



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



O Carieră
pentru o viață

„Investește în Oameni!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Comunicare interculturală

Întocmit,
Ioan Cristian Băbuțau

Data,
29.08.2014

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a
Uniunii Europene sau a Guvernului României



ascent
GROUP



„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: **„O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Comunicare interculturală

Contextul actual oferă indivizilor posibilitatea de a interacționa cu culturi, civilizații, etnii sau rase diferite mai mult decât oricând în trecut.

Avangarda acestui fenomen e reprezentată în special de către mediul economic internațional, cele mai reprezentative companii la nivel global beneficiind de expertiza unor specialiști aparținând unor continente și culturi diferite. De asemenea, echipele care au în componență persoane aparținând unor medii cât mai diferite au ocazia să valorifice idei care determină o abordare mai creativă și care poate genera servicii și produse vandabile la nivel global.

Scopul acestui material este de a explora elementele principale ale procesului de comunicare interculturală.

Obiectivele urmărite sunt:

- Înțelegerea elementelor specifice comunicării interculturale
- Explorarea procesului de comunicare în context intercultural
- Identificarea unor tipare comportamentale și de comunicare specifice medului de afaceri internațional
- Identificarea barierelor în comunicarea interculturală

Comunicare interculturală – context general

Mulți oameni știu ce înseamnă actul comunicării până în momentul în care sunt nevoiți să o definească. Comunicarea umană este relația dintre oameni și se bazează nu doar pe instrumentul specific speciei umane (**limbajul**), ci este un proces care se construiește cu emoții, sentimente, atitudini și interese. Comunicarea generează mai mult comuniune interumană și un ansamblu de relații decât o cantitate de informații.

Oamenii comunică prin stimuli care poartă mesaje. O dată emis și recepționat, mesajul aparține, atât celui care a transmis, cât și celui care a receptat. Comunicarea umană este un proces tranzacțional, în care se schimbă semnificații, idei, dar și energii,





„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
 Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
 Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

emoții, sentimente sau chiar bunuri, fie de la un individ la altul, fie către un grup restrâns, fie către publicul larg.

Obiectivul comunicării umane este acela de a-l face pe interlocutor să simtă, să gândească sau să se comporte într-un anumit fel. Omul emite stimuli tot timpul, indiferent de context și situație. Omul nu poate să nu comunice și o face, indiferent dacă vrea sau nu. Astfel, comunicarea reprezintă procesul de creare și transmitere a unui mesaj de la emițător la receptor.

Procesul comunicării prezentat pe scurt mai sus acoperă și ceea ce numim **comunicare interculturală**, concept care pe lângă comunicarea propriu-zisă adaugă și pe acela de cultură și intercultural. Nu vom insista aici pe analiza specifică a conceptului “cultură”, ci vom porni de la percepția generalizată că ceea ce înțelegem prin cultură face referire la faptul că e un ansamblu construit de om/societatea umană. Alături de conceptul cultură stau și alte concepte precum interculturalitate sau multiculturalitate, care definesc interacțiunea și schimburile între culturi.

Analiza asupra acestor concepte este complexă și putem utiliza anumite întrebări care ne pot ajuta să explorăm acest fenomen:

- Este cultura neapărat legată de un grup de oameni, sau există „cultura individuală”?
- Care sunt elementele culturii?
- Putem configura o „hartă culturală” a lumii?
- Este cultura un fapt static? Cultura se schimbă? De ce și cum?
- Care este legătura dintre cultură și comportamentul curent al indivizilor și a și grupurilor?
- Poate cineva să aparțină mai multor medii culturale? Ce implică acest lucru?

Sintagma comunicare interculturală este de dată recentă fiind utilizată pentru prima oară în anul 1959 de către T. H. Hall în lucrarea The Silent Language.

Interacțiunea între oameni aparținând unor culturi diferite nu este o noutate a epocii noastre, dar amploarea pe care o are azi o transformă într-un fenomen generalizat și o experiență pe care o trăiește aproape fiecare persoană. Chiar și persoanele care nu





„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”
Contract de finanțare nr. PÓS DRU/161/2.1/G/132792

călătorească foarte mult în țări diferite sunt impactate de acest fenomen global, cel puțin prin interacțiunea cu mass-media sau lumea virtuală.

Putem discuta de *Comunicare interculturală* ca disciplină de studiu și cercetare apărută din nevoia de a răspunde noilor realități globale și de a oferi sprijin practic în vederea gestionării eficiente a întâlnirilor care presupun interacțiune între culturi. Comunicarea interculturală ca știință este fundamentată pe alte discipline precum antropologia, etnologia, istoria culturii, filosofia culturii, sau lingvistică.

