

## ROLUL LIMBII ENGLEZE ÎN CONTEXTUL COMUNICĂRII INTERCULTURALE

LIDIA PANAINTE <sup>1</sup>

### **Abstract**

*In the era of globalization and mobility, the main burden of information and communication falls on English language. This article examines the role of English in the current practice of international communication, characterizes the degree of research on this issue, and gives the main key terms and concepts as well as opportunities for further development in this field. The importance of the multipolar intercultural communication, with which a large number of people face, amplifies the special role of English - lingua franca, an intermediate language for communication between representatives of different linguistic communities.*

**Key words:** culture, cultural awareness, English as international language, intercultural competence, linguistic communities.

**JEL CLASSIFICATION:** A 23.

### **1. INTRODUCERE**

Odată cu globalizarea, limba engleză este identificată ca fiind una dintre limbile cele mai răspândite pentru comunicare la nivel mondial, estimându-se că ”doar unul din patru utilizatori de limbă engleză în lume este un vorbitor nativ al limbii” [Crystal, 1997]. Conform estimărilor statistice în anul 2015 erau 1,5 miliarde vorbitori de limbă engleză, dintre care doar 375 milioane vorbitori nativi.

Astfel, engleza ca lingua franca domină mediile de lucru pe piața internațională - și uneori chiar pe piețele naționale - și are o poziție importantă și în instituțiile de învățământ superior. Competențele de limbi străine au devenit competențe cheie pentru întreprinderile eficiente la nivel național și internațional.

Recrutarea personalului pe plan internațional implică un număr din ce în ce mai mare de persoane care își exercită ocupația în două sau mai multe țări. Aproximativ 90 de milioane de persoane lucrează în prezent în țări diferite de țara de reședință. Nu numai lucrătorii cu venituri mici migrează în țările bogate, dar și profesioniștii cu înaltă calificare devin din ce în ce mai mult internaționali, atrași de oportunități de venit și de viață mai bună în altă parte sau impulsionați de lipsa de oportunitate la domiciliu. Aceste mișcări se întâlnesc între țările cu venituri mari și cele cu venituri mici, dar și între țările puternic industrializate și în curs de dezvoltare. Mobilitatea transnațională a specialiștilor calificați este facilitată de globalizare, de dezvoltarea transporturilor și comunicațiilor și de recrutarea activă a personalului în țările care se confruntă cu o lipsă de competențe. Numărul total al migraților calificați este necunoscut, dar, evident, este o minoritate a celor care călătoresc. În era tehnologiilor și comunicațiilor mulți dintre angajați rămân în țările lor de origine, în timp ce lucrează în comunitatea internațională, utilizând instrumente de comunicare din domeniul tehnologiilor informaționale. În acest tip de comunitate virtuală de muncă un angajat ar putea avea președinți și colegi din mai multe țări. Ca urmare, abilitățile comunicării interculturale au tot mai multă importanță în viața profesională. Deși comunicarea interculturală include mult mai mult decât o limbă, un limbaj comun stabilește baza pentru comunicare. Fără o limbă comună este aproape imposibil să participi la comunicare și interacțiune. Limba engleză a devenit limba de lucru pentru mulți. Atunci când limba engleză este o limbă străină pentru majoritatea angajaților, ei nu au o înțelegere comună a semnificațiilor, termenilor și regulilor de discuție. Pentru a evita acest fapt, studenții sau chiar angajații trebuie să perceapă și să soluționeze provocările lingvistice cu care se pot întâlni în comunicarea lor interculturală.

<sup>1</sup> Lector universitar, Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, mun. Chișinău, MD-2005, Republica Moldova, tel. (+373 22) 224128, fax (+373 22) 221968, www.ase.md, e-mail: panainte\_lidia@yahoo.de

