

CULTURAL IDENTITY AND INTERCULTURAL COMMUNICATION IDENTITATEA CULTURALĂ ȘI COMUNICAREA INTERCULTURALĂ

UDC: 316.72+316.75+316.776

DOI: <https://doi.org/10.53486/micg2025.10>

GALINA ȚURCAN, dr., conf. univ.,

ASEM, Republica Moldova,

mun. Chișinău, strada Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 61

e-mail: galina.turcan@yahoo.com

ORCID ID: 0000-0002-7360-2761

***Abstract.** The world is culturally heterogeneous, and its cultural diversity forms the foundation of intercultural communication. This type of communication involves interactions and relationships between people from different cultures, who are also bearers of diverse cultural identities. This article aims to analyze the relationship between cultural identity and intercultural communication. To achieve this, it will address the following objectives: clarifying the meaning of cultural identity and intercultural communication; identifying the challenges encountered during intercultural communication; outlining the principles of effective intercultural communication. To achieve the proposed goal, the study is based on specialized literature on intercultural communication and cultural identity. The main research methods used are: analysis, synthesis, comparative method and deduction. Cultural identity refers to identifying with a particular group or feeling a sense of belonging to a specific culture. It can be differentiated by various cultural elements, such as language, traditions, customs, and norms. An individual's cultural identity develops through interaction with others within a unique sociocultural context. This identity, in turn, establishes a framework for the process of intercultural communication. To prevent or overcome intercultural conflicts, it's crucial to communicate effectively with people from other cultures. This effectiveness relies on recognizing and respecting the validity of diverse cultural meanings, value systems, and worldviews. Ultimately, intercultural communication fosters cultural understanding and rapprochement among peoples by facilitating mutual knowledge.*

***Key words:** identity, culture, cultural identity, intercultural communication, competence of intercultural communication.*

CLASIFICAREA JEL: M14, Z13

INTRODUCERE

Actualitatea problemelor identității culturale și celor ale comunicării interculturale este legată de intensificarea contactelor interculturale. Reprezentanții culturilor diferite au comunicat încă din cele mai vechi timpuri, iar „interacțiunile și contactele dintre societăți și culturi sunt fenomene care s-au desfășurat, cu intensități diferite, în toate perioadele istoriei umane” (Georgiu, 2010). Odată cu dezvoltarea civilizației, cu dezvoltarea socială și tehnologică, dar, mai ales, odată cu dezvoltarea mijloacelor de comunicare și transport, comunicarea interculturală s-a amplificat iar experiențele multiculturale s-au înmulțit. Globalizarea a intensificat și mai mult comunicarea interculturală. În același timp, în contextul globalizării, una dintre tendințe este știrbirea din identitățile culturale, modificarea sau chiar pierderea unora dintre acestea.

Abilitatea de a comunica eficient cu persoane din medii culturale diverse devine din ce în ce mai importantă. Lumea, în ansamblul său, este eterogenă din punct de vedere cultural, iar tocmai această diversitate stă la baza comunicării interculturale. Prin urmare, comunicarea interculturală reprezintă interacțiunea și relațiile stabilite între reprezentanții unor culturi diferite, care sunt purtători ai unor identități culturale distincte.

Scopul acestui articol este de a analiza relația dintre identitatea culturală și comunicarea interculturală. Acesta presupune identificarea și soluționarea următoarelor aspecte: dezvăluirea semnificației identității culturale și a comunicării interculturale; identificarea dificultăților apărute pe parcursul comunicării interculturale; identificarea principiilor unei comunicări interculturale eficiente.

Pentru a realiza scopul propus, studiul se fundamentează pe literatura de specialitate referitoare la comunicarea interculturală și identitatea culturală. Principalele metode de cercetare folosite sunt analiza, sinteza, metoda comparativă și deducția.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În cadrul comunicării interculturale, fiecare act de comunicare dezvăluie, într-o măsură mai mică sau mai mare, identitatea culturală, diferențele culturale ale interlocutorilor, fapt care se manifestă nu doar în ceea ce se transmite, ci și în ceea cum se transmite. Adică, diferențele culturale influențează nu doar conținutul mesajului transmis în cadrul comunicării, ci și însuși tipul de comunicare.