Premisa de la care pornim în abordare subiectului acestui material este aceea că la baza oricărui tip de comunicare stă pe de o parte ansamblul de cunoștințe, credințe, valori, capacitate de percepție și analiză care reprezintă bagajul cultural al persoanei + limbajul ca instrument de comunicare specific umană (limba maternă, alte limbi vorbite). Putem compara acest întreg ansamblu cu un sistem de operare în limitele căruia individul acționează și care condiționează întreg procesul de comunicare între persoane. În funcție de capacitatea de adaptare și “upgrade” al propriului sistem, persoanele se pot adapta mai dificil sau mai ușor la noile contexte impuse de cadrul global.

Analogia cu sistemul de operare nu este deloc întâmplătoare, întrucât acest bagaj general individual condiționează interacțiunea individului cu mediul și cu ceilalți indivizi.

Unul dintre cele mai cunoscute modele de reprezentare a culturii este iceberg-ul. Centrul modelului se bazează pe elementele ce alcătuiesc cultura și pe faptul că unele dintre aceste elemente sunt foarte vizibile, în timp ce altele sunt greu de descoperit, sau sunt invizibile, fără a fi conștientizate nici de cei care aparțin respectivei culturi.

Componente ale procesului comunicării interculturale

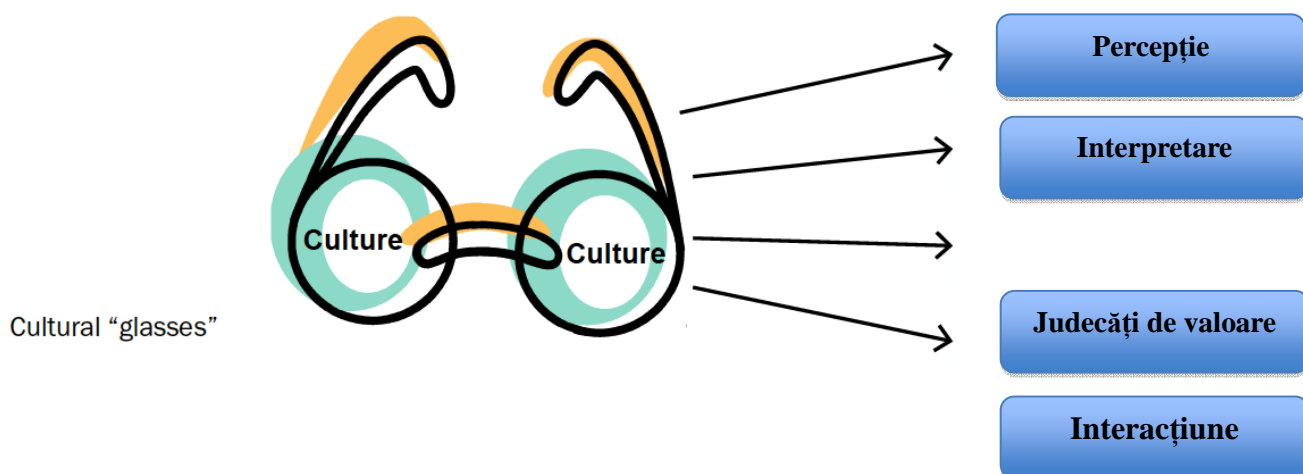
Bagajul cultural personal determină raportarea noastră la realitățile cu care interacționăm. E foarte ușor să ne formăm concepții eronate față de persoane despre care nu avem informații suficiente, sau să interpretăm greșit mesajele transmise, sau gesturile care însoțesc aceste mesaje.



„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: **„O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Presupunerile legate de persoanele cu care intrăm în contact își pot avea originea în generalizări care nu au nici o legătură cu persoana pe care o avem în fața noastră (stereotipuri). Prin persistență și adăugând emoții, trăiri și simțiri personale stereotipurile se pot transforma în preconcepții care pot aduce prejudicii și limitează posibilitățile de explorare a diversității. Identitatea personală nu poate fi subsumată unei etichete. Interacțiunea cu persoane aparținând unor culturi diferite contribuie la o mai bună definire a propriei identități. Ne definim în funcție de rolul social pe care îl avem, apartenența la un grup, preferințe, delimitarea față de grupuri.

Bagajul nostru cultural determină decisiv calitatea actului de comunicare interculturală, ale cărei etape sunt prezentate în imaginea de mai jos:



Percepție

În prima etapă percepem lucrurile în funcție de capacitatea de a sesiza aspecte, nuanțe, realități, etc. Imaginea prezentată mai sus prezintă etape ale comunicării interculturale, iar în acest proces complex este foarte important să conștientizăm faptul că mintea umană operează cu generalizări care influențează atât percepția, cât și etapele ulterioare ale comunicării.

