

L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA

FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE E LETTERATURE STRANIERE
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

2

ANNO XXVIII 2020

EDUCATT - UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

L'ANALISI
LINGUISTICA E LETTERARIA

FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE
E LETTERATURE STRANIERE

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

2

ANNO XXVIII 2020

PUBBLICAZIONE QUADRIMESTRALE

L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA
Facoltà di Scienze Linguistiche e Letterature straniere
Università Cattolica del Sacro Cuore
Anno XXVIII - 2/2020
ISSN 1122-1917
ISBN 978-88-9335-697-8

Comitato Editoriale

GIOVANNI GOBBER, Direttore
MARIA LUISA MAGGIONI, Direttore
LUCIA MOR, Direttore
MARISA VERNA, Direttore
SARAH BIGI
ELISA BOLCHI
GIULIA GRATA
CHIARA PICCININI
MARIA PAOLA TENCHINI

Esperti internazionali

THOMAS AUSTENFELD, Université de Fribourg
MICHAEL D. AESCHLIMAN, Boston University, MA, USA
ELENA AGAZZI, Università degli Studi di Bergamo
STEFANO ARDUINI, Università degli Studi di Urbino
GYÖRGY DOMOKOS, Pázmány Péter Katolikus Egyetem
HANS DRUMBL, Libera Università di Bolzano
JACQUES DÜRRENMATT, Sorbonne Université
FRANÇOISE GAILLARD, Université de Paris VII
ARTUR GAŁKOWSKI, Uniwersytet Łódzki
LORETTA INNOCENTI, Università Ca' Foscari di Venezia
VINCENZO ORIOLES, Università degli Studi di Udine
GILLES PHILIPPE, Université de Lausanne
PETER PLATT, Barnard College, Columbia University, NY, USA
ANDREA ROCCI, Università della Svizzera italiana
EDDO RIGOTTI, Università degli Studi di Perugia
NIKOLA ROSSBACH, Universität Kassel
MICHAEL ROSSINGTON, Newcastle University, UK
GIUSEPPE SERTOLI, Università degli Studi di Genova
WILLIAM SHARPE, Barnard College, Columbia University, NY, USA
THOMAS TRAVISANO, Hartwick College, NY, USA
ANNA TORTI, Università degli Studi di Perugia
GISÈLE VANHESE, Università della Calabria

*I contributi di questa pubblicazione sono stati sottoposti
alla valutazione di due Peer Reviewers in forma rigorosamente anonima*

© 2020 EDUCatt - Ente per il Diritto allo Studio universitario dell'Università Cattolica
Largo Gemelli 1, 20123 Milano | tel. 02.7234.2235 | fax 02.80.53.215
e-mail: editoriale.dsu@educatt.it (*produzione*); librario.dsu@educatt.it (*distribuzione*)
web: www.educatt.it/libri

Redazione della Rivista: redazione.all@unicatt.it | *web:* www.analisinguisticaeletteraria.eu

Questo volume è stato stampato nel mese di luglio 2020
presso la Litografia Solari - Peschiera Borromeo (Milano)

INDICE

| | |
|---|-----|
| Le strutture matematiche del linguaggio nella teoria di Zellig Sabbetai Harris <i>Alberto Maria Langella</i> | 7 |
| Die Präadverbien ‘ab’, ‘seit’, ‘von’ <i>Patrizio Malloggi</i> | 23 |
| Regali omofonici nel Cinese Moderno Standard (CMS) <i>Nazarena Fazzari</i> | 37 |
| Formal theory-driven, psycholinguistic data and corpus-driven study confirms the absence of a basic colour term for ORANGE in Modern Standard Mandarin and elaborates the syntaxico-semantic ‘distributional potential’ criterion for basicness <i>Victoria Bogushevskaya</i> | 61 |
| Лексикология и переводоведение: лексика интеллектуальных качеств человека в <i>Вояжировом лексиконе</i> С. С. Волчкова (1755? – 1764) <i>Riva Evtifeeva</i> | 73 |
| Acquisizione del russo L2 per motivi umanitari <i>Jacopo Saturno e Manuela Pavone</i> | 85 |
| Students’ Perceptions and Attitudes on the Use of Literature as a Tool for Learning English as a Foreign Language <i>Diego Sirico</i> | 115 |
| La Rivoluzione Finanziaria a teatro: la rappresentazione del credito (e il credito come rappresentazione) in alcune commedie inglesi fra Sei e Settecento <i>Renato Rizzoli</i> | 145 |
| Clothes Maketh the Gentleman: performance identitaria e vestimentaria in <i>Great Expectations</i> <i>Federica Perazzini</i> | 177 |
| Il <i>cut-up</i> di William S. Burroughs come trasformazione bioniana <i>Riccardo Gramantieri</i> | 195 |

| | |
|--|-----|
| Le pronom personnel sujet au 15 ^e siècle : domaines littéraire et juridique | |
| <i>Daniela Puolato</i> | 213 |
| Indice degli Autori | 235 |

*Il Comitato Editoriale ricorda con affetto
la collega Nazarena Fazzari,
mancata durante la lavorazione
di questo fascicolo.*

REGALI OMOFONICI NEL CINESE MODERNO STANDARD (CMS)

NAZARENA FAZZARI

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

Sulla base dei dati ricavati dalla trascrizione di 30 interviste semi-strutturate su un campione tipologico a scelta ragionata effettuate nel 2017 nell'Hebei (Cina), abbiamo verificato il ruolo dell'omofonia nello scambio dei doni nella vita quotidiana oggi in Cina da una prospettiva socio-linguistica.

On the basis of a spoken corpus we built during field research conducted in Langfang (Hebei), in 2017, through 30 semi-structured interviews with a purposive sample, we verified the role of homophony today in gift exchange in China from a sociolinguistic perspective.

Keywords: gift exchange, homophony, instrumental gifts, expressive gifts, Modern Standard Chinese, *liwu jiaohuan* 礼物交换

1. Introduzione

Nel mondo accademico cinese il dono viene affrontato all'interno della tematica *liwù jiāohuàn* 礼物交换 [scambio di regali], la cui importanza viene spesso sottolineata come fondamentale in un paese definito da molti autori come *lǐyí zhī bāng* 礼仪之邦 [il paese del rito], e in cui il regalo, *liwù* 礼物, si configura per antonomasia come 'oggetto del rito', come da sua traduzione letterale¹.

Il punto di partenza per ogni riflessione socio-antropologica sul tema rimane anche in ambito cinese l'imprescindibile *Saggio sul dono* di Marcel Mauss², di cui vengono evidenziati in particolare due aspetti: da un lato, il mana del dono, un potere intrinseco all'oggetto; dall'altro l'obbligo sociale di offrire un dono, di riceverlo e di ricambiarlo³.

Un tema ampiamente affrontato è la grave forma di indebitamento cui tale sistema costringe gli strati più svantaggiati della popolazione, in particolar modo nelle campagne, per

¹ *Inter alios*, Y. Yan, "Liwu": *yishi chuanbo yu rentong* [Regali: comunicazione rituale e identità], "Chinese Journal of Journalism and Communication", 2009, 4, pp. 45-49.

² M. Mauss, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Piccola Biblioteca Einaudi, 2002 [1950].

³ *Inter alios*, J. Dong, *Liwu yu buhui yanjiu zongshu* [Una panoramica sugli studi sui doni e il mutuo beneficio], "Journal of Shandong University of Technology" (Social Science Edition), 26, 2010, 3, pp. 44-48: 45.

cui l'amicizia diventa "a burden"⁴, e l'obbligo di fare doni "chénzhòng fūdān 沉重的负担 [un grave onere]"⁵.

Nella specificità del mondo socio-culturale cinese, il tema del dono si inserisce infatti all'interno della più ampia (e spinosa) tematica delle *guānxi* 关系, il sistema di relazioni sociali che regolano i rapporti sociali e grazie al quale è possibile "facilitating the exchange of favour"⁶, al fine di ottenere quanto altrimenti difficilmente ottenibile in contesti ufficiali e lavorativi⁷.

Nella difficoltà di giustificare dal punto di vista etico il ricorso al dono in contesti formali come forma di leva sociale, diverse sono state le analisi sui doni al personale medico, con risultati piuttosto contrastanti. Se per Zhu *et al.* i regali in denaro alla classe medica per le cure ricevute sono considerati come un segno di riconoscimento della dignità e del valore sociale della classe medica⁸, la ricerca di campo condotta nel 2012 da Currie *et al.* evidenzia come non sempre al dono consegua un servizio migliore, soprattutto nel caso in cui la relazione tra paziente e dottore non sia percepita come già esistente⁹.

Acquisisce quindi una notevole rilevanza il valore di riferimento che guidi l'atto del dono e su cui i vari contributi si differenziano.

A identificare una prima direzione metodologica, che ha trovato poi ampia applicazione, è l'opera di Yan Yunxiang, che distingue tra *biǎodáxing lǐwù* 表达性礼物 [doni dimostrativi], conferiti sulla base di *guānxi* 关系 [relazioni] e *rénqíng* 人情 [sentimento umano], e *gōngjùxìng lǐwù* 工具性礼物 [doni strumentali], una categoria precipua della

⁴ E. Bulte – R. Wang – X. Zhang, *Force gifts: The Burden of being a friend*, "Journal of Economic Behaviour and Organization", 155, 2018, pp. 79-98.

⁵ Y. Zhang – X. Qu, *Nongcun shehui renqing guanxi xia de liwu jiaohuan – yi Shandong sheng Dongjia cun wei li* [Lo scambio di doni nelle relazioni umane nelle società rurali – il caso del Villaggio Dongjia nello Shandong], "Journal of University of Science and Technology Beijing (Social Science Edition)", 22, 2006, 1, pp. 20-23.

⁶ T. Gold – D. Guthrie – D. Wang ed., *Social Connections in China: Institutions, Culture, and the Changing Nature of Guanxi*, Cambridge University Press, 2002, p. 57.

