they-managing-their-terms-effectively/>.
- Hymes, Dell H. 1972. "On communicative competence". In: Pride, John Bernard / Holmes, Janet (eds.) *Sociolinguistics. Selected readings*. Harmondsworth. Penguin Books, 269-293.
- INFOTERM – International Information Centre for Terminology 2013a. *Language policy/strategy management toolkit for solving language problems*. CELAN. http://www.celan-platform.eu/assets/files/CELAN_D3-4_fv1-1.pdf.
- INFOTERM – International Information Centre for Terminology 2013b. *Annotated catalogue of business-relevant services, tools, resources, policies and strategies and their current uptake in the business community*. http://www.celan-platform.eu/assets/files/CELAN_D2-1_fv1.1.pdf.
- ISO 704:2000. *Terminology work. Principles and methods*. Geneva. International Standards Organization.
- ISO 26162:2012. *Systems to manage terminology, knowledge and content – Design, implementation and maintenance of terminology management systems*. Geneva. International Standards Organization.
- Karsch, Barbara Inge 2015. "Terminology work and crowdsourcing. Coming to terms with the crowd". In: Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015, 291-302.
- Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015. *Handbook of Terminology* Vol. 1. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.
- Korning Zethsen, Karen 1999. "The Dogmas of Technical Translation – Are They Still Valid?". In: *Hermes, Journal of Linguistics* 23, 65-75.
- Leonardi, Natascia 2009. "Terminology as a system of knowledge representation: An overview". In: Cavagnoli, Stefania / Di Giovanni, Elena / Merlini, Raffaella (a cura di) *La ricerca nella comunicazione interlinguistica: modelli teorici e metodologici*. Milano. Franco Angeli, 37-52.
- 2016. "Dynamics of terminology translation. The approach of Functional Pragmatics to multilingual terminology". In: *Fachsprache. International Journal of Specialized Communication* 38(3-4), 129-142.

- Magris, Marella 2002. "Le relazioni concettuali". In: Magris, Marella / Musacchio, Maria Teresa / Rega, Lorenza / Scarpa, Federica (a cura di) *Manuale di Terminologia*. Milano. Hoepli, 151-166.
- Muegge, Uwe 2010. "Terminology Management. Neglect It At Your Own Peril". In: *BioProcess International*, 16-20. http://www.bioprocessintl.com/wp-content/uploads/bpi-content/BPI_A_100804AR02_O_90751a.pdf.
- Muzii, Luigi 2011. "Il ROI della terminologia". In: Muzii, Luigi. *Taccuino barbaro*. <http://www.lulu.com/it/it/shop/luigi-muzii/taccuino-barbaro/ebook/product-17501799.html>.
- Nickl, Markus 2018. "Technische Redaktion – Linguistik im Einsatz". In: Leonardi, Natascia / Nardi, Antonella (eds.) *Linguistica e comunicazione d'impresa. Linguaggi e competenze – Linguistics and Business Communication. Languages and competences – Linguistik und Unternehmenskommunikation. Sprachen und Kompetenzen*. Macerata. EUM, 71-83.
- Orco S.A. s.d. *Terminology Management*. <http://www.orco.gr/page.aspx?id=57>.
- Pastore, Alberto 2006. "La comunicazione nel governo dell'impresa". In: Pastore, Alberto / Vernuccio, Maria (a cura di) 2006a, 1-32.
- Pastore, Alberto / Vernuccio, Maria (a cura di) 2006a. *Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management*. Milano. Apogeo.
- Pastore, Alberto / Vernuccio, Maria 2006b. "Il piano di comunicazione". In: Pastore, Alberto / Vernuccio, Maria (a cura di) 2006a, 410-425.
- Pastore, Alberto / Petrocelli, Michele / Vernuccio, Maria 2006. "Le competenze e i presidi organizzativi". In: Pastore, Alberto / Vernuccio, Maria (a cura di) 2006a, 363-378.
- Picht, Heribert / Draskau, Jennifer 1985. *Terminology: an introduction*. Guildford. University of Surrey. Department of Linguistic and International Studies.
- RaDT – Rat für Deutschsprachige Terminologie 2009. *Strategien zur Aufwertung immaterieller Vermögenswerte* (documento non pubblicato).
- Sager, Juan C. 1990. *A Practical Course in Terminology Processing*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.
- Schmitz, Klaus D. / Straub, Daniela 2010. *Successful Terminology Management in Companies: Practical tips and guidelines: Principles, implementation, cost-benefits analyses*. Stuttgart. TC and More.
- Schnurr, Stephanie 2013. *Exploring professional communication. Language in action*. London/New York. Routledge.