Literatura în domeniul comunicării interculturale și a identității culturale este vastă. Ea reflectă cele mai diverse aspecte ale acestor fenomene

Unul dintre cei mai renumiți cercetători în domeniul comunicării interculturale, al diferențelor culturale, al identității culturale și al importanței acestora pentru comunicare este Edward T. Hall. Lucrarea sa, „Beyond Culture” (1977), este considerată unul dintre cele mai influente studii pentru domeniul comunicării interculturale.

Potrivit lui Hall, toate culturile încorporează atât elemente verbale, cât și nonverbale în comunicare. Pentru a sublinia legătura strânsă dintre cultură și comunicare, Hall afirma în lucrarea sa, „The Silent Language”, că „cultura este comunicare și comunicarea este cultură”, utilizând în această lucrare termenul de comunicare interculturală (Hall, 1959).

Un aport considerabil în cercetarea culturii a fost adus de antropologul și psihologul olandez Geert Hofstede, care și-a fundamentat studiile pe două noțiuni de bază: valoare și cultură. În lucrarea sa „Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values” (1980) Hofstede a explicat câteva diferențe culturale fundamentale: distanța față de putere, individualism vs. colectivism, masculinitate vs. feminitate, evitarea incertitudinii și orientarea pe termen scurt/lung, precum și indulgența vs. reținerea.

În 1988, cunoștințele despre comunicarea interculturală au fost îmbogățite de către cercetătoarea americană Stella Ting-Toomey. În lucrarea sa „Intercultural Conflicts: A Face-Negotiation Theory”, ea a dezvoltat teoria negocierii identității pentru a explica importanța identității în interacțiunile interpersonale. Ideea de bază a acestei teorii este că salvarea identității, conflictul și cultura sunt toate interconectate.

Comunicarea interculturală implică anumite interacțiuni interculturale, care devin un prilej de a conștientiza diferențele dintre „noi” și „ceilalți”. Acestea ne ajută să înțelegem că modurile de gândire și de comportament ale celorlalți, inclusiv stilul lor de comunicare, fac parte din echipamentul lor cultural, conferindu-le o identitate distinctă de a noastră (sub raport lingvistic, axiologic, normativ, simbolic etc.). În mod paradoxal, multiplele interacțiuni dintre societăți și culturi au dus la o renaștere a interesului pentru identitățile individuale, de grup și colective (Georgiu, 2010).

Identitatea unei persoane sau a unui grup este ceea ce le conferă recunoaștere. Procesul de formare a identității este direct legat de și influențat de cultură. Identitatea are aspecte sociale, culturale, cognitive și comunicative și este asociată cu diferențe de gen, vârstă, etnie, profesie, religie, limbă etc.

Natura identității este extrem de complexă, iar „a vorbi despre identitate înseamnă a vorbi despre natura umană și complexitatea ei, despre istoria devenirii omului, a creării și recreării lui prin gândire, efort și voință, înseamnă a vorbi despre o față vizibilă, conștientă de sine, și alta ascunsă ce transpare în gânduri, gesturi, comportamente demne de a fi luate în seamă” (Comendant & Mitriuc, 2021).

Unul dintre cele mai semnificative tipuri de identitate la scară globală este identitatea culturală. Aceasta reprezintă, definește și diferențiază reprezentanții unei anumite culturi.

Identitatea culturală constituie o manifestare esențială și relativ constantă, care dezvăluie dominantele culturale și valorice ale unei societăți. Este dimensiunea pe care o dezvoltă o anumită cultură atât în interiorul său, cât și în procesul de dialog cu alte culturi.

Identitatea culturală se referă la identificarea cu un anumit grup sau la sentimentul de apartenență la o anumită cultură. În contextul acestui articol, vom defini cultura dintr-o perspectivă structurală, a elementelor sale componente, înțelegând-o ca pe o entitate care include limba, normele, tradițiile, obiceiurile, valorile, sistemul educațional, știința, arta, religia etc.