⁷ Sulle difficoltà di intervento sulle *guanxi* da parte dei manager delle multinazionali, si rimanda all'opera di T.K.P. Leung, R.Y. Chan – K. Lai – E.W.T. Ngai, *An examination of the influence of guanxi and xinyong (utilization of personal trust) on negotiation outcome in China: An old friend approach*, "Industrial Marketing Management", 40, 2011, pp. 1193-1205. Dal punto di vista economico, lo studio S.S. Standifird – R. Scott Marshall, *The transaction Cost Advantage of Guanxi – Based Business Practices*, "Journal of World Business", 35, 2000, 1, pp. 21-42 dimostra come tutt'oggi il sistema basato sulle *guanxi* garantisca un vantaggio di costi superiore ad altre alternative strutturali. Permane la difficoltà di delimitare in modo chiaro il confine tra *guanxi* e corruzione, che per Jack Barbalet sarebbe da ricondurre alla motivazione: le *guanxi* sarebbero guidate da *renqing*, il sentimento di umanità basato sull'armonia e sull'anzianità, "feelings connected with how to act appropriately" (p. 940); e *ganqing*, ossia "emotional feelings of affection or attachment to a person or a place" (p. 941). J. Barbalet, *Guangxi as social Exchange: Emotions, Power and Corruption*, "Sociology", 52, 2018, 5, pp. 934-949.

⁸ W. Zhu – L. Wang – C. Yang, *Corruption or professional dignity. An ethical examination of the phenomenon or "red envelopes" (monetary gifts) in medical practice in China*, "Developing World Bioethics", 18, 2018, pp. 37-44.

⁹ J. Currie – W. Lin – J. Meng, *Social networks and externalities from gift exchange: Evidence from a field Experiment*, "Journal of Public Economics", 107, 2013, pp. 19-30.

cultura cinese, a metà via tra il regalo e il rapporto di affari e caratterizzato da una relazione di breve durata¹⁰.

Huang Guangguo¹¹ analizza invece lo scambio di denaro fissando come parametri *rénqíng* 人情 [sentimento umano], *miànzi* 面子 [faccia], *bào* 报 [restituzione], e *guānxi* 关系 [relazioni], che incrocia con tre tipologie di rapporti di scambio: *gōngjù* 工具 [strumentale], *hùnhé* 混合 [misto] e *qíngǎn* 情感 [affettivo].

A metà strada tra i due studiosi si pone la proposta di Le Jing, in cui doni dimostrativi e doni strumentali vengono confrontati con due nuovi parametri, ossia *fēigǎnqíngxìng* 非感情性 [assenza di coinvolgimento emotivo] e *gǎnqíngxìng* 感情性 [coinvolgimento emotivo]¹².

Recentemente, si susseguono le proposte di inserimento di nuovi parametri, come *yuán* 缘 [destino], inter alios nell'opera di Wang *et al.*¹³.

Dal punto di vista linguistico, il tema dei doni viene discusso da Chang Jingyu all'interno della sua opera sul lessico cinese, sia per quanto concerne le parole augurali che accompagnano il momento di conferimento di un dono o di ringraziamento nel momento della sua accettazione, sia per alcuni tabù di origine omofonica connessi ai regali¹⁴.

Il tema dei doni trova spazio all'interno della tematica 'omofonia e cultura', *xiéyīn yǔ wénhuà* 谐音与文化.

In cinese il fenomeno omofonico viene indicato con *xiéyīn* 谐音, iperonimo di *tóngyīn* 同音 [omofonia (in senso stretto)], e *jīnyīn* 近音¹⁵ [semi-omofonia]. Sebbene, per quanto di nostra conoscenza, siano assenti trattazioni specifiche sul tema e perfino i dizionari monolingui siano privi di tale accezione per 近音¹⁶, nella linguistica cinese viene comunemente riconosciuta e applicata la seguente distinzione.

I caratteri omofoni presentano identità di tre elementi: *shēngmǔ* 声母 [lettera iniziale], *yùnmǔ* 韵母 [finale] e *shēngdiào* 声调 [tono]¹⁷. Risultano ad esempio omofoni: *míng* 名 [nome] e *míng* 鸣 [canto (dell'uccello)].

¹⁰ Y. Yan, *Liwu de liudong. Yi ge Zhongguo cunzhuang de hubui yuanze yu shehui wangluo* [La circolazione del dono. Rete sociale e principio di mutuo beneficio in un villaggio cinese], Shanghai People's Press, Shanghai 2000.

¹¹ G. Huang, *Renqing yu mianzi. Zhongguoren de quanli youxi* [Sentimenti di umanità e faccia. Giochi di potere dei cinesi], China Renmin University Press, Pechino 2004.

¹² J. Le, *Zhuanxingqi Zhongguo chengshi jumin liwu jiaohuan moshi yu tezheng chutan* [Studio preliminare sulle caratteristiche e i modelli di scambio di doni dei cittadini cinesi in fase di trasformazione], "Journal of Jiangxi Normal University (Social Science)", 39, 2006, 1, pp. 52-53.

¹³ W. Qian – M.A. Razzaque – K.A. Keng, *Chinese Cultural values and gift-giving behavior*, "Journal of Consumer Marketing", 24, 2007, 4, pp. 214-228, è un'analisi quantitativa sui regali in occasione del Capodanno Cinese nella città di Tianjin, in cui i dati vengono incrociati con quattro componenti comportamentali: importanza del dono, importo, selezione, orientamento al brand.

¹⁴ J. Chang, *Hanyu cihui yu wenhua* [Lessico cinese e cultura], Peking University Press, Pechino 1995.

¹⁵ X. Wang, *Hanyu xiucixue* [Retorica cinese], The Commercial Press, Beijing 2014, p. 219.

¹⁶ Perfino il dizionario *Hanyu da cidian* indica semplicemente "identità di suono" (声音相同) per 同音, e "identità o prossimità dell'attacco" (字词的声母相同或相近) per 谐音.

¹⁷ 同音字就是现代汉语里语音相同但字形、意义不同的字, 所谓语音相同, 一般是指声母、韵母和声调完全相同, 如“真-甄”、“轩-萱”、“话-桦”等, 就是同音字 [Nel cinese moderno i caratteri omofoni sono caratteri con identica pronuncia ma differente forma grafica e differente significato. Per identica pronuncia si intende totale identità di iniziale, finale e tono, come *zhēn* 真 'davvero' e *zhēn* 甄 'valutare'; *xuān*

I caratteri semi-omofoni condividono due dei suddetti elementi su tre, per cui può variare il tono (per esempio, sono semi-omofoni *míng* 名 [nome] e *mìng* 命 [destino]); la rima (*míng* 名 [nome] e *méng* 萌 [germoglio]) o infine l'attacco (*míng* 名 [nome] e *líng* 铃 [campanello]).

Tale distinzione viene qui adottata, ripromettendoci di approfondire ulteriormente il tema della teorizzazione dell'omofonia nella lingua cinese in uno studio distinto.

All'interno della tematica 'omofonia e cultura', tuttavia, il tema del dono non riesce a trovare una trattazione sistematica, e spesso si traduce in un elenco piuttosto limitato di esempi di tradizioni, o più spesso di divieti, la cui spiegazione è da ricondursi a una omofonia. Tra questi, uno degli esempi più citati è il divieto di regalare *sǎn* 伞¹⁸ [ombrelli], per omofonia con *sàn* 散 [lasciarsi], o *lí* 梨¹⁹ [pera], per rimando omofonico a *lí* 离 [lasciarsi]. Solitamente il tema è strettamente connesso ai *jinji* 禁忌 [tabù], e come tale trattato, sempre in maniera incidentale, all'interno di opere ad esso dedicate²⁰.

Concludiamo la rassegna con due studi che hanno esercitato una notevole influenza sul nostro lavoro. La prima è l'opera di Huang Tao, per la formulazione della teoria che le omofonie contenute all'interno di immagini, oggetti augurali e numeri siano veicolo di *wúshēng de zhùfú* “无 声 的 祝 福 [auguri silenziosi]”²¹.

La seconda è l'opera magistrale di Bjaaland Welch, la quale analizza l'arte cinese nelle sue componenti figurative che vanno a comporre rebus, omofonici e non, di buon augurio²².

Nel presente contributo ci prefiggiamo di fornire un quadro il più possibile esaustivo sulle omofonie all'interno dei regali come emerso dalla nostra indagine di campo, allo scopo di verificare quali siano ancora in uso e se siano state soggette a modifiche.

2. Metodologia

I dati presentati sono ricavati dalla trascrizione di un corpus orale da noi raccolto nella città di Langfang, Hebei, nell'autunno del 2017, con la raccolta di 30 interviste individuali semi-strutturate sul tema dell'omofonia.

Nel corso delle interviste ci si è avvalsi di tecniche di elicitazione per stimolare la produzione di omofonie e l'associazione tra omofonie e significato, ad esempio richiedendo all'intervistato di riportare alla memoria scritte esplicative presenti su taluni oggetti. Parti-

轩 'elevato' e *xuān* 萱 'giglio dorato'; *huà* 话 'parola' e *huà* 桦 'betulla'. Baidu baike 2018, sv. 同音字, <https://baike.baidu.com/item/%E5%90%8C%E9%9F%B3%E5%AD%97>, ultima consultazione 30 maggio 2020.

¹⁸ *Inter alios*, E. Dao, *Xieyin biaoyi de wenhua neihan* [Implicite culturali degli ideogrammi omofonici], “Inner Mongolia Social Sciences”, 121, 2000, 3, pp. 115-199, p. 117.

¹⁹ X. Lu, *Yuyan jinji xianxiang de shehui yuyanxue kaocha* [Analisi sociolinguistica del fenomeno del tabù linguistico], “Journal of Shanghai University (Social Science)”, 11, 2004, 3, pp. 94-97, p. 95.