Interpretare



„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Generalizarea/stereotipul reprezintă un ansamblu de trăsături atribuite membrilor unui grup social, având ca tematică principală anumite comportamente sau obiceiuri. Stereotipul are ca scop simplificarea realității. Din acest motiv operarea excesivă cu stereotipul ne limitează opțiunile de a analiza și înțelege în profunzime realitatea.

Stereotipul se formează inconștient și afectează atât pe cei asupra cărora aplicăm stereotipul cât și pe noi întrucât ne restricționează gândirea și ne împiedică să explorăm anumite potențiale ale celor cu care intrăm în contact. În relația cu ceilalți stereotipul poate atrage un context negativ și depreciativ. Sunt adeseori rezultatul educației dobândite în școală, al mediului familial sau social mărginit sau sunt modelate de mass media. În cazul în care generalizările sunt aplicate la nivel personal stereotipul se transformă în prejudecată. Conform studiilor efectuate de psihogi, principalele stereotipuri care s-au dovedit a fi false sunt cele legate de aparența fizică a persoanelor. Povestea unică crează stereotipurile, iar problema stereotipurilor nu e aceea că nu sunt adevărate, ci că ne prezintă o realitate incompletă, fragmentară.

Judecăți de valoare

Prejudecata reprezintă o idee preconcepută și adesea eronată pe care ne-o formăm fără o cunoaștere profundă a realităților. Prejudecățile au la bază experiențe trecute, iar în situații noi suntem tentați să utilizăm clișee care ne scutesc de efortul de a analiza fiecare situație specifică. Prejudecățile determină o rigiditate mentală care ne face incapabili să reacționăm adecvat la situații concrete. Se pot manifesta prin discriminare. Este important conștientizăm faptul că e ușor să facem presupuneri și să producem false judecăți despre cei pe care nu-i cunoaștem. Fiind mecanisme mentale care ne ajută să interpretăm realitatea, în momentul în care aceasta nu corespunde prejudecăților noastre e mai simplu să schimbăm interpretarea realității, decât să renunțăm la prejudecăți.





„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: **„O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Viețile, culturile noastre sunt formate din multe povești care se întrepătrund. iar dacă ascultăm doar o singură poveste despre o altă persoană sau o altă țară, ne putem confrunta cu neînțelegeri profunde.

Abordarea diversității

În comunicarea care implică un parteneriat internațional diversitatea nu poate fi valorificată dacă la baza acțiunilor noastre stă clișeu și eticheta. Fără o atitudine deschisă și tolerantă gestionarea comunicării care implică persoane din medii diferite poate genera situații conflictuale și tensiuni care să compromită atingerea obiectivelor stabilite. Este esențial ca în etapa de pregătire a întâlnirilor, mai ales în situația în care de procesul de comunicare se leagă un interes profesional sau economic să analizăm cu atenție câteva aspecte relevante din cultura partenerilor pe care dacă le cunoaștem din timp comunicarea va fi efektivă, eficientă și vor crește șansele de reușită:

Întrebări ajutătoare la care ne putem răspunde în astfel de situații:

- Ce este definit ca "bine" și "rău" în cultura partenerilor?
- Care e percepția asupra diferențelor de gen?
- Cum este perceput timpul în cultura partenerilor?
- Care sunt tradițiile cele mai importante?
- Care e rolul religiei în societatea partenerilor?
- Ce e interzis în societatea partenerilor?
- Ce e "amuzant"?

Cu răspunsul la aceste întrebări (lista nu are pretenția de a fi exhaustivă) putem pregăti mai bine o întâlnire de afaceri, inițierea unui parteneriat internațional sau un interviu într-o companie multinațională.

A ... și nu uita: ***Nu presupune nimic ... întreabă.***



„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: **„O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Factori care influențează comunicarea interculturală

Prezentăm sintetic o serie de factori care condiționează decisiv comunicarea în context intercultural:

- Sistemele de valori: sunt bazate pe evoluția culturală și determină opțiunile individuale și de grup, pot genera tensiuni sau conflicte imposibil de mediat.
- Limba: limba engleză este validată pe plan internațional ca limbă principală de comunicare în relațiile economice, diplomatice sau culturale. Influența acesteia rezultă în mare măsură din faptul că țările în care această limbă este utilizată ca limbă maternă influențează fundamental domeniile de utilizare. Orice limbă de circulație internațională stăpânită reprezintă un atu pentru persoana capabilă să o folosească, deschizând accesul către noi culturi.
- Religia: percepția sacralului, sărbătorile religioase, influența religiei asupra bucătăriei, practicilor zilnice, etc, este un factor fundamental în comunicarea interculturală. În țările în care religia este clar separată de stat sau politică are o influență mai redusă, însă în țările în care nu există o astfel de separare, influența asupra comunicării interculturale e decisivă (ex. Statele islamice).
- Percepția asupra timpului: concepția *time is money* vs. o abordare lejeră a punctualității influențează total comunicarea în context intercultural. Trebuie reflectat asupra întrebării: Ce înseamnă în cultura mea să întârzi la o întâlnire? Dar pentru celălalt?
- Stilul de comunicare: există culturi în care gesturile care însoțesc comunicarea sunt de o complexitate care reprezintă cheia decodificării mesajului verbal.