Identitatea culturală se poate diferenția în funcție de limbă, tradiții, obiceiuri, norme, religie ș.a., adică în funcție de fiecare element al culturii. Identitatea culturală a unui individ este creată în interacțiunea cu alții, într-un context socio-cultural unic. Crearea propriei identități culturale necesită efortul persoanei, al grupului sau al comunității.

Identitățile nu sunt statice, ci dinamice, și „fie ele ale unui individ sau ale unei comunități, nu sunt un dat. Ele trebuie făurite – create, transmise, reproduse, executate – textual și semiotic, adică prin semne. Limbajul fiind sistemul semiotic suprem, fiecare identitate își dorește în mod ideal un limbaj propriu. Nu o limbă complet nouă, dar cel puțin un anumit segment al vocabularului pe care oamenii din interior îl pot folosi pentru a se distinge de cei din afară” (Joseph, 2012).

Identitatea culturală a unui individ poate fi modificată sau chiar substituită. De exemplu, identitatea culturală a unei persoane poate deveni instabilă după mutarea într-o nouă țară, până la dezvoltarea unei noi identități culturale. Acea identitate culturală pe care cineva o deține într-o anumită țară poate să nu mai aibă sens în noul context, iar stabilizarea unei noi identități va necesita, probabil, câțiva ani (Fitzsimmons, 2013).

Oamenii simt nevoia de identitate culturală. Unul dintre considerentele principale este că fiecare persoană are nevoie de o anumită ordine în viața sa, pe care o poate obține doar în cadrul comunității. Pentru aceasta, oamenii acceptă în mod voluntar normele și valorile care predomină într-o anumită comunitate. Asimilarea componentelor unei culturi conferă vieții unei persoane un caracter ordonat și previzibil și, cel mai important, o face implicată în acea cultură.

Prin urmare, în esența identității culturale se conține și acceptarea conștientă de către o persoană a normelor culturale relevante și a tiparelor de comportament, a orientărilor valorice și a limbajului, precum și înțelegerea „eului” său din punctul de vedere al caracteristicilor culturii dintr-o anumită societate.

Identitatea culturală, fiind o manifestare și o conștientizare a propriului „eu”, presupune percepția și analiza propriilor acțiuni și forme de comportament, norme și valori din punctul de vedere al regulilor care predomină într-o societate. Ea reprezintă ansamblul de caracteristici culturale ale unui individ sau ale membrilor unui grup, care le permite acestora să se identifice ca

membri ai unor grupuri sau comunități, dar și să se diferențieze de membrii altor grupuri sau comunități.

Prin intermediul identității culturale, anumite fenomene, evenimente, comportamente și stiluri de viață generează în noi un sentiment de simpatie sau antipatie, de aprobare sau de dezaprobare. Forma externă de manifestare a identității este suficient de vizibilă și se caracterizează mai ales prin indicatori specifici unui anumit grup, cum ar fi limba, alimentația, stilul de viață, religia și tradițiile.

Identitatea culturală este crucială pentru reproducerea și coeziunea comunităților sociale. Valorile culturale comune, semnificațiile, normele și modelele de comportament și comunicare, tradițiile și obiceiurile leagă membrii unei comunități.

Conștientizarea propriei identități culturale și menținerea acesteia sunt esențiale pentru păstrarea particularităților fiecărei națiuni și culturi. Pentru culturile naționale, identitatea culturală este deosebit de importantă, deoarece ea reprezintă „esența perenității popoarelor; ea conferă omului, în particular, specificitate, iar grupurilor sociale, în general, unitate, caracter irepetabil și ireductibil; ea constituie legătura între trecutul, prezentul și viitorul lor; cultura condiționează întreaga experiență a omului, de la naștere până la moarte” (Comendant, Mitriuc, 2021).

Pentru a conștientiza, a cunoaște și a înțelege alte identități culturale, este importantă, înainte de toate, cunoașterea propriei identități culturale. Identitatea culturală conferă persoanelor demnitate și forța de a-și dezvolta în continuare propria cultură. Dacă indivizii nu au posibilitatea de a-și păstra propria identitate culturală, acest lucru poate duce la conflicte în cadrul societății sau între diferite societăți.