²⁰ *Inter alios*, J. Wan, *Zhongguo minjian jinji fengsu* [Tradizioni sui tabù popolari cinesi], Central Compilation and Translation Press, Pechino 2010.

²¹ T. Huang, *Xieyin xiangzheng yu jixiang minsu* [Il fenomeno omofonico e le tradizioni popolari propizie], “Journal of Hebei University (Philosophy and Social Science)”, 31, 2006, 2, pp. 14-19.

²² P. Bjaaland Welch, *Chinese Art: A Guide to Motifs and Visual Imagery*, Tuttle, Singapore 2008.

colare attenzione è stata posta alla consapevolezza da parte del parlante nativo del collegamento omofonico.

L'intervista semi-strutturata si è dipanata intorno a due nuclei tematici principali: da un lato, riti e usanze, all'interno dei quali si sono indagate le modalità di intervento dell'omofonia negli ambiti della sfera privata e della sfera sociale; e dall'altro la percezione, in particolare riferita alla violazione del tabù omofonico.

L'indagine ha coinvolto un campione tipologico a scelta ragionata, per cui gli intervistati sono stati identificati sulla base di alcuni sottogruppi ('strati') determinati da variabili ritenute significative: l'area di residenza (la città di Langfang), l'età, il sesso e l'occupazione, secondo i criteri di suddivisione, criticità e differenziazione.²³

Per quanto concerne il sesso, si è cercato di coinvolgere in modo proporzionale uomini e donne, seppur con qualche difficoltà dovuta alla tendenza delle donne ad accettare l'intervista per cedere poi il posto a un uomo al momento dell'incontro. Nonostante gli adeguamenti in corso d'opera, vi è una lieve discrepanza nel campione: 16 maschi e 14 femmine.

Per quanto concerne l'età, si è preferito escludere la fascia d'età inferiore ai 19 anni²⁴ e quella superiore ai 75 anni, come spesso avviene, peraltro, nel campionamento linguistico²⁵. La campionatura è avvenuta per due fasce di età, dai 20 ai 44 anni e dai 45 anni in su, con l'obiettivo di rilevare credenze e comportamenti comuni in una medesima generazione e le differenze imputabili in via ipotetica al salto generazionale. Nella fascia 20-44 anni, vi sono 11 maschi e 9 femmine, mentre nella fascia oltre i 45 anni vi sono 5 maschi e 5 femmine.

Per quanto concerne la professione, durante la ricerca di campo è emerso che un vincolo al numero degli intervistati per determinate professioni avrebbe limitato aprioristicamente l'indagine di settori particolarmente complessi e potenzialmente significativi. Il campione si è quindi ampliato e di volta in volta sono stati individuati gli interlocutori ideali agli scopi della nostra ricerca: studenti, docenti, negozianti, impiegati, operai, ristoratori, addetti del settore funerario e del settore matrimoniale.

Le interviste sono indicate da una sigla che risulta composta dal numero sequenziale dell'intervista (da 1 a 30), la lettera M o F a seconda del sesso dell'intervistato e infine l'indicazione dell'età. Ad esempio, 1F26 indica la prima intervista, in cui l'intervistato è una donna di 26 anni. Questa nomenclatura permette un'analisi molto agevole dei comportamenti in base all'età e al sesso.

²³ Si fa qui riferimento a tre degli otto criteri di Bichi riportati da M. Caselli, *Indagare col questionario. Introduzione alla ricerca sociale di tipo standard*, Vita e Pensiero, Milano 2005, p. 155: per la suddivisione, deve essere individuato almeno un caso per ciascuno dei gruppi identificati; per la criticità, devono essere selezionati individui il cui apporto sia particolarmente significativo per il fenomeno indagato; per la differenziazione, si seleziona un campione il più eterogeneo possibile.

²⁴ I parlanti molto giovani presentano infatti una "scarsa capacità di analisi" e hanno la "tendenza a prendere per gioco molte delle domande che potrebbero venire loro sottoposte" (B. Turchetta, *La ricerca di campo in linguistica. Metodi e tecniche di indagine*, Carocci Editore, Roma 2000, p. 47).

²⁵ Come osserva Caselli, tali interviste sono particolarmente difficili ed è molto probabile che ne risultino informazioni distorte, al punto che quando sono il target di una ricerca vengono solitamente intervistate persone a loro vicine che ne conoscono usi e abitudini (M. Caselli, *Indagare col questionario*, p. 140 nota 3).

Trattandosi di un'indagine di tipo esplorativo, essa si è configurata sin dall'inizio come una ricerca qualitativa²⁶, più idonea per un dominio poco conosciuto di cui si ritiene siano presenti elementi che valga la pena approfondire e che consente al ricercatore di raccogliere informazioni “nel modo più aperto possibile²⁷”, mirando “alla ricchezza e alla profondità dei dati²⁸”. Si sottolinea che tale campionamento risulta ‘non probabilistico²⁹’, per cui i risultati ottenuti non hanno valore statistico e non sono estendibili all'intera popolazione – seppur per diversi studiosi i trend di quanto si verifica nell'area intorno a Pechino siano indicativi di quanto si verifica a livello nazionale³⁰. Il corpus trascritto include 217.207 caratteri, per un totale di circa 400 cartelle.

Come riferimento teorico, nella classificazione delle tipologie di regali, si è applicata la griglia di Yan Yuxia³¹, che distingue tra *biǎodáxing lǐwù* 表达性礼物 [doni dimostrativi] e *gōngjùxìng lǐwù* 工具性礼物 [doni strumentali]; mentre per l'interpretazione dei dati il quadro teorico è fornito dall'interpretazione di Huang Tao dell'omofonia come “augurio silenzioso³²”.

Il nostro studio prende le mosse dalle due seguenti domande di ricerca:

1. Quale sia la percezione del regalo in Cina;
2. Quali siano le modalità di intervento dell'omofonia nella scelta del dono, da una prospettiva socio-linguistica.

3. *Analisi*

Nel presente paragrafo vengono analizzati dapprima la percezione del dono per il parlante madrelingua, che sembra in netto contrasto con quanto definito dalla letteratura, ma sulla quale torneremo nelle conclusioni con una proposta interpretativa; in secondo luogo vengono analizzate le tipologie di doni in base alla formulazione teorica di Yan Yuxia, con una classificazione in base alle relazioni tra le parti.

²⁶ Come evidenzia Tusini, la ricerca qualitativa è “disomogenea”, finalizzata alla comprensione della “molteplicità del reale” e respinge “le teorie a priori per non essere condizionata”; al contrario la ricerca quantitativa utilizza la medesima rilevezione, con l'obiettivo di inserire i dati raccolti in una matrice (S. Tusini, *La ricerca come relazione. L'intervista nelle scienze sociali*, FrancoAngeli, Milano 2006, pp. 62-70).

²⁷ F. Lucidi – F. Alivernini – A. Pedon, *Metodologia della ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna 2008, pp. 22-28.

²⁸ P. Corbetta, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1999, p.70.

²⁹ Il campione è probabilistico quando la modalità di estrazione è casuale all'interno di una lista di campionamento e ogni intervistato ha la stessa probabilità di essere selezionato oppure una probabilità nota diversa da zero, mentre è non probabilistico quando la probabilità non è nota oppure risulta uguale a zero. Il risultato è estendibile a tutta la popolazione solo in caso di campionamento probabilistico. (M. Caselli, *Indagare col questionario*, pp. 140-141.)

³⁰ S. Zhang, *Beijing Guanhua yuyin yanjiu* [Analisi fonologica del Cinese Moderno Standard], Beijing Language and Culture University Press, Pechino 2010, p. 24.

³¹ Y. Yan, *La circolazione del dono*.

³² T. Huang, *Il fenomeno omofonico*, p. 14.

3.1 Percezione: la scarsa propensione al dono

Contrariamente a quanto emerso in letteratura, dal nostro corpus emerge la percezione da parte del parlante comune per cui tradizionalmente i cinesi tendano a scambiarsi pochi regali, e tale percezione trova riscontro in maniera trasversale nelle varie fasce di età e applicata a diversi contesti.

Non sono previsti scambi di doni in occasione di festività tradizionali, come la Festa di Primavera, solitamente associate a cibi tradizionali, che possono all'occorrenza essere portati in dono³³, senza che però vi sia l'idea di un vero e proprio dono, quanto di una condivisione.

Il concetto di condivisione associato al momento conviviale si ripresenta ripetutamente, come nel caso dei festeggiamenti per la laurea di un amico, un compleanno o una promozione³⁴.

Nella fascia più giovane, 23M20 risponde nel seguente modo alla domanda su cosa si regali a un amico per la laurea:

答: 送礼物的话, 没有, 很少。

问: 很少送礼物。

答: 嗯, 就是吃饭。就是一块玩儿。

R: Fare regali... no, raramente.

D: Raramente si fanno regali.

R: Sì, si mangia insieme. Ci si diverte insieme.

E poco oltre:

答: 一般的话好哥们儿嘛, 就一般不送, 就吃个饭, 送的话就是送点他比较喜欢的东西。但是一般都是不贵重的东西, 就是有那个心意就行了。

R: Di solito tra buoni amici non ci si fanno regali, si mangia [insieme], se si fa un regalo deve essere qualcosa che piaccia, ma di solito non sono cose preziose, basta il pensiero.

La stessa posizione sui regali è confermata da intervistati più maturi, come 7M43:

答: 像我们这个年龄, 四十多岁的人呐, 他不会, 就是说很少送东西, 就是有可能会互相吃一顿饭, 现在这个小孩子有互送生日礼物的这个习惯, 像我们这都四十多岁了就什么都不送了。

R: A quest'età, per noi che abbiamo più di 40 anni, no, raramente si fanno regali, magari si mangia insieme, adesso i ragazzi hanno l'abitudine di farsi regali, quelli della mia età non si regalano nulla.

In una fascia d'età superiore, 5F50 nota che anche per i matrimoni

³³ 2M25, 7M43.

³⁴ 7M43.

给礼物的很少。
Sono pochi a fare regali.