## 2. CULTURA ȘI COMUNICAREA INTERCULTURALĂ

Competența comunicativă a fost limitată, mulți ani la rând, la competența lingvistică: cunoașterea limbii, în special a regulilor de gramatică, a fost considerată suficientă pentru un schimb de mesaje. Comunicarea nu este însă atât de simplă; este destul de ambiguă. Schimbul de mesaje în comunicare nu se echivalează cu schimbul aceluiași sensuri pe care participanții la comunicare le subînțeleg pentru același mesaj. Ambiguitatea limbajului poate fi ilustrată cu exactitate prin următorul exemplu: un om de afaceri din Statele Unite, care s-a bucurat de o conversație cu omologul său din Hong Kong, luându-și rămas bun a spus: “We must get together and have lunch sometime” ”Trebuie să ne întâlnim și să luăm prânzul cândva”. Omul de afaceri american a folosit expresia data doar pentru a arăta că s-a bucurat de conversație și că întâlnirea lor este pe cale să se încheie, în timp ce omul de afaceri din Hong Kong era gata să noteze data întâlnirii în jurnalul său. Cei doi parteneri de afaceri au atribuit diferite sensuri aceluiași mesaj. Ei s-au bazat pe cunoștințele lor de limba engleză și au presupus că aceleași cuvinte în limba engleză sunt interpretate în mod similar de ambele părți în conversație. În acest sens, ei au avut propriile percepții la același mesaj. În plus, ei nu au acordat atenție contextului de comunicare, nu cunosc culturile lor și nu au fost conștienți de modul în care propria cultură poate afecta înțelegerea mesajului. Dacă ei ar fi știut cultura și convențiile culturale ale partenerului lor de afaceri ar fi înțeles la fel mesajul ”We must get together and have lunch sometime”. Un alt exemplu ar fi: Dacă un partener indian ar spune ”Come any time”, ar avea în vedere să-l vizitezi, așteptând din partea ta să-i sugerezi o dată a întâlnirii. Dacă nu ai fixa imediat ziua și ora, partenerul nostru indian s-ar simți ofensat crezând că-i refuzi invitația. Dar în perceperea și cultura unui partener englez expresia ”Come any time” nu înseamnă că trebuie neapărat să-l vizitezi. Un alt exemplu din cultura Arabiei Saudite: dacă doriți să vizitați partenerul de afaceri arab, ar trebui să știți că este interzis să mergeți la el acasă cu cadou, cum ar fi o sticlă de whisky sau o cutie de dulciuri, așa cum se acceptă în multe alte culturi, arătând un semn de respect față de gazdă. În acest caz partenerul nostru s-ar simți foarte ofensat, pentru că acest cadou sugerează faptul, că gazda nu este generoasă și nu are suficientă mâncare și băutură. Ar trebui să fie clar că competența de comunicare este incompletă fără cunoașterea contextului cultural al participanților la comunicare.

Cultura și comunicarea sunt într-adevăr inseparabile, acționează în tandem și ”toate comunicările, fie ele verbale sau non-verbal, apar în cadrele culturale” [Samovar & Porter, 2003]. Dar ce este cultura? Urmărind ideea interdependenței dintre cultură și comunicare și construirea de sensuri în comunicare, această lucrare subliniază conceptul culturii reprezentând un grup de oameni care creează și împărtășesc anumite înțelesuri bazate pe experiență, convingerile, viziunile, valorile și modelele lor mentale [Samovar & Porter, 2003]. Altfel spus membrii unui grup cultural se caracterizează prin modele de sens, gândire și comportament și înțelegerea acestor tipare ne va ajuta să devenim competenți în comunicare cu membrii unui grup cultural.

Cultura este un termen extrem de popular și din ce în ce mai excesiv în societatea modernă. Expresii precum diferențele culturale, diversitatea culturală, multiculturalismul, cultura corporativă și alți termeni apar mereu în mass-media contemporană. Cultura a fost legată de domenii precum managementul corporativ, asistență medicală, psihologie, educație, relațiile publice, marketing și publicitate. Încercați să vă gândiți cum veți reacționa în următoarea situație. Unul dintre prietenii apropiați, al căror părinte au emigrat din Mumbai, India, vă invită acasă. Acolo, sunteți prezentat bunicului prietenului Dumneavoastră, care salutându-vă își împreunează palmele în fața pieptului, ca și cum s-ar fi rugat. Ce faceți în această situație? Probabil că ați avea o stare de confuz, neștiind cum să reacționați și ce să spuneți, dar în India, acest comportament este de rutină. Acest exemplu ilustrează definiția culturii. Pur și simplu, cultura reprezintă regulile de viață și de funcționare în societate. Cu alte cuvinte, *culture provides the rules for playing the game of life* [Gudykunst, 2004; Yamada, 1997]. Deoarece regulile diferă de la cultură la cultură, pentru a funcționa și a fi eficiente într-o anumită cultură, trebuie să știm cum să “play by the rules.” Învățăm regulile culturii noastre, începând de la naștere și continuând pe tot parcursul vieții. Drept urmare, propriile reguli ale

culturii sunt înrădăcinate în subconștient, permițând să reacționăm la situații familiare fără să ne gândim. Atunci când întri într-o altă cultură, cu reguli diferite, pot apărea neînțelegeri.