Identitatea culturală se modifică pe parcursul dezvoltării sociale. Totuși, inițiativele de îmbogățire și modificare a propriei identități culturale trebuie să vină de la purtătorii acestei identități și nu să fie impuse din exterior.

Se pot distinge mai multe tipuri de identitate culturală. Astfel, Adrian Otovescu evidențiază patru tipuri de identitate culturală: individuală, culturală de grup, regională și națională:

a) Identitatea culturală individuală – definește profilul cultural al fiecărui om și îi conferă o notă personală prin intermediul cunoștințelor, valorilor și modului de a gândi. b) Identitatea culturală de grup – caracterizează toți membrii unui grup care împărtășesc aceleași valori și modele de comportament. În cazul grupurilor etnice și al minorităților naționale, identitatea culturală poate beneficia și de aportul unor instituții proprii (școala, asociații, presa, posturi de radio și televiziune), care au ca scop susținerea și promovarea sistematică a valorilor materiale și spirituale identitare, începând de la obiectele de vestimentație până la creațiile artistice.

c) Identitatea culturală regională – este proprie unei zone geografice și spirituale, caracterizând comunitățile teritoriale și manifestările de viață ale locuitorilor lor. Identitatea culturală regională crește încrederea și facilitează interacțiunea între membrii nativi.

d) Identitatea culturală națională – sintetizează ceea ce este specific unui popor, unei comunități naționale, și ne ajută să diferențiem cultura unei societăți sau țări de cultura altor societăți și țări (de exemplu, cultura unui român de cultura unui spaniol sau a unui francez de cea a unui englez) (Otovescu, 2013).

Această structurare subliniază complexitatea și nivelurile multiple ale apartenenței culturale. Fiecare dintre aceste tipuri de identitate culturală pot fi parte a comunicării interculturale.

Pe parcursul dezvoltării sociale, identificarea culturală a ieșit în evidență de fiecare dată când s-au întâlnit, au dialogat sau s-au confruntat culturi diferite. Culturile au propria lor imagine

asupra lumii, propriile sisteme de valori și imperative. Cultura modelează în mare măsură ierarhia sistemului de valori al reprezentanților săi individuali.

Conștientizarea deplină și profundă a propriilor valori apare doar atunci când persoanele comunică cu reprezentanții altor culturi, când sunt relevate diferențe în orientările lor valorice. Aceste diferențe cauzează adesea neînțelegeri și alienare, ceea ce în cele din urmă îngreunează comunicarea.

Așadar, esența oricărei culturi poate fi percepută și în interiorul său, dar este dezvăluită mai aprofundat la întâlnirea cu alte culturi, în procesul de interacțiune și comunicare interculturală. Astfel, în cadrul comunicării interculturale se manifestă identitatea și unicitatea culturilor, iar la întâlnirea cu alte valori și norme culturale, apare o conștientizare mai clară a diferențelor culturale existente.

Comunicarea interculturală începe atunci când persoane din culturi și etnii diferite intră în contact. Este un proces de comunicare în care indivizi cu identități culturale distincte încearcă să se înțeleagă reciproc. Termenul „intercultural” însuși sugerează prezența, în actul comunicării, a cel puțin doi indivizi care se deosebesc cultural, fie prin valori, coduri de comunicare, fie prin așteptări legate de interacțiune.

Specialiștii în comunicare interculturală din tradiția europeană au urmat mai degrabă o paradigmă funcționalistă/postpozitivă, un exemplu fiind Geert Hofstede. Mulți cercetători, însă, au adoptat paradigma cercetării interpretative, care se preocupă de înțelegerea lumii prin activitate socială semnificativă, precum și de descrierea comunicării subiective și creative a indivizilor. Comunicarea este, prin urmare, văzută ca procesul social primar în care practicile sunt codificate cultural (Carbaugh, 1988), (Carbaugh, 1990), (Philipsen & Hart, 2015).