In generale, la percezione è la medesima a livello trasversale, riassumibile con la seguente affermazione di 2M25:

答: [...]我觉得平时中国人不是很喜欢送礼品, 我感觉。
R: Io credo che i cinesi solitamente non amino fare regali, questa è la mia opinione.

E poco oltre:

答: 我们很少送东西。很少送礼物。
R: Raramente facciamo regali. Raramente si fanno regali.

A domande più precise sullo scambio di doni all'interno della famiglia, emerge una direzione del dono, che procede dal più anziano al più giovane. Le interviste confermano come non ci si aspetti mai da un ragazzo un regalo ai propri genitori, ad esempio in occasione della festa del papà. Se secondo una mentalità di tipo confuciano nella società ognuno ha il suo ruolo, ai ragazzi spetta l'esclusivo compito di studiare. Il resto è considerato uno spreco inutile³⁵.

23M20 considera come regalo migliore per i propri genitori i risultati ottenuti a scuola:

答: 其实我们给父母很少送东西, 如果送的话父母就会, 因为我们还不挣钱。然后如果送的话父母会感觉你乱花钱, 然后但是不会埋怨你, 就会说你, 你不用送就行你有这个心意就行, 然后就是如果上学的时候就是你用好成绩, 你考个好分数, 我就很心满意足了。

R: In realtà raramente facciamo dei regali ai genitori, per un regalo potremmo..., perché noi non guadagniamo ancora. Se fai un regalo, i genitori potrebbero pensare che butti via i soldi. Non è che ti rimproverino, però ti direbbero “non serve fare regali, basta il pensiero, e poi a scuola basta che tu abbia dei buoni voti, dei buoni risultati agli esami e io sono contento”.

24F19 fornisce una risposta molto simile alla domanda su cosa regalerebbe a sua madre per il suo compleanno:

答: 嗯, 会给她做一顿饭, 然后就是自己亲手做的一些爱心, 爱心的午饭, 然后就会特别开心, 然后我妈一般是不注重礼物这些, 她想要的就是我在学习上的一些成就, 就比如说这次考试又得了多少多少名, 然后就是, 或者是拿了一个什么证书, 她就会觉得这些就是我对她的一个回报, 然后她就会觉得挺开心的。

R: le farei da mangiare, poi un pranzo fatto con il cuore, con le mie stesse mani, e ne sarebbe molto felice. Poi di solito mia mamma non dà importanza ai regali, vuole dei

³⁵ Lo stesso dicasi al momento della presentazione del/la fidanzato/a ai propri genitori: la difficoltà nel calibrare i regali risiede essenzialmente nel difficile bilanciamento tra l'esigenza di apparire generosi, senza però apparire degli scialacquatori (26F21).

buoni risultati a scuola, ad esempio che a quest'esame io mi classifichi in tal modo, poi, poi che prenda una qualche certificazione e così pensa che questa sarebbe la sua ricompensa, e così si sentirebbe molto felice.

Riassumendo, seppur ciò sembri contrastare con quanto contenuto all'interno delle interviste, gli intervistati sembrerebbero manifestare una tendenza a disconoscere l'istituzione del regalo in sé, che a differenza di quanto avviene con il mondo occidentale non sarebbe tendenzialmente collegata con festività o ricorrenze specifiche.

Nei paragrafi successivi analizziamo la presenza dei regali nella vita quotidiana in Cina.

3.2 Tipologie di regali

3.2.1 Regali strumentali

Sulla base della formulazione teorica di Yan Yuxia, che ampliamo ulteriormente, intendiamo per 'regali strumentali' doni con l'evidente obiettivo di costruire una relazione nel breve o nel lungo periodo, e sono regali attesi o determinati da obblighi sociali (*guanxi*).

3.2.1.1 *Vino e sigarette*

La prima tipologia di dono vede coinvolti personaggi estranei alla cerchia familiare e uniti al donatore da un vincolo formale, temporaneo o di lunga durata. Si può trattare ad esempio di un regalo formale a un proprio superiore in occasione di una festività per rinsaldare un rapporto³⁶, oppure di un regalo a qualcuno in una posizione ufficiale per richiedere o ringraziare di un favore³⁷.

7M43 collega il regalo delle sigarette proprio a questa seconda evenienza:

答: [...] 送烟, 求人帮忙办事才送烟呗, 哈哈。【偷笑】

R: Le sigarette [...] si regalano solo quando si ha bisogno di aiuto per fare qualcosa, ha ha ha [ride]

I regali più tradizionali sono due stecche di sigarette di marca³⁸ oppure due bottiglie di alcolici³⁹.

È importante sottolineare che se il numero degli oggetti regalati deve essere sempre pari, dal momento che *hǎoshì chéngshuāng* 好事成双 [le cose buone vengono sempre in coppia], nel caso di regali istituzionali ci si riduce solitamente a due, selezionando even-

³⁶ Per 15M32 si regala in occasione del Capodanno Cinese.

³⁷ Per la natura di tali doni, gli intervistati coinvolti sul tema si trovano in età lavorativa.

³⁸ Secondo 7M43, solitamente la marca *Zhōnghuá* 中华 [Cina], dal costo di circa 400 *Renminbi* [circa 50 €] la stecca.

³⁹ Secondo 25F26 solitamente delle seguenti marche: Maotai (*Máotái* 茅台), Grappa dei 5 cereali (*Wǔ liáng yè* 五粮液), Blue sky (*Tiān zhī lán* 天之蓝), Blue sea (*Hǎi zhī lán* 海之蓝), Blue dream (*mèngzhī lán* 梦之蓝), che hanno una fascia di prezzo compresa tra alcune centinaia e il migliaio di *Renminbi* [circa 130 €].

tualmente una bottiglia di qualità superiore nel caso si decidesse di presentare un regalo più prestigioso⁴⁰.

In questa tipologia di dono l'omofonia sembra non intervenire.

3.2.1.2 *Denaro*

Qualora vino e sigarette non fossero adeguati per la natura del favore richiesto, si procede con il dono in denaro, il cui ammontare varia a seconda dell'esigenza, in una busta di colore rosso, detta *hóngbāo* 红包 [busta rossa].

Il versamento di importi in denaro è previsto anche all'interno di relazioni parentali o amicali, ossia in rapporti di lunga durata e con un maggior coinvolgimento emotivo, in concomitanza con alcuni eventi sociali quali matrimoni o funerali. Parenti e amici sono tenuti a *suí fēnzi* 随份子 [versare la quota], che verrà annotata su appositi registri insieme al nome del donatore, in modo da essere restituita quando si presenterà l'occasione, in base al principio di reciprocità, *lǐshàng wǎnglái* 礼尚往来 [ricambiare la cortesia]. 6F50 spiega nel seguente modo la funzione dei registri:

答: 买两个账本儿, 就是有两个, 一个写帐的, 一个收钱的。都去饭店那个去随礼去了, 我们都叫随礼。

问: [...] 应该给多少钱呢?

答: 都好不错的, 就看你的礼尚往来, 你平时随人家五百, 他也差不多五六百块钱儿, 你就是礼尚往来的事。

R: Si comprano due registri, quindi ce ne sono due, uno per scrivere, e l'altro per ricevere i soldi. Entrambi nel ristorante, quando si mette la quota, noi la chiamiamo 'mettere la quota'.

D: [...] Quanto bisogna mettere?

R: Non poco, a seconda del principio di reciprocità, se tu di solito metti 500, anche lui ti deve dare più o meno 5-600 RMB, è una questione di reciprocità.

Gli importi sono determinati spesso da regole non scritte, ma tra i giovani prevale il desiderio di veicolare un messaggio augurale, come emerge dal racconto della sposina 21F26 sul dono del suocero di una busta contenente 10.001 *Renminbi*:

这都是现金, 然后我爸爸, 我公公会把那一块钱抽出来, 说的就是万里挑一的意思, 就是万里挑一的媳妇儿, 就是特别喜欢特别满意的那种。

Tutti in contanti, poi papà, cioè mio suocero, ne ha tolto un *Renminbi*, a indicare che si tratta di una scelta su 10.000, quindi una moglie scelta tra 10.000, quindi che gli piaccio molto, che ne è molto soddisfatto.

La medesima sposina 21F26 riporta poco oltre anche un messaggio augurale omofonico veicolato dal regalo di 1314 *Renminbi* [circa 173 €] da parte della sua testimone, che interpretava come augurio di trascorrere una vita insieme, per omofonia tra *yī sān yī sì* 一三三四 [1314] e *yīshēng yīshì* 一生一世 [una vita insieme].

⁴⁰ 7M43.

Dall'osservazione di campo è emerso come spesso vengano utilizzati importi in denaro multipli di 6 e di 8, percepiti come di buon auspicio. *Bā* 八 [8], è un rimando estremamente trasparente a *fā(cái)* 发(财) [fare fortuna], ed è sicuramente un numero molto amato in Cina per questa sua valenza. *Liù* 六 [6] viene riconosciuto come positivo, seppur l'origine omofonica sia andata completamente perduta: in origine esso era da ricondurre a *lù* 禄 [prebenda, buona fortuna⁴¹]; rimane oggi il collegamento, ad esempio per 7M43, al modo di dire *liù liù dà shùn* 六六大顺 [66 e si va in scioltezza], ma in taluni casi, come in 3F70 lo si riconduce a un generico senso di fluidità (*ben shùnli* “很顺利” [è scorrevole]).

Pertanto, vengono spesso corrisposte cifre pari a 600, 666, 800 o 888 *Renminbi*.

3.2.2 Regali dimostrativi

Con regali dimostrativi, intendiamo regali svincolati da necessità od obblighi sociali di sorta, finalizzati al solo scopo di esprimere affetto o vicinanza emotiva.