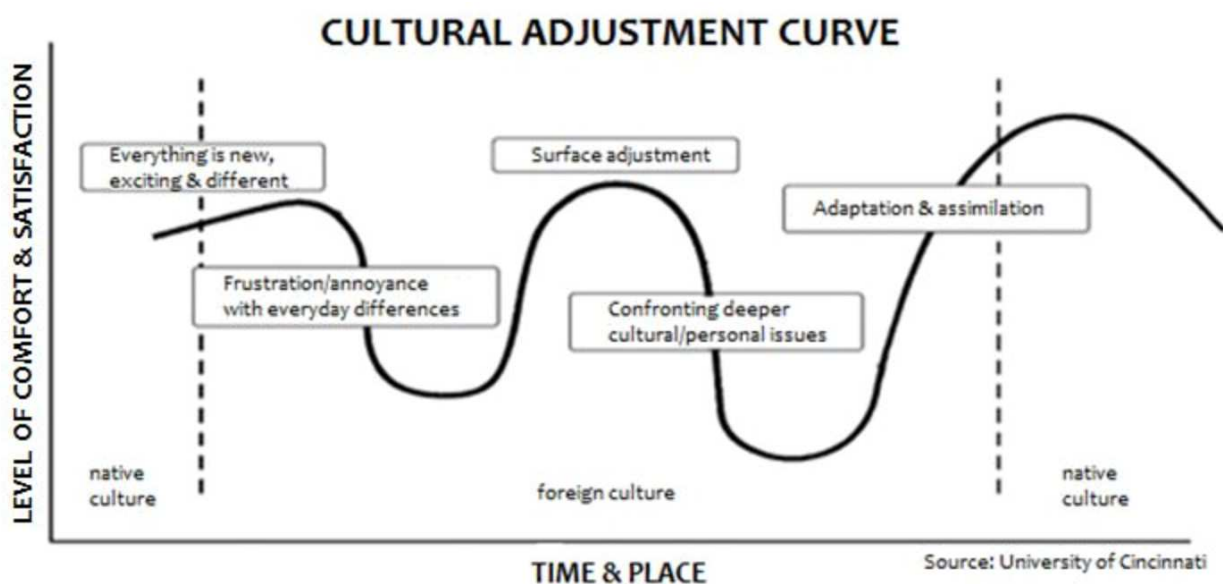
Bariere în comunicarea interculturală

Evident că putem identifica multiple obstacole în calea comunicării interculturale, pornind de la neînțelegerea limbii, credința în superioritatea propriei culturi și disprețul față de alte culturi, capacitatea redusă de ascultare, lipsa de sinceritate, etc. Un element care constituie o barieră importantă în comunicarea interculturală îl reprezintă șocul cultural fenomen în strânsă legătură cu adaptarea culturală.

Șocul cultural

reprezintă incapacitatea de a înțelege sau accepta persoane cu seturi de valori, standarde și stiluri de viață diferite de ale noastre. E o lipsă de acceptare, recunoaștere și apreciere a ceea ce indivizii aparținând unei alte culturi consideră ca fiind important.

Teoriile care analizează adaptarea culturală consideră șocul cultural consideră un fenomen care se întâmplă firesc tuturor indivizilor care încearcă să se adapteze unei culturi și societăți diferite, evident intensitatea șocului fiind diferită în funcție de capacitatea la adaptare a fiecăruia.





„Investește în Oamenii!”
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”
Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”
Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Surse & resurse:

- Education Pack “all different - all equal”, Autori: Pat Brander, Carmen Cardenas, Juan de Vicente Abad, Rui Gomes, Mark Taylor, disponibil online la:
<http://www.eycb.coe.int/edupack/default>
- Respect pentru Diversitate, Autori: Constantin Dedu, Aida Ivan, Maria Neagu, Florina Pavel, Radu Răcăreanu, Cristina Stan, Roxana Turcu, disponibil online la: www.britishcouncil.ro
- http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story?language=en
- <http://www.psychologytoday.com/blog/the-social-thinker/201111/is-twilight-prejudiced>
- <http://www.psychologytoday.com/blog/the-scientific-fundamentalist/200804/all-stereotypes-are-true-except-i-what-are-stereotypes>