Comunicarea interculturală este un proces determinat cultural, ale cărui componente sunt strâns legate de mediul cultural al participanților. În acest proces, informația este transmisă atât verbal, cât și non-verbal, ceea ce adesea complică interpretarea ei de către reprezentanții unei culturi date. Tocmai de aceea, „comunicarea interculturală necesită o conștientizare a diferențelor culturale, deoarece ceea ce poate fi considerat perfect acceptabil și natural într-o cultură poate deveni confuz sau chiar jignitor în altă cultură” (Rusu & Pîrlog, 2022).

În cadrul comunicării interculturale, emițătorul și destinatarul mesajului aparțin unor culturi diferite. De asemenea, este important ca participanții la comunicare să înțeleagă diferențele culturale ale celuilalt. În esența sa, comunicarea interculturală este întotdeauna comunicare interpersonală într-un context special, cel în care un participant descoperă diferențele culturale ale celuilalt.

Comunicarea interculturală diferă semnificativ de cea desfășurată în cadrul aceleiași culturi. Una dintre principalele caracteristici care distinge comunicarea interculturală de cea intraculturală este incertitudinea privind regulile după care se va desfășura interacțiunea. Din cauza influenței profunde a culturii asupra tuturor aspectelor procesului de comunicare, nu putem fi siguri că regulile utilizate de reprezentanții culturilor diferite sunt identice.

Anumite semne distincte diferențiază comunicarea interculturală. Acestea reflectă specificul său față de actul convențional de trimitere și recepție de mesaje între expeditor și destinatar:

1. Comunicarea interculturală reprezintă un fenomen universal, care se manifestă pretutindeni în lume. Indiferent de activitățile asociate cu acestea (comunicarea față în față, utilizarea de diverse suporturi indirecte, cum ar fi internetul, citirea diverselor surse de specialitate etc.), în cazul în care oamenii obțin informații de la subiecții unei culturi „străine”, aceștia sunt implicați în comunicarea interculturală.

2. Comunicarea dintre diferite culturi a existat de mii de ani. Istoria comunicării interculturale este la fel de veche ca și istoria omenirii. Aceasta datează de la triburile nomade, trece prin diferite perioade legate de apariția schimburilor comerciale dintre țările lumii, popularea Americii de către imigranții din Europa și Asia, și de alte evenimente istorice similare.

3. În perioada modernă, comunicarea interculturală este un fenomen actual. Comunicarea interculturală din lumea de astăzi este o manifestare curentă, indiferent de natura activităților pe care o provoacă, activități legate de instruirea tinerilor, emigrarea populației active, cu scopul de sporire a veniturilor sau vizite turistice” (Sarkisyan, 2013).

Astfel, se subliniază trei caracteristici esențiale ale comunicării interculturale, evidențiindu-se natura sa universală, istorică și actuală. Interacțiunile dintre culturi sunt omniprezente și își mențin relevanța continuă, de la zorii civilizației până în zilele noastre.

În cadrul comunicării interculturale, identitatea culturală oferă unei persoane orientări valorice și protecție psihologică. În acest proces, o persoană rezolvă simultan două probleme: încearcă să-și păstreze identitatea culturală și să înțeleagă o altă cultură, sau chiar să se integreze în ea.

Identitatea culturală se prezintă ca un aspect integral al comunicării interculturale, îndeplinind o dublă funcție. În primul rând, îi ajută pe comunicatori să se înțeleagă mai bine, să anticipeze comportamentul interlocutorului și, implicit, să faciliteze procesul de comunicare.

Unul dintre cele mai importante roluri ale identității culturale în cadrul comunicării interculturale este că aceasta influențează capacitatea de a înțelege și accepta alte culturi, precum și dorința de adaptare și înțelegere reciprocă. Conștientizarea rolului identității culturale este un aspect crucial în perceperea comunicării interculturale.

Această conștientizare ne ajută să ne înțelegem pe noi înșine în contextul altor culturi și să dezvoltăm o interacțiune mai eficientă cu reprezentanții acestora. De asemenea, permite indivizilor să își formeze o imagine unii despre ceilalți și să adere la un anumit model de comportament și comunicare.