- Schubert, Klaus 2011. "Specialized Communication Studies: An Expanding Discipline". In: Petersen, Margarethe / Engberg, Jan (eds.) *Current trends in LSP research. Aims and methods*. Bern [et al.]. Peter Lang, 19-58.
- Steurs, Frieda / Kockaert, Hendrik J. 2014. "Language planning and domain dynamics: challenges in term creation". In: *Dragoman. Journal of Translation Studies* 4, 1-14.
- Steurs, Frieda / De Wachter, Ken / De Malsche, Evy 2015. "Terminology tools". In: Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015, 222-249.
- Temmerman, Rita 2000. *Towards New Ways of Terminology Description. The Sociocognitive-Approach*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.
- Warburton, Kara 2001. "Terminology Management in the Localization Industry. Results of the LISA Terminology Survey". Geneva. Localization Industry Standards Association. <http://www.terminorgs.net/downloads/LISAtermsurveyanalysis.pdf>.
- 2014. *Narrowing the Gap Between Termbases and Corpora in Commercial Environments*. PhD Dissertation. City University of Hong Kong. <http://termologic.com/wp-content/uploads/2014/07/warburton-PhD-thesis.zip>.
- 2015. "Managing terminology in commercial environments". In: Kockaert, Hendrik J. / Steurs, Frieda (eds.) 2015, 361-392.
- Wright, Sue Ellen / Wright, Leland D. 1997. "Terminology management for technical translation". In: Wright, Sue Ellen / Budin, Richard (eds.) *Handbook of terminology management I: Basic aspects of terminology management*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company, 147-159.
- Wüster, Eugen 1991. *Einführung in die allgemeine Terminologielehre und terminologische Lexikographie*. 3^a ed. Bonn. Romanistischer Verlag.

**Linguistica e comunicazione d'impresa.
Linguaggi e competenze**

**Linguistics and business communication.
Languages and competences**

**Linguistik und Unternehmenskommunikation.
Sprachen und Kompetenzen**

Il mondo dell'impresa e quello scientifico-accademico sono caratterizzati da competenze e pratiche diverse. Essi convergono, tuttavia, in questo volume improntato a un'ottica plurilinguistica e multidisciplinare che vuole mettere a confronto approcci e metodologie applicative diverse. Il fulcro è posto in modo particolare sull'interrelazione delle discipline linguistiche con quelle economico-imprenditoriali per fornire risposte adeguate ai bisogni comunicativi più attuali.

Natascia Leonardi è ricercatrice di Glottologia e Linguistica presso l'Università di Macerata. I suoi interessi di ricerca riguardano la comunicazione specialistica, in particolare la terminologia e la terminografia in relazione all'organizzazione e alla rappresentazione della conoscenza. Ulteriori ambiti di studio sono la storia del pensiero linguistico, la (meta-)lessicografia, la linguistica computazionale e l'informatica umanistica.

Antonella Nardi è professoressa associata di Lingua e Traduzione tedesca presso l'Università di Macerata. I suoi studi vertono sulla pragmatica linguistica e la linguistica specialistica (linguaggio scientifico-accademico e turistico) in ottica traduttiva per la coppia linguistica tedesco-italiano. Si occupa inoltre di traduzione audiovisiva, sottotitolazione e audio descrizione, nonché della didattica del tedesco come lingua straniera specialistica.



eum edizioni università di macerata

€ 16,00

ISBN 978-88-6056-579-2



9 788860 565792