Dacă acceptăm ideea că cultura poate fi privită ca o regulă a societății, scopul ei devine evident. Regulile culturale oferă un cadru care dă sens la evenimente, obiecte și comportamentului oamenilor. Regulile ne permit să înțelegem împrejurimile noastre și să reducem incertitudinea cu privire la mediul social. Să ne amintim prima noastră întâlnire cu persoana dragă. Probabil ați simțit un anumit nivel de nervozitate pentru că ați vrut să faceți o impresie pozitivă. În timpul interacțiunii ați avut câteva gânduri despre ce să faceți și ce să nu faceți. În ansamblu, ați știut cum să vorbiți, în general, cum să vă comportați. Acest lucru se datorează faptului că ați învățat regulile culturale corecte de comportament prin ascultarea și observarea altora. Acum, luați aceeași situație și imaginați-vă că ați fost prezentat unui student dintr-o altă țară, cum ar fi Iordania sau Kenya. Știți ce să spuneți și cum să vă comportați? Normele culturale pe care le-ați învățat din copilărie ar fi eficiente sau chiar adecvate în această nouă situație socială? Cultura ne oferă identitatea noastră sau sentimentul de sine. Din copilărie, suntem incluși în ideea de apartenență la o varietate de grupuri - familie, comunitate, biserică, echipe sportive, școli și etnie etc. – și aceste forme de apartenență formează identitatea noastră diferită. Aceasta derivă din sentimentul de apartenență la o anumită grupă culturală sau etnică. Identitatea culturală poate deveni în mod special proeminentă în timpul interacțiunilor dintre oameni din diferite grupuri culturale, cum ar fi un musulman pakistanez și un indian hindus, care au învățat diferite valori, credințe și diferite seturi de reguli pentru interacțiunea socială. Astfel, identitatea culturală poate fi un factor semnificativ în practica comunicării interculturale. Un număr de componente legate de cultură sunt importante pentru studiul comunicării interculturale, cum ar fi percepția, modelele cunoașterii, comportamentele verbale și cele nonverbale, precum și influența contextului. Trebuie să ținem cont că într-un cadru intercultural, toate aceste elemente devin integrate și funcționează în același timp.

Din acest context rezultă că elevii care învață limbi străine, pe lângă cunoștințele de limbă ar trebui să studieze culturile limbilor învățate și să-și sporească ”capacitatea de a înțelege modalitățile de vorbire specifice culturii date” [Samovar & Porter, 2003].

Astfel, elevii, adițional orelor de civilizație și comunicare interculturală, trebuie să participe la diverse programe de mobilitate în străinătate cu scopul de a se familiariza cu cultura limbii studiate. Totodată, având în vedere integrarea globală de astăzi și migrația interculturală, abordarea ”un vorbitor nativ, o limbă, o cultură națională” nu mai este valabilă. De exemplu, utilizarea limbii engleze: nu există o entitate unică ca și cultură anglo-saxonă, dar multe țări și culturi ale căror membri vorbesc limba engleză practică diferite dialecte. Conform dicționarului Longman Dictionary of Applied Linguistics [Richards et al., 2013] limba engleză Standard este definită ca fiind o limbă care are cel mai înalt statut într-o comunitate sau o națiune și care se bazează de obicei pe vorbirea și scrierea vorbitorilor specialiști ai limbii. Limba engleză Standard este descrisă în general ca (a) limba utilizată în mass-media și în literatură și (b) limba descrisă în dicționare și gramatică. În plus, din punctul de vedere al vorbitorilor non-nativi, limba engleză Standard este predată în școli vorbitorilor non-nativi când aceștia o învață ca limbă străină. (Richards și colab., 2013).