Comunicarea interculturală nu doar unește participanții la procesul de comunicare, ci îi familiarizează și cu trăsăturile diverselor instituții sociale. În plus, comunicarea interculturală ar trebui să se bazeze pe o politică de cooperare, care presupune dobândirea voluntară de către participanți a unor abilități utile, terminologii și tradiții de relaționare. Astfel, persoanele și comunitățile care interacționează devin mai „bogate” din perspectivă culturală.

Impactul identității culturale asupra comunicării interculturale este semnificativ. În funcție de identitatea culturală, fenomenele culturale pot evoca sentimente foarte diferite. Discrepanța în viziunile asupra lumii ale reprezentanților diferitelor culturi, precum și diferențele de tradiții, obiceiuri și modele de comportament pot duce la neînțelegeri și tensiuni între aceștia.

Pe parcursul procesului comunicării interculturale se manifestă atât posibilitățile, cât și limitările identității culturale. Aspectele limitative ale identității culturale pot provoca situații conflictuale. Dar tocmai aceste limitări ne încurajează să raționalizăm procesul de comunicare interculturală, impunându-ne să purtăm conversațiile în anumite direcții tematice, încercând să evităm acele aspecte ale comunicării care pot duce la conflicte.

Istoria omenirii este și istoria confruntărilor, luptelor și războaielor dintre diferite comunități. De aceea, este firesc ca, în cadrul comunicării interculturale, reprezentantul altei culturi, purtătorul unei alte identități culturale, să fie perceput ca un „altul”, ca un „străin” – o persoană ciudată, neobișnuită, străină culturii proprii, care poate părea fie prea neputincioasă, fie, dimpotrivă, prea puternică sau

chiar periculoasă. Totuși, pentru o comunicare interculturală eficientă, este esențial ca acest „altul”, „străinul”, să fie înțeles, să se identifice puncte comune și să se ajungă la compromisuri.

Eficacitatea comunicării interculturale depinde în mare măsură de recunoașterea existenței diferențelor culturale, de recunoașterea valorii absolute a diversității culturilor și de recunoașterea dreptului altor culturi de a exista, a se conserva și a se dezvolta.

Recunoașterea faptului că, pe lângă propria cultură, există și alte culturi care au propria lor imagine asupra lumii, propriile valori, norme de comportament și comunicare—diferite de ale tale—servește drept condiție esențială pentru eficacitatea comunicării interculturale.

Printre impedimentele care stau în calea comunicării interculturale se numără, de exemplu, viziunea etnocentrică asupra lumii. Aceasta poate fi urmărită din vremuri istorice îndepărtate. Astfel, în antichitate, grecii împărțeau toate națiunile în eleni și barbari. Barbarii erau înzestrați cu caracteristici precum lipsa de educație, prostia, cruzimea și lăcomia, primind, așadar, o evaluare negativă fără ambiguitate. Chinezii procedau similar, caracterizându-i pe huni într-un mod asemănător.

Este o evidență că „comunicarea ce se poate încheia între reprezentanții a două culturi diferite se realizează în limitele impuse de inteligibilitatea reciprocă și de barierele culturale și lingvistice” (Lesenciuc, 2017). De aceea, oamenii trebuie să fie orientați spre înțelegerea corectă a celorlalți și să încerce să depășească barierele din calea comunicării.

O comunicare interculturală de succes, care presupune realizarea înțelegerii și menținerea respectului reciproc între purtătorii de culturi diferite, precum și minimizarea contradicțiilor, se fundamentează pe anumite principii:

- Respectul pentru alte culturi. E dificil pentru unii participanți la comunicarea interculturală să renunțe la ideea că propria lor cultură reprezintă centrul universului. Totuși, pentru o comunicare interculturală eficientă, e crucial să recunoaștem importanța altor culturi, faptul că fiecare cultură e diferită și că fiecare individ are o identitate culturală unică.

- Înțelegerea faptului că nu există culturi bune sau rele, avansate sau înapoiate, există doar culturi diferite. Superioritatea propriei culturi pare naturală și e evaluată necondiționat pozitiv, în timp ce alte culturi și elementele lor apar uneori într-o formă ciudată, de neînțeles. Însă, absolutizarea propriei culturi subminează inevitabil valoarea altor culturi, evaluându-le ca fiind inferioare în raport cu propria cultură..