3.2.2.1 Denaro

Anche nei regali dimostrativi figura la *hóngbāo* 红包 [busta rossa], che trae le sue origini dalla strenna regalata dalle generazioni più anziane ai bambini durante il Capodanno Cinese, ma trova oggi delle applicazioni molto più ampie, tra cui l'usanza di regalare soldi via telefono, tramite l'App Wechat. La pratica è diffusa in particolar modo tra i giovani, in maniera trasversale tra i sessi, ed è caratterizzata da importi anche molto ridotti, ma con una forte valenza omofonica.

Inter alios, 24F19 sottolinea il valore augurale degli importi:

答: 哦, 会, 就是虽然说面额不大, 但是就是, 嗯, 也会发。

问: 发多少呢?

答: 一般就是6块6毛6, 8块8毛8, 比较顺的, 顺的数字。

Si, sì mandano [le bustine rosse], ma gli importi non sono elevati, ma sì, si mandano anche le bustine.

D: Da quanto?

R: Di solito 6.66, 8.88, importi piuttosto favorevoli.

La stessa posizione è confermata da 23M20:

答: 如果远的话, 比如说我在廊坊他在别的地儿, 我就会给他发个红包儿, 然后留言写上祝你生日快乐, 发个语音什么的, 就会。

问: 红包应该是多少钱?

答: 看自己的情况, 然后也看你俩的关系, 但是一般的话就是给个, 就是跟你之前说的那个吉利数就行, 比如说六块六毛六, 八块八毛八, 或者是八十八块八毛八, 但是这个数字的话你可以发八块八毛八, 跟八十八块八毛八其实他意思是一样的, 只不过是钱的金额多少一样。

R: Se è lontano, se abita in un altro posto diverso da Langfang, posso mandargli [via telefono] una busta rossa, con il messaggio “tanti auguri”, mandare un vocale. Così.

⁴¹ T. Huang, *Il fenomeno omofonico*, p. 17.

D: Di quant'è la busta rossa?

R: Dipende da te, e da in che rapporti siete, ma di solito si dà, come ti dicevo prima basta un numero di buon augurio, come 6.66, 8.88, o 88.88, ma puoi anche mandare 8.88, che ha lo stesso significato di 88.88, è solo una questione di importo.

Alla domanda su quando si usi inviare le buste rosse, 23M20 suggerisce ogni possibile ricorrenza.

答: 端午节, 中秋节, 那春节, 比较好的朋友都会发个红包, 对。

R: Alla Festa delle Barche Drago, la Festa di Mezz'Autunno, la Festa di Primavera, se si è in rapporti abbastanza buoni di solito si manda la busta, sì.

3.2.2.2 Altri regali

Nella scelta di un dono, identifichiamo due differenti direzioni: la cura nell'evitare alcuni tabù e la formulazione di un augurio positivo. All'interno di questa categoria, emergono diverse omofonie, che sono state raggruppate per praticità nella tabella che segue e verranno commentate di seguito.

Tabella 1 - Omofonie nei regali

| | <i>Famiglia</i> | | <i>Oggetto</i> | <i>Nome in cinese</i> | <i>Rimando omofonico</i> | <i>Omofono (O)/Semi- omofono (SO) con variazione</i> |
|---|-----------------|---|-------------------------|---------------------------|---|--|
| A | Tabù | 1 | ombrello | sǎn 伞 | sǎn 散 [lasciarsi] | SO tono |
| | | 2 | Pera | lí 梨 | lí 离 [lasciarsi] | O |
| | | 3 | Regalare un orologio | sòng zhōng 送钟 | sòngzhōng 送终 [dare l'estremo saluto] | O |

| | | | | | | |
|---|--------|-----|----------------------------------|-----------------------------|--|--|
| B | Numeri | 4 | 8 | <i>bā</i> 八 | <i>fā(cái)</i> 发(财) [fare fortuna] | SO attacco |
| | | 5 | 6 | <i>liù</i> 六` | <i>lù</i> 禄 [buona fortuna]; reinterpretato come <i>liú</i> 流 [scorrere] | SO rima (reinterpre- tato come SO tono) |
| | | 6-7 | 1314 | <i>yī sān yī sì</i> 一三一四 | <i>yīshēng yīshì</i> 一生一世 [per tutta la vita] | O+SO rima |
| C | Frutta | 8 | Mandarino | <i>jú(zǐ)</i> 桔(子) | <i>jí</i> 吉 [propizio] | SO rima |
| | | 9 | Banana | <i>xiāngjiāo</i> 香蕉 | <i>hùxiāng jiāocuò</i> (相)互交(错) [intrecciarsi l'uno con l'altro]/ <i>xiāngjiāo</i> (<i>xiāngshí</i>) 相交(相识) [conoscersi (e fare amicizia)] | O |
| | | 10 | Uva <i>pútao</i> 葡萄 | <i>zǐ</i> 籽 [seme] | <i>zǐ</i> 子 [figli] | O indiretta |
| | | 11 | Melograno <i>shíliú</i> 石榴 | <i>zǐ</i> 籽 [seme] | <i>zǐ</i> 子 [figli] | O indiretta |
| | | 12 | Mela | <i>píng(guǒ)</i> 苹(果) | <i>píng (píng' ān ān)</i> 平(平安安) [pace] | O |
| | | 13 | Cachi (in coppia) | <i>shì(zǐ)</i> 柿(子) | <i>shìshì (rú yì)</i> 事事(如意) [che ogni cosa (vada come desideri)] | O |
| D | Piante | 14 | Bambù | <i>zhú</i> 竹 | <i>zhù</i> 祝 [augurio] | SO tono |

| | | | | | | |
|---|--------------------|----|------------------------------|--|---|------------|
| E | Oggetti decorativi | 15 | Verza | <i>báicài</i> 白菜 | <i>bǎi cái</i> 百财 [cento ricchezze]/ <i>cái(yuán gǔngǔn)</i> 财(源滚滚) [le ricchezze (entrino in profusione)] | SO tono |
| | | 16 | Zucca a fiasco | <i>húlu</i> 葫芦 | <i>fú+ lù</i> 福+禄 [fortuna]+ [ricchezza] | SO attacco |
| | | 17 | Pesce | <i>yú</i> 鱼 | <i>yú</i> 余 [abbondanza]/ <i>(nián nián yǒu) yú</i> (年年有)余 [(che ogni anno vi sia) abbondanza]/ <i>(fùguì yǒu) yú</i> (富贵有)余 [[ricchezze e onori] in abbondanza] | O |
| | | 18 | Bottiglietta (di profumo) | <i>(xiǎo)</i> <i>píng(r)</i> (小) 瓶(儿) | <i>píng (píng' ān ān)</i> 平 (平安安) [pace] | O |
| | | 19 | Thermos | <i>(nuǎn)píng</i> (暖)瓶 | <i>píng (píng' ān ān)</i> 平 (平安安) [pace] | O |
| | | 20 | Vaso per i fiori | <i>(huā)píng</i> (花)瓶 | <i>píng (píng' ān ān)</i> 平 (平安安) [pace]/ <i>píng(ān fùguì)</i> 平 (安富贵) [pace, (ricchezze e onori)] | O |

| | | | | | | |
|---|--------------------|-----------|------------------------------------|---|---|----------------|
| E | Oggetti decorativi | 21 | Coperta | <i>bèizi</i> 被子 | (<i>yī</i>) <i>bèizi</i> (一)辈子 [una vita (insieme)] | O |
| | | 22 | Bicchieri | <i>shuǐbēi</i> 水杯/ <i>bēizi</i> 杯子 | (<i>yī</i>) <i>bèizi</i> (一)辈子 [una vita (insieme)] | SO tono |
| F | Animali | 23 | Gallo | <i>jī</i> 鸡 | <i>jí</i> 吉 [propizio]/ <i>jí(xiáng rú yì)</i> 吉(祥如意) [(che si abbia tanta) fortuna (quanta si desidera)] | SO tono |
| | | 24 | Elefante | <i>xiàng</i> 象 | (<i>jí</i>) <i>xiáng</i> (吉)祥 [propizio]/ <i>jí(xiáng rú yì)</i> 吉(祥如意) [(che si abbia tanta) fortuna (quanta si desidera)] | SO tono |
| | | 25- 26 | Bottiglia su elefante | <i>píng</i> 瓶 <i>xiàng</i> 象 | (<i>sìhǎi shēng</i>) <i>píng</i> (四海升)平 [la pace (regna sui quattro mari)]/ (<i>jí</i>) <i>xiáng píng(ān)</i> (吉)祥平(安) [fortuna e pace] | O + SO tono |
| | | 27 | Scimmia sul dorso di un cavallo | <i>bóu</i> 猴 <i>mǎ</i> 马 | <i>mǎ (shàng fēng)</i> <i>bóu</i> 马(上封)侯 [(si conferiscano) subito alti onori] | O |

| | | | | | | |
|---|---------|----|-------------------|--|---|---------|
| F | Animali | 28 | Gazza su un pruno | <i>xǐ (què)</i> 喜(鹊) [gazza] <i>méi</i> 梅 [pruno] | <i>xǐ (shàng) méi shāo</i> 喜(上眉梢) [(essere fuor di sé dalla) gioia] | O |
| | | 29 | Tigre | <i>hǔ</i> 虎 | <i>hù</i> 护 [proteggere] | SO tono |
| | | 30 | Pipistrello | <i>fú</i> 蝠 | <i>fú</i> 福 [fortuna] | O |

Famiglia A: i tabù

Dei tabù tradizionali sul dono registrati in letteratura rimane ben poco: solo 1F26 è consapevole dell'origine omofonica del divieto di regalare ombrelli, soprattutto tra fidanzati, per omofonia tra *sǎn* 伞 [ombrello] e *sǎn* 散 [lasciarsi].

Permane, in una certa misura, il tabù nei confronti dell'orologio: l'omofonia tra *sòng zhōng* 送钟 [regalare un orologio], e *sòngzhōng* 送终 [dare l'estremo saluto] risulta estremamente trasparente e il rispetto del tabù che ne deriva trova corrispondenza in entrambi i sessi e in tutte le fasce d'età, con una maggior sfumatura di rispetto, quando non di vero terrore, nella fascia più anziana.