De asemenea, este din ce în ce mai dificil să asociem utilizarea limbii engleze cu vorbitori nativi din punct de vedere geografic și cultural. [Kramersch, 1998]. În acest sens limba engleză a devenit o limbă internațională, lingua franca între oamenii care nu vorbesc limbile naționale ale altor participanți la conversație. A lingua franca (or working language, bridge language, trade language, common language, vehicular language) is a language systematically used to make communication possible between people not sharing a mother tongue, in particular when it is a third language, distinct from both mother tongues [Chirikba 2008]. Conform definiției lui Chirikba limba engleză este o limbă de lucru și de comunicare între oameni a căror limbă maternă nu este engleza. În așa mod limba engleză a devenit limbă internațională (English as an international language), iar comunicarea dintre oameni din diferite culturi este numită comunicare interculturală. Comunicarea interculturală, în special în contextul limbii engleze ca limbă internațională, nu este oferită doar de

cunoașterea limbii, gramaticii sau foneticii sale. Considerăm că înțelegerea varietății culturale este necesară pentru o comunicare interculturală reușită. În opinia lui Will Baker (2012) concepțiile de conștientizare culturală subliniază necesitatea ca elevii să devină conștienți de normele, credințele și comportamentele culturale bazate pe cultura proprie și alte culturi. Autorul accentuează importanța de a înțelege mai bine cultura și limba care duce la comunicarea interculturală reușită.

Limba engleză în calitate de lingua franca trebuie privită ca o limbă nouă, care se adaptează rapid la cerințele globalizării. Ca rezultat al acestor cerințe limba engleză nu aparține doar vorbitorilor nativi, ci și celor pentru care engleza este o limbă străină. Actualmente pot fi observate două tendințe: tot mai puțini consideră limba engleză fiind o limbă europeană și tot mai puțin dezvoltarea ei este determinată de vorbitorii nativi. Specialiștii europeni confirmă adevărul acestor enunțuri, întrucât încă în 1995 aproximativ 85 % din organizațiile internaționale foloseau limba engleză ca limbă oficială de lucru. Actualitatea acestei cercetări se manifestă prin faptul că limba engleză în calitate de lingua franca devine un promotor al altor culturi și prin intermediul ei țările non-vorbitoare de limba engleză fac cunoștință cu cultura altor popoare și-și îmbogățesc cultura proprie.

### 3. GHIDAREA COMPETENȚEI INTERCULTURALE

Se cunoaște faptul că marea majoritate a studenților comunică pe plan internațional în limba engleză, de aceea este necesar de a le preda competența comunicativă, accentul fiind pe contextul intercultural al comunicării lor. Cu toate că curriculumul universității noastre nu prevede un curs de comunicare interculturală în limba engleză, totuși, studenții noștri primesc cunoștințe destul de solide despre managementul intercultural și dezvoltarea atitudinilor culturale pentru a deveni vorbitori competenți ai limbii engleze la nivel mondial. Aceste cunoștințe studenții le primesc în timpul orelor la disciplinele Limba de afaceri (l. engleză) și comunicare și uzanțe de protocol.

După cum am menționat mai sus, prin intermediul limbii engleze studenții fac cunoștință cu cultura altor popoare, studiind despre conștientizarea culturală (cultural awareness), abilități și atitudini etc..

**Conștientizarea culturală** înseamnă de a fi conștient de cultura proprie și de modul în care aceasta influențează comportamentul nostru de comunicare. În mod normal, nu suntem conștienți de cultura noastră în contextul care ne este familiar: presupunem că membrii grupului nostru împărtășesc aceleași semnificații ale valorilor și viziunilor asupra lumii și le exprimă în același mod ca și noi. Dar când întâlnim membri ai altor culturi, începem să observăm diferențele dintre cultura acestora și propria cultură. Acest lucru se datorează faptului că ne folosim în mod inconștient de propriul cadru cultural de referință pentru a interpreta comportamente noi și nefamiliare și semnificații care apar în comunicarea interculturală. La scurt timp îi vedem pe ceilalți prin lentilele culturii noastre. Înainte de a evalua alte culturi, trebuie să medităm asupra propriei culturi: identități, valori, percepții culturale etc.. De asemenea, trebuie să fim conștienți de modul în care cultura noastră ne influențează percepțiile proprii asupra celorlalți în comunicarea interculturală și de modul în care cultura noastră explică diferențele în semnificațiile schimbate în comunicarea interculturală. Numai atunci putem aborda învățarea și evaluarea critică a celorlalte culturi.