- Capacitatea de a depăși stereotipurile. Din perspectiva comunicării interculturale, stereotipurile sunt idei generalizate despre trăsăturile tipice caracteristice unei națiuni sau culturii acesteia. Stereotiparea presupune o viziune statică asupra comunităților și a oamenilor, tendința de a reduce toți oamenii la un număr limitat de tipuri cu un set standard de caracteristici. Stereotipurile duc la o distorsionare a realității, ceea ce presupune o schemă rigidă de percepție și complică semnificativ procesul de comunicare. Din cauza stereotipurilor, comportamentul real al partenerilor, precum și intențiile acestora, pot rămâne neobservate sau neînțelese, devenind o sursă de conflict.

- Disponibilitatea de a învăța despre o cultură străină, ținând cont de diferențele sale de cultura proprie. O comunicare adecvată în contactele interculturale e realizabilă doar cu ajutorul cunoașterii sistemului de valori al partenerului. Astfel de cunoștințe ajută la anticiparea semnificativă a comportamentului unui reprezentant al altei culturi, la demonstrarea respectului față de el și la evitarea situațiilor incomode, ceea ce, în cele din urmă, reprezintă cheia unui contact de succes.

Pentru implementarea cu succes a comunicării interculturale în societatea modernă, sunt propuse diverse modele, printre care educația interculturală, dialogul reciproc al culturilor, formarea deschiderii și a toleranței, și crearea unei „a treia culturi”. Eficacitatea procesului de comunicare cu reprezentanții altor țări și culturi se realizează nu doar prin înțelegerea acestor culturi, ci, în primul rând, prin înțelegerea de sine în contextul acestei comunicări, adică o înțelegere a propriei identități culturale.

Unii cercetători consideră că „competența de comunicare interculturală nu este singulară, în condițiile în care cerințele pentru interacțiunea eficientă și adecvată privesc nu doar contactul efectiv dintre persoane, ci și o anumită formație personală, implicit intelectuală a actorilor comunicării” (Lesenciuc, 2017). Alții subliniază, de asemenea, importanța unor competențe interculturale pentru eficiența comunicării.

Astfel, Spitzberg și Cupach enumeră șapte tipuri de competențe necesare pentru comunicarea eficientă dintre purtătorii unor culturi diferite:

- competența fundamentală (abilitatea generală de adaptare eficientă la noul mediu pentru atingerea scopurilor proiectate, privind, mai exact, eficiența trans-situațională);
- competența socială (empatie, asumarea rolurilor, complexitate cognitivă, managementul interacțiunii), abilități sociale;
- competența interpersonală (interacțiunea adecvată pentru atingerea scopurilor și îndeplinirea atribuțiilor prin apel la comunicare);
- competența lingvistică (abilitatea de a utiliza efectiv limba);
- competența de comunicare (cunoașterea normelor lingvistice, a regulilor de punere în act a acestora, respectiv a modalităților de adecvare a limbajului la contextul de producere);
- competența relațională (vizând interacțiunea propriu-zisă și presupunând corelarea celorlalte șase competențe, în sensul transgresării limitelor implicate de acestea) (Spitzberg, Cupach, 1984).

O comunicare interculturală eficientă necesită un set complex de competențe interconectate. Acestea includ abilități fundamentale de adaptare la medii noi, competențe lingvistice și de comunicare, dar și competențe sociale și interpersonale care încurajează empatia și o interacțiune eficientă. Succesul în comunicarea interculturală depinde de o combinație reușită a acestor abilități.