Ad esempio, la reazione più violenta è quella di 3F70. Si noti il timore connesso alla sfortuna, manifestato da una significativa variazione nel volume della voce.

问: 那您会送钟表吗?

答: 不不不, 钟表不能送。[...] 我们谁家死人了, 好朋友家死人了, 我们去参加葬礼, 这叫“送终”。所以不敢说, 我们从来不敢送表, 钟。不送。

问: 我买一个劳力士送给您, 您不要吗?

答: 不不不, 那也害怕。那也害怕, 真的。不会愿意啊。【低声】因为不吉利。 [...]

D: E regalerebbe un orologio?

R: Nonono, gli orologi non si possono regalare. Quando in una famiglia muore qualcuno, a dei buoni amici muore uno della famiglia, noi partecipiamo al funerale, si dice *songzhong*. Quindi non si osa dire, non si regala mai... un orologio. Non si regala.

D: Se le comprassi un Rolex, non lo vorrebbe?

R: Nonono, anche quello mi fa paura. Anche quello mi fa paura, davvero. Non potrei mai volerlo [a voce bassa] perché porta male. [...]

Anche in una fascia d'età inferiore, 7M43 manifesta preoccupazione: alla domanda se accetterebbe un orologio, risponde con una risata, che, come spesso accade nella cultura cinese, denota disagio. Il suo commento ci permette anche di introdurre un'importante

distinzione lessicale tra *zhōng* 钟 [orologio da parete o da tavolo], e *biǎo* 表 [orologio da polso], che è una novità rispetto alla tabuizzazione tradizionale in cui non erano distinti.

答: 哈哈哈哈哈, 我可能不戴。【偷笑】

问: 可能不戴。

答: 但是可能会接受, 因为它毕竟是那个价值在那儿呢。... 诶, 对了, 好像这个情人, 现在啊, 情人, 就是年轻的互赠那个情侣表, 有这么一说。[...] 他们不讲这些东西, 什么送钟不送钟, 他们不在乎。

R: Ah ah ah, non lo porterei [ride].

D: Non lo porterebbe.

R: Ma lo accetterei, perché alla fine è un oggetto di valore. ... Eh, giusto, sembra che gli innamorati, adesso, gli innamorati, i giovani si regalino la coppia di orologi da polso, così si dice. [...] Loro non danno retta a queste cose, se si regali o no un orologio, non gliene importa.

Tale distinzione lessicale risulta fondamentale nella fascia giovanile: 2M25 esclude categoricamente l'orologio da parete da qualsivoglia regalo, mentre ammette l'orologio da polso, seppur di solito non sia previsto tra amici per via del costo, ma venga ricevuto dai genitori.

La posizione è confermata anche da parte di 26F21, in cui rimane evidente la distinzione tra orologio da polso e da parete/sveglia:

答: [...]之前我有一年教师节, 我想给我老师送一个小闹钟, 然后我妈妈就骂我, 她说“送什么呀送钟, 多不好呀。”我还不明白, 后来我想了一下 [...] 现在送表还挺常见的, 送表也没有什么特殊的寓意吧我感觉也是。就是一个, 比如说我, 我爸爸他就会送我, 之前就送我一块表嘛, 后来我妈妈又送我一个, 我觉得没有什么。

D: Una volta per la Festa degli Insegnanti⁴² volevo regalare a un mio insegnante una piccola sveglia, e mia mamma mi ha rimproverato, dicendomi: “Ma che sveglia e sveglia vuoi regalare? Non si fa!”, io non capivo, poi ci ho pensato... [...] Adesso regalare un orologio da polso è molto comune, non ha un significato particolare, secondo me. È uno, ad esempio mio, mio papà me lo potrebbe regalare, una volta me lo ha regalato, poi anche mia mamma me ne ha regalato uno. Credo non sia un problema.

Infine, permane il tabù di regalare *lí* 梨 [pera], che rimanda, in maniera trasparente al parlante madrelingua a *lí* 离 [lasciarsi]. Di fatto, si tratta dell'unica frutta esclusa dai regali, come consiglia 16F37, fruttivendola, e come sostenuto a gran voce da 13M33:

送一般也没有送梨的, 我喜欢吃我自己买去, 这可以。

Di solito non si regalano mai le pere, se uno le vuole se le va a comprare, questo sì.

⁴² Cade il 10 settembre.

Famiglia B: i numeri

Come emerso già negli importi delle buste rosse ma anche nel numero degli oggetti regalati, i numeri propizi sono *bā* 八 [8], rimando semi-omofonico con variazione dell'attacco, a *fā(cái)* 发(财) [fare (fortuna)], e *liù* 六 [6], in origine semi-omofono di *lù* 禄 [buona fortuna⁴³] con variazione di rima; più spesso viene reinterpretato oggi con il modo di dire *liù liù dà shùn* 六六大顺 [66 e si va in scioltezza] oppure viene ricondotto a *liú* 流 [scorrevole].

Dall'osservazione di campo, è emerso come l'importo *yī sān yī sì* 一三一四 [1314], omofono (con un carattere semi-omofono con variazione di rima) di *yīshēng yīshì* 一生一世 [una vita insieme], venga utilizzato spesso nello scambio di bustine rosse tra innamorati per le numerose ricorrenze di San Valentino nel calendario cinese, anche in importi ridotti, quali 13,14 *Renminbi* [circa 1,69 €].

Famiglia C: la frutta

La frutta è uno dei regali più comuni, in particolar modo nel momento in cui ci si reca in visita a casa di un amico⁴⁴. Permane comunque l'usanza di regalare oggetti in numeri pari, meglio se 6 oppure 8, come suggerito da 7M43.

Il valore omofonico augurale delle frutta è tendenzialmente trasparente, con un paio di eccezioni.

Jú(zi) 桔(子) [mandarino] può essere considerato un semi-omofono di *jí* 吉 [propizio], con variazione di rima, ma il suo significato augurale viene solitamente associato al fatto che il carattere di mandarino contenga già in sé, come componente, il carattere di 'propizio'⁴⁵.

Risulta del tutto opaco il significato omofonico augurale connesso alla banana, seppur sia evidente una forte connotazione positiva dimostrata dal suo diffuso impiego. A fronte di richieste di chiarimento, gli intervistati non sanno fornire una spiegazione chiara, con l'unica eccezione di 14F46, per la quale l'origine è omofonica:

香蕉属于一般就是一年四季都好买的水果，香蕉应该没有特别的吉利，但是它也，它毕竟是，应该是取一个是不是相互交错啊，嗯这种相交相识这种感觉，是什么意思，反正香蕉用的家挺多的。

La banana appartiene a una tipologia di frutta che di solito è facilmente acquistabile in tutte le stagioni, la banana non dovrebbe essere particolarmente di buon auspicio, ma è, alla fine è, deve aver acquisito il significato di 'intrecciarsi l'uno con l'altro', 'conoscersi e fare amicizia', tant'è che sono molte le famiglie che usano le banane.

In base a tale interpretazione, *xiāngjiāo* 香蕉 [banana], rimanderebbe quindi o a una combinazione del primo e del terzo carattere dell'espressione *xiānghù jiāocuò* 相互交错 [intrecciarsi l'uno con l'altro], oppure ai primi due di *xiāngjiāo xiāngshí* 相交相识 [conoscersi e fare amicizia].

⁴³ T. Huang, *Il fenomeno omofonico*, p. 17.

⁴⁴ 2M25.

⁴⁵ P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, p. 54.

L'omofonia è attestata in letteratura e ricondotta a *xiāngjiāo* 相交 [fare amicizia]⁴⁶.

Alcuni tipi di frutta rimandano invece a un'omofonia di una propria componente, come i semi contenuti nell'uva o all'interno dei melograni, entrambi indicati in cinese da *zǐ* 籽, omofono, e quindi portatore di *zǐ* 子 [figli], rimando augurale a *zǐ sūn mǎn táng* 子孙满堂 [una famiglia numerosa]⁴⁷.

Píngguǒ 苹果 [mela] è rimando omofonico a *píng'ān* 平安 [pace].

Shìzi 柿子 [cachi] sono spesso regalati in coppia oppure sono presenti in coppia come suppellettili o ritratti all'interno di rotoli dipinti (e quindi *shìshì* 柿柿); rimandano omofonicamente alla formula augurale *shìshì rú yì* 事事如意 [che ogni cosa vada come desideri]⁴⁸.

Famiglia D: le piante

Le piante sono un regalo comune, in particolare in occasione di un trasloco. Tra di esse spicca la pianta ornamentale del bambù, che nella cultura cinese rappresenta l'integrità morale dell'intellettuale confuciano per la sua capacità di piegarsi senza spezzarsi⁴⁹, ma il cui legame omofonico, non emerso dalle interviste, è in realtà ampiamente attestato in letteratura⁵⁰: *zhú* 竹 [bambù] è semi-omofono di *zhù* 祝 [augurio], con cambio di tono.

Famiglia E: oggetti decorativi

Come augurio di ricchezza, si usa donare come suppellettile una verza di giada: *báicài* 白菜 [verza] è omofono di *bǎi cái* 百财 [cento ricchezze], con variazione di tono. Il parlante la associa al detto paremico *cáiyuán gǔngǔn* 财源滚滚 [le ricchezze entrino in profusione]⁵¹.

Húlu 葫芦 [zucca a fiasco] è un rimando omofonico con variazione dell'attacco a *fú* 福 [fortuna] e *lù* 禄 [ricchezza⁵²].

Yú 鱼 [pesce] è omofono di *yú* 余 [abbondanza] e collegato dai madrelingua al detto paremico *nián nián yǒu yú* 年年有余 [che ogni anno vi sia abbondanza]⁵³. Spesso negli oggetti decorativi si presenta in coppia.