Astfel, studenții încep să înțeleagă diferențele culturale în comunicarea verbală și non-verbală în vederea clarificării neînțelegerilor. În același timp studenții nu doar dobândesc noi cunoștințe despre culturi, dar operează aceste cunoștințe prin anumite abilități care îi ajută să depășească barierele în comunicare.

**Abilități (Skills).** Imaginați-vă o situație în care un student japonez îi propune colegului său american să ia cina. Studentul american va deveni confuz, deoarece se așteaptă ca omologul său să comunice indirect, din cauza culturii colectiviste japoneze. În plus, studentul american va aprecia comportamentul colegului său fiind un comportament nepolitic, crezând că trebuie să fie ceva în neregulă cu colegul lui pentru că acesta își exprimă gândurile atât de deschis și într-un mod care nu se încadrează în norma culturală japoneză. Cu toate acestea, studentul japonez a decis să comunice

direct tocmai pentru că el cunoștea cultura individualistă americană. Cunoașterea culturilor lor corespunzătoare nu a împiedicat conversația celor doi.

Prin urmare, pe lângă conștientizarea culturală și cunoașterea culturilor, vorbitorii de limbă engleză trebuie să poată vedea cum pot să apară neînțelegeri și cum ar putea fi rezolvate. Studenții trebuie să-și dezvolte abilitățile de a interpreta un eveniment dintr-o altă cultură și să-l relaționeze cu evenimente din cultura lor. În comunicarea interculturală, elevii încearcă să fie atenți la procesul de comunicare mai mult decât să se concentreze asupra rezultatului care le incită așteptările față de interpretările altora. Ei sunt deschiși spre noi informații și perspective, mult mai mult decât să se lase constrânși de stereotipuri. În cele din urmă, ei sunt curioși, încercând să vadă lumea din perspectiva altora. Studenții sunt apoi capabili să evalueze cu mai multă claritate care sunt diferențele care ar putea duce la neînțelegeri. Elevii minimizează neînțelegerile prin clarificarea semnificațiilor în timpul conversației. Prin urmare, abilitățile sunt dezvoltate împreună cu competența de comunicare în engleza. Urmând strategiile lui Gudykunst, elevii parafrazează cu propriile lor cuvinte ce spun alții pentru a fi siguri că nu interpretează greșit înțelesurile celorlalți; în timpul conversației interculturale studenții sunt încurajați să pună întrebări de analiză și să utilizeze astfel de fraze ca ”Vreau să fiu sigur că înțeleg ce spui ...”; ei învață cum să se exprime verbal (folosind conectori și expresii cum ar fi ”hmm”, ”da”, ”înțeleg”) și non-verbal (prin postura corpului și contactul cu ochii) când sunt implicați în conversație și interesați de ceea ce spun ceilalți participanți. Este esențial ca elevii să-și atingă conștiința culturală și să înțeleagă mai bine alte culturi pentru a face comunicarea interculturală eficientă.

#### 4. CONCLUZIE

Discutând despre comunicarea interculturală, limbă engleză este identificată drept una dintre cele mai răspândite limbi pentru comunicare la nivel mondial. În cadrul conceptului de limbă engleză ca limbă folosită pentru comunicarea internațională și interculturală, este important să se ia în considerare rolul inseparabil al culturii ca motivul trecerii de la aspectul cultural în limba engleză ca limbă străină la cele interculturale. Învățarea limbii engleze în calitate de limbă internațională nu accentuează doar cunoașterea regulilor de gramatică; scopul învățării limbii internaționale – ”lingua franca” – este utilizarea, precum și dezvoltarea limbii engleze ca instrument cultural în comunicarea cu membrii altor culturi. În contextul comunicării interculturale cursanții își dezvoltă competența comunicativă numai dacă își dezvoltă simultan competența interculturală, și anume prin conștientizarea propriei culturi precum și a altor culturi și influența acestora asupra comunicării interculturale. De asemenea ei își dezvoltă abilități de minimizare și rezolvare a neînțelegerilor care apar în comunicarea interculturală și atitudini care încurajează auto-respectul și respectul față de ceilalți și culturile lor.