Cercetătorul italian P. E. Balboni consideră că construirea competențelor de comunicare interculturală necesită dezvoltarea unor abilități relaționale specifice la participanți:

a. a ști să observe, să se descentralizeze și să se înstrăineze, adică a ști să elimine impactul experiențelor anterioare, al ideilor, proiecțiilor, concepțiilor estetice și al valorilor care condiționează viziunea în momentul contactului cu oamenii din alte culturi.;

b. a ști să suspende judecata. Categorizarea inputurilor este esențială pentru viață. Aceasta este ceea ce învață emoțiile, evaluate cognitiv, ființa umană, care efectuează operațiuni de clasificare (bine/rău, calm/periculos, prietenos/agresiv etc.) în timp real, pentru a reacționa în mod corespunzător. În comunicarea interculturală, reacția trebuie suspendată, ajungând eventual până la a cere feedback explicativ.;

c. a ști să relativizeze, adică să fie conștienți de faptul că viziunea proprie a lumii poate fi părtinitoare;

d. a ști să asculte activ, a se plasa în starea de a asculta o persoană inteligentă, care implicit nu este un dușman, prost., agresiv etc.: a asculta pentru a înțelege explicații implicite ale unor atitudini, pentru a vedea dacă un fapt negativ pentru noi este ușor de depășit în restul discursului etc;

e. a ști să înțeleagă cu implicații emoționale: emoțiile au un rol primordial în comunicarea interculturală și, prin urmare, trebuie conștientizate și controlate;

f. a ști să negociezi semnificațiile (Balboni, 2015).

Astfel, competențele de comunicare interculturală înseamnă mult mai mult decât a cunoaște o limbă străină sau cultura altcuiva. Ele cer un set de abilități de relaționare care ne ajută să interacționăm mai bine.

Competențele interculturale pot avea un rol crucial în aprofunda conștientizarea și consolida identitatea culturală. De exemplu, atunci când o persoană învață ceva despre o altă cultură, reflectarea profundă asupra valorilor și normelor acesteia duce la o reflecție mai aprofundată asupra propriei culturi. Deschiderea empatică către o cultură nouă și diferită permite o explorare continuă a propriei identități culturale. Competențele interculturale ne permit să ne vedem pe noi înșine, identitatea noastră, din perspective noi, să apreciem și să împărtășim profunzimea și bogăția propriei noastre culturi.

Comunicarea interculturală este un proces destul de complex, iar „atunci când oamenii au abilitățile adecvate de a naviga în medii interculturale, adoptarea stilului de identitate hibrid (adică integrarea elementelor ambelor culturi într-un mod nou și unic) ar putea fi o alegere mai naturală. În schimb, atunci când cineva se luptă să-și manevreze viața în jurul diferențelor culturale, alternarea (adică sublinierea unor aspecte culturale particulare în funcție de situație) ar putea fi o strategie de identitate mai accesibilă și mai puțin solicitantă” (Szabó, Ward, 2020).

Participanții la comunicarea interculturală trebuie priviți ca membri ai unor culturi diferite, purtători ai unor identități culturale distincte. Diferențele observate în comportamentul lor, în cadrul procesului de comunicare, ar trebui atribuite și explicate prin apartenența la grupul lor cultural.

CONCLUZII

Problemele legate de înțelegerea reciprocă, cunoașterea reciprocă și interacțiunea dintre culturi devin din ce în ce mai relevante în lumea multipolară modernă. Dezvoltarea rapidă a comunicării interculturale, intensificată considerabil odată cu procesul de globalizare, are, fără îndoială, un impact semnificativ asupra identității culturale, impact ce poate fi atât pozitiv, cât și negativ. Comunicarea interculturală se confruntă cu numeroase provocări legate de aspecte lingvistice, sociale și psihologice. Diferențele de limbaj, mentalitate, etichetă și strategii de comunicare pot duce la neînțelegeri și conflicte în interacțiunea interculturală.

Identitatea culturală impune un anumit cadru procesului de comunicare interculturală. Pentru a preveni sau depăși conflictele interculturale, este esențial să putem comunica eficient cu reprezentanții altor culturi, bazându-ne pe recunoașterea dreptului la existență al altor semnificații culturale, al altor sisteme de valori și al unor concepții diferite despre lume.

Comunicarea interculturală, pe de o parte, promovează apropierea culturală între popoare prin comunicare și cunoaștere interculturală. Pe de altă parte, însă, poate duce la o revizuire și respingere a unor valori tradiționale ale propriei culturi și, în cele din urmă, la pierderea propriei identități culturale.

Referințe bibliografice:

1. Balboni, P. E., 2015. La comunicazione interculturale e l'approccio comunicativo: dall'idea allo strumento. *EL