Píng 瓶 [bottiglia] è omofono di *píng'ān* 平安 [pace], che il parlante madrelingua collega alla forma raddoppiata *píng píng' ān ān* 平平安安 [pace]⁵⁴, oppure al detto *píng'ān fùguì* 平安富贵 [pace, ricchezze e onori]⁵⁵.

⁴⁶ Xu Jieshun racconta di un'usanza tra gli innamorati nel Jiangsu e nel Zhejiang secondo la quale nel momento in cui un giovane a cui è stata presentata una ragazza decide di portare la relazione a un livello successivo si presenta con delle banane, come segno di buon auspicio, e con il significato di 'intrecciarsi'. J. Xu, *Hanzu minjian fengsu* [Tradizioni popolari degli Han], China Minzu University Press, 1998, p. 952.

⁴⁷ Esempio e spiegazione di 15M32.

⁴⁸ Esempio e spiegazione di 14F46.

⁴⁹ P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, p. 20.

⁵⁰ *Inter alios*, L. Xun, *Meishu de gushi* [Storia dell'estetica], Beijing Book Co., Inc, 2016, p. 8.

⁵¹ 15M32, per cui l'omofonia è trasparente.

⁵² 15M32.

⁵³ Esempio di 14F46, per la quale l'omofonia è trasparente.

⁵⁴ Esempio di 14F46, per la quale l'omofonia è trasparente.

⁵⁵ Esempio di 14F46, per la quale l'omofonia è trasparente. Il secondo significato viene riferito nel momento in cui il vaso viene regalato, come se acquisisse un'accezione ulteriore.

L'omofonia di *ping* risulta produttiva, in quanto il suo messaggio augurale si moltiplica estendendosi ai morfemi vicini: vengono quindi inclusi *xiǎo píngr* 小瓶儿 [bottiglie (di profumo)]⁵⁶, *nuǎnpíng* 暖瓶 [thermos] e *huāpíng* 花瓶 [vasi per i fiori].

Lo stesso fenomeno si verifica per il morfema *bei*. In occasione di un matrimonio, si può regalare agli sposi *bèizi* 被子 [coperta], con l'augurio di stare insieme *yībèizi* 一辈子 [una vita]⁵⁷. Ma, con un'interpretazione forse personale, 15M32 suggerisce come dono per un amico uno *shuǐbēi* 水杯 (omofonia con variazione di tono), ossia un bicchiere-thermos di plastica trasparente utilizzato nel quotidiano per rifornirsi di tè anche fuori di casa, e a cui attribuisce il seguente significato:

另外呢这个水杯，这也是有一个谐音。一个杯子，杯子和这个一辈子其实是也是谐音的。可以比如说，啊，希望咱们的友情啊，或者说通过这个杯子传递一下，能够长久的下去，就是送这个杯子也可以。

Inoltre, questo bicchiere è anche un'omofonia. Un bicchiere è omofono di una vita [*yībèizi* 一辈子]. Ad esempio si può dire che, ecco, spero che la nostra amicizia, oppure tramite questo bicchiere che regalo, possa durare a lungo, e allora ti regalo il bicchiere.

Famiglia F: gli animali

Sono stati inclusi gli animali che vengono spesso raffigurati all'interno di decorazioni e dipinti, con una forte valenza augurale.

Jī 鸡 [gallo] è omofono con variazione tono di *jí* 吉 [propizio], che viene associato dai madrelingua al detto *jíxiáng rú yì* 吉祥如意 [che si abbia tanta fortuna quanta si desidera].

Xiàng 象 [elefante] è omofono con variazione di tono di *jíxiáng* 吉祥 [propizio]⁵⁸.

Spesso le figure vengono accostate dando origine a dei veri e propri rebus: *píng* 瓶 [bottiglia], sul dorso di *xiàng* 象 [elefante], forma il rebus *sìhǎi shèngpíng* 四海升平 [la pace regna sui quattro mari] oppure *jíxiáng píng'ān* 吉祥平安 [fortuna e pace]⁵⁹.

In maniera analoga, *hóu* 猴 [scimmia], omofono di *hóu* 侯 [onori], posta sul dorso di *mǎ* 马 [cavallo], omofono di *mǎshàng* 马上 [subito], cela l'augurio *mǎshàng fēng hóu* 马上封侯 [si conferiscano subito alti onori]⁶⁰.

⁵⁶ Esempio di 14F46, per la quale l'omofonia è trasparente.

⁵⁷ 21F26 racconta di averne ricevute dieci dalla suocera. L'usanza non è però nota a 6F50, proprietaria del negozio di articoli per matrimoni. Se ne è riscontrato largo uso in Italia, nella comunità cinese proveniente prevalentemente da Wenzhou, per cui i negozi di articoli per nozze offrono una gran varietà di coperte e trapunte dai prezzi con numeri di buon auspicio (888, 666). Potrebbe trattarsi di un'usanza proveniente dal sud, ma il rito riportato da 21F26 risulta abbastanza complesso per riferirsi a una tradizione consolidata: le coperte devono essere fatte a mano e cucite da un numero pari di donne del villaggio, solitamente otto, che siano dello stesso segno o di segno compatibile. Ogni coppia di donne cuce una coperta e nessun altro è autorizzato a mettervi mano prima che siano finite.

⁵⁸ Esempio e spiegazione di 30F35, per cui può essere regalato in occasione di una piccola promozione.

⁵⁹ Esempio e spiegazioni di 15M32.

⁶⁰ Esempio e spiegazione di 15M32. L'intervistato spiega inoltre come un soprammobile con tale immagine costituisca un regalo di buon augurio per la carriera.

Un'immagine beneaugurante per le nozze è il rotolo con dipinte due gazze, *xǐquè* 喜鹊, omofono di *xǐ* 喜 [gioia], su un ramo di *méi* 梅 [pruno], omofono di *méi* 眉 [sopracciglio]. Si veicola così l'augurio di felicità: *xǐ shàng méi shāo* 喜上眉梢 [essere fuor di sé dalla gioia].

Un animale molto raffigurato sugli abiti dei neonati è la tigre, come riportato anche da 2M25, che lo interpreta come un augurio il bambino diventi robusto e forte come una tigre. In realtà, si tratta in origine di omofonia con variazione di tono tra *hǔ* 虎 [tigre] e *hù* 护 [proteggere]⁶¹.

Infine, una delle omofonie più note: *fú* 蝠 [pipistrello], omofono di *fú* 福 [fortuna]. Nelle arti decorative, cinque pipistrelli, *fú* 蝠, si riuniscono in cerchio intorno al carattere di longevità, *shòu* 寿, a formare il rebus *wǔ fú pěngshòu* 五福捧寿 [le cinque fortune⁶² sorreggono la longevità]⁶³.

4. *Discussione e conclusioni*

Il primo elemento di riflessione è sul concetto di regalo, che i parlanti madrelingua sembrerebbero negare in riferimento alla cultura cinese. Riteniamo sia significativo il legame, sottolineato in letteratura⁶⁴, tra *lǐ* 礼 [rito] e *lǐwù* 礼物 [regalo], che costituisce qui una chiave di lettura interessante: il dono in Cina è sicuramente regolato dal principio di cortesia, ma risulta fortemente caratterizzato dall'obbligo sociale, al punto da costituire – ricordiamo quanto citato nell'introduzione – un onere economico che spesso conduce all'indebitamento, colpendo gravemente le fasce più svantaggiate della popolazione. Nel momento in cui si fa riferimento a un dono spontaneo, caratterizzato dalla leggerezza e dalla espressione di un gesto di affetto, il parlante vi si riferisce non come a un dono, ma a una *xīnyì* 心意 [pensiero]⁶⁵, alleggerendone la portata e il peso emotivo.

Dalla nostra analisi emerge come l'omofonia si inserisca proprio con maggior forza all'interno del 'pensierino', mentre rimanga piuttosto marginale nell'ambito dei 'doni' attesi socialmente.

Identifichiamo quattro diversi gruppi di destinatari del dono, di cui tre fanno parte del mondo delle *guanxi* [relazioni].

In primo luogo, vi è un destinatario formale, esterno alla famiglia e agli affetti, legato in un rapporto temporaneo, come nel caso di un dirigente pubblico o di un medico. In quest'ambito, il dono rimane ben definito (sigarette, vino, soldi), con l'obiettivo chiaro

⁶¹ Il collegamento omofonico tra *hǔ* 虎 [tigre] e *hù* 护 [proteggere] viene evidenziato, *inter alios*, da P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, p. 147. In assenza di evidenze, non sosterremmo qui la teoria, seppur allettante, che si potrebbe trattare di una corrispondenza tra *lǎohǔ* 老虎 [tigre] e *bǎohù* 保护 [proteggere], una semi-omofonia con variazione dell'attacco.

⁶² Le Cinque Fortune o Cinque Benedizioni sono: ricchezza, salute, longevità, vita virtuosa e morte naturale (P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, p. 113).

⁶³ Esempio e spiegazioni di 15M32.

⁶⁴ *Inter alios*, Y. Yan Yimo, *Regali*, pp. 45-49.

⁶⁵ 23M20.

e limitato nel tempo di ottenere aiuto su una singola vicenda. L'omofonia non emerge in questa tipologia di regalo.

In secondo luogo, vi è un destinatario formale, esterno alla famiglia e agli affetti, legato in un rapporto duraturo, come nel caso di un responsabile sul luogo di lavoro, con il quale si ha desiderio di mantenere e rafforzare una relazione di lungo periodo. L'omofonia si manifesta in un grado molto basso: si tratta solitamente di messaggi augurali per un avanzamento di carriera, contenuti in oggetti da esporre in ufficio: è il caso di un dipinto che rappresenti una scimmia, *bóu* 猴, omofono di *bóu* 侯 [onori], posta sul dorso di un cavallo, *mǎ* 马, che rimanda all'augurio omofonico *mǎ shàng fēng hóu* 马上封侯 [si conferiscano subito alti onori].