Pentru noi, profesorii de limbă engleză ca limbă străină, este important să ne dăm seama că în ultimul deceniu limba engleză este considerată a fi un limbaj global pentru comunicare, ceea ce a dus la statutul său de limbă internațională. Este de asemenea esențial să înțelegem că un profesor de limbă calificat ar trebui să fie cel care ar putea ajuta eliminarea impactului negativ al potențialelor neînțelegeri culturale în cadrul comunicării interculturale prin introducerea calificată și bine structurată a studiilor interculturale către studenți. Profesorul de limbă ar trebui să fie ghidul lor bun pentru a-i ajuta să ajungă la stadiul de conștientizare culturală, incluzând echiparea elevilor cu cunoștințe de bază despre specificațiile culturale în cadrul categoriilor predefinite de diferențe interculturale pentru a evita sau cel puțin diminua confuzia și frustrările studenților determinate de neînțelegerile interculturale. De asemenea, rolul profesorului de limbă engleză este de a ajuta elevii să identifice unele imperative pentru studierea comunicării interculturale:

1. Imperativul de auto-conștientizare: apare atunci când o persoană călătorește într-o altă țară. Persoanei încep să-i lipsească toate lucrurile din țara sa (mâncare, muzică, tradiții) – lucruri mici care nu păreau importante, fără a cădea în etnocentrism.

2. Imperativul demografic: actualmente putem să vedem în sala de clasă colegi din diferite părți ale lumii, fără aceleași costume, religii, rase și etnii. Acest lucru îi ajută pe oameni să fie deschiși.
3. Imperativul economic: datorită globalizării actualmente nu este ușor de spus sau de dovedit unde a fost fabricat un obiect, se întâmplă deoarece piesele care formează acest produs se confecționează și se asamblează în diferite țări ale lumii. De exemplu, telefoanele iPhone sunt asamblate în Japonia, Mexic și Thailanda.
4. Imperativul tehnologic: poți fi în contact cu oamenii din întreaga lume prin rețele sociale precum Facebook, Hotmail sau Instagram.

Înțelegerea comunicării interculturale poate facilita rezolvarea conflictului intercultural, iar studierea comunicării interculturale poate duce la o înțelegere mai bună a propriei persoane. Comunicarea interculturală poate facilita evitarea și soluționarea conflictelor interpersonale și de grup prin prisma cunoașterii și acceptării altor culturi.

Aspectul numit facilitează auto-înțelegerea, ceea ce ajută să învățăm multe informații noi despre alte persoane și culturi, dar și despre noi înșine și despre mediul nostru cultural, fiind element indispensabil al evoluției sociale a personalității.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Chirikba, V., The problem of the Caucasian Sprachbund. In: Pieter Muysken, (ed.), From Linguistic Areas to Areal Linguistics, [Studies in language Companion Series 90] 2008, pp 25-95
2. Competența interculturală, Auxiliar didactic, Centrul Educațional PRO DIDACTICA, Chișinău 2015; [www.cntm.md](http://www.cntm.md)
3. Comfort, J., Effective Socializing. Oxford University Press, 2001; ISBN-13: 978-0194509855.
4. Corbett, J., An Intercultural Approach to English Language teaching. Multilingual Matters Ltd, 2003; ISBN: 1853596841
5. Crystal, D., English as a Global Language, second edition. Cambridge University Press 2003; ISBN: 978-6-511-07862-0
6. Kramsch, C., Language and Culture. Oxford University Press, 1998; ISBN -13: 978 019 437 214 5
7. Laura, U., Business Across Cultures. Longman, 2001; ISBN 0-201-82532-5
8. Mackenzie, M., English for Business Studies. Cambridge University Press, 2003; ISBN 0-521-75285
9. Richards, J., Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics. Routledge, 2013; ISBN: 1317863062
10. Samovar, Larry A., Intercultural Communication, 13th edition. Wadsworth CENGAGE Learning, 2006, ISBN-13 978-0-495-89831-3