La terza tipologia è un destinatario informale, parente o amico, quindi legato in un rapporto a lungo termine, ma in un contesto formalizzato, in un momento rituale ben specifico, come il matrimonio. Il dono risulta vincolato a una serie di requisiti, ossia: obbligatorietà, reciprocità e corrispondenza di un importo in denaro proporzionale al vincolo affettivo/familiare. In tale ambito, tra i più giovani si fa spazio l'iniziativa del singolo di voler conferire un significato augurale aggiuntivo, ad esempio ricorrendo ad importi beneauguranti, come *yī sān yī sì* 1314 *Renminbi*, rimando augurale a *yīshēng yīshì* 一生一世 [una vita insieme]. Vi è l'usanza di accompagnare al regalo istituzionale anche un regalo beneaugurante, come *bèizi* 被子 [coperta], come augurio di stare insieme *yībèizi* 一辈子 [una vita].

Il fine è ancora confermare e rinsaldare un rapporto di lungo periodo.

L'omofonia risulta maggiormente diffusa nella quarta e ultima tipologia: è il caso del destinatario informale, in un contesto informale, nella costruzione di nuove relazioni o nel mantenimento di relazioni di lunga durata. In questo caso, largo spazio viene lasciato all'inventiva del singolo nell'associare un significato augurale a un oggetto di uso quotidiano o a un frutto, e il valore simbolico del dono prevale di gran lunga su qualunque valore economico, come con l'invio di una bustina di 6 *Renminbi* [circa 0,77 €] via Wechat. L'augurio, che mira a rinsaldare il rapporto, esaurisce in sé la propria carica.

Si nota la tendenza a una riformulazione in positivo del valore omofonico, per cui stanno perdendo progressivamente peso le tabuizzazioni tradizionali nei doni. Nello specifico, il tabù di regalare *sǎn* 伞 [ombrello], per timore portasse sfortuna per l'omofonia con *sàn* 散 [lasciarsi], rimane noto solo a un'intervistata⁶⁶. Permane, in una certa misura, il tabù nei confronti dell'orologio, regalo evitato per omofonia tra *sòng zhōng* 送钟 [regalare un orologio] e *sòngzhōng* 送终 [dare l'estremo saluto]. Come emerso dalle interviste, vi è stata una reinterpretazione lessicale, per cui il tabù è rimasto vincolato a *zhōng* 钟 [orologio da parete o da tavolo], ma si è dissociato da *biǎo* 表 [orologio da polso]. Permane infine il tabù di regalare *lí* 梨 [pera], percepito come portatore di sventure per il rimando omofonico a *lí* 离 [lasciarsi].

⁶⁶ 1F26.

Parallelamente allo smorzarsi dei tabu omofonici, emergono nuovi legami omofonici con una funzione positiva, che è stata interpretata come segno della maggiore fiducia nel futuro da parte del popolo cinese⁶⁷.

Vi è da sottolineare come il legame omofonico non sia sempre chiaramente identificabile per il parlante madrelingua: alcuni oggetti vengono ritenuti beneauguranti seppur l'origine omofonica sia andata completamente perduta – situazione che sembra verificarsi a fronte di una minor riconoscibilità del legame omofonico. All'interno del testo, l'omofonia interviene prevalentemente come identità di attacco, rima e tono (15 occorrenze su 30); è comunque presente un buon numero di semi-omofoni con una semplice variazione di tono: 8 occorrenze. Considerando che il tono si attiva solitamente alla lettura del carattere⁶⁸, ci sembra che in un contesto di rimandi di significato, in cui l'omofonia è destinata a rimanere “silenziosa”, come nelle parole di Huang Tao, la variazione del tono non viene di fatto ritenuta percettibile, e la semi-omofonia con variazione di tono possa essere di fatto assimilabile con l'omofonia. Per quanto concerne invece le altre variazioni, risultano 2 variazioni per l'attacco e 3 per la rima. Con esclusione dell'8, *bā* 八, il cui rimando a *fā*(*cái*) 发(财) [fare fortuna] è assolutamente trasparente per tutti i parlanti madrelingua, le variazioni di attacco e rima determinano una notevole opacità, al punto da determinare la perdita del legame omofonico e indurre spesso una nuova re-interpretazione: per l'attacco, si perde il legame tra *húlu* 葫芦 [fortuna] e *fú* 福 e *lù* 禄 [ricchezza]⁶⁹. Per la rima, 6, *liú*, non viene ricondotto all'omofonia originale *lù* 禄 [buona fortuna], ma viene re-interpretato come *liú* 流 [scorrere], con variazione di tono, o associato al detto, molto in voga nei giochi alcolici, *liú liú dà shùn* 六六大顺 [66 e si va in scioltezza]. Una variazione alla rima si verifica anche nella interpretazione omofonica di 3, all'interno di 1314 *yī sǎn yī sè*, che diventa rimando a *yīshēng* 一生, del detto *yīshēng yīshì* 一生一世 [per tutta la vita]. Ciò potrebbe accadere sia per variazione diatopica sia per un maggior vincolo dell'omofonia nei numeri, che offrono meno possibilità rispetto ad altri morfemi.

L'ultima variazione alla rima è *jú*(*zi*) 桔(子) [mandarino], rimando a *jí* 吉 [propizio], in cui la variazione determina il mancato riconoscimento della omofonia: il legame propi-

⁶⁷ C. Zhou, *Xieyin xianxiang yunhan de wenhua xinxi – xieyin xianxiang de wenhua jiedu zhi yi* [Informazioni culturali sulle implicazioni del fenomeno omofonico – Una interpretazione culturale del fenomeno omofonico], «Social Scientist», 3, 2005, pp. 182-185.

⁶⁸ S. Wiener, *Grass-Mud Horses to Victory: The Phonological Constraints of Subversive Puns*, “Proceedings of the 23rd North American Conference on Chinese Linguistics (NACCL-23)”, University of Oregon, Eugene 2011, pp. 156-162.

⁶⁹ Probabilmente l'origine è da imputare a una variante locale di cinese trasferitasi poi nel mandarino, come ci porta a supporre la presenza in letteratura del riferimento all'interno di studi su varianti locali (*inter alios*, S. Guo, *Hanyu jinji de diyu chayi ji chengyin* [Varietà locali di tabu cinesi e loro origine], “Journal of Xi'an Educational College”, 18, 2003, 1, pp. 26-27, p. 26) e la discordanza nelle interpretazioni: per Huang il significato positivo sarebbe da imputare alla presenza di numerosi semi (T. Huang, *Il fenomeno omofonico*, p.14), mentre Bjaaland Welch la riconduce all'omofonia tra *hú* 葫 e *hù* 祐 [benedizione] (P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, pp. 50-51). Se la nostra ipotesi sulla corrispondenza tra *lǎohǔ* 老虎 [tigre] e *bǎohù* 保护 [proteggere] fosse valida, anche in questo caso la lontananza dell'attacco ne avrebbe determinato una reinterpretazione diversa da quella omofonica.

zio viene ricondotto alla presenza del carattere *jí* 吉 [propizio] all'interno del carattere di *jú* 桔 [mandarino]⁷⁰.

Si segnalano due casi di 'omofonia indiretta'⁷¹, per cui l'omofonia si nasconde all'interno della struttura stessa dell'oggetto: l'omofonia non riguarda il frutto in sé, ma una sua parte – i chicchi, *zǐ* 籽, di buon augurio in quanto omofoni di *zǐ* 子 [figli].

Un elemento di riflessione è che l'omofonia non necessariamente si applica a tutti i caratteri costituenti la parola coinvolta, ma anche a un solo carattere che costituisce un 'aggancio', come nel caso di *píng* 瓶 [bottiglia], che diventa rimando a *píng'ān* 平安 [pace]. Si noti come il parlante tenda poi a reinterpretare la spiegazione in una formulazione a quattro caratteri, quasi a voler conferire una maggior autorevolezza, derivante dall'andamento paremico: *píng píng'ān ān ān* 平平安安 [pace] oppure *píng'ān fùguì* 平安富贵 [pace, ricchezze e onori]. Tale fenomeno si presenta in maniera molto evidente ad esempio nell'omofonia di *jī* 鸡 [gallo], per il quale il parlante riformula il rimando omofonico riconducendolo a una formula augurale stilizzata a quattro caratteri, un *chengyu*, *jí(xiáng rú yì)* 吉(祥如意) [(che tutto sia) di buon auspicio (come desideri)].

Infine, ci preme sottolineare come il fenomeno omofonico risulti produttivo, in quanto si assiste a un progressivo allargamento a morfemi simili: è il caso di *píng*, che parte dalla frutta e poi coinvolge il morfema di bottiglia, contenuto all'interno di parole come 'profumo', 'vaso', 'thermos'; ed è il caso del morfema *bei*, inizialmente 'coperta', che si estende poi anche a 'bicchiere'.

⁷⁰ Questa ad esempio la spiegazione fornita da P. Bjaaland Welch, *Chinese Art*, pp. 54-55. L'origine omofonica è attestata in letteratura, *inter alios* Q. Chen, *Zhongguo minsuxue tonglun* [Introduzione al Folklore cinese], Sun Yat-Sen University Press, 1996, p. 364.

⁷¹ Huang Tao distingue tra *ānxié* 暗谐 [omofonia oscura] e *míngxié* 明谐 [omofonia evidente] (T. Huang, *Il fenomeno omofonico*, p.14). Noi preferiamo parlare di omofonia diretta e indiretta.

FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE E LETTERATURE STRANIERE
L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA

ANNO XXVIII - 2/2020

EDUCatt - Ente per il Diritto allo Studio Universitario dell'Università Cattolica
Largo Gemelli 1, 20123 Milano - tel. 02.72342235 - fax 02.80.53.215
e-mail: editoriale.dsu@educatt.it (produzione)
librario.dsu@educatt.it (distribuzione)
redazione.all@unicatt.it (Redazione della Rivista)
web: www.educatt.it/libri/all

ISSN 1122 - 1917



9 788893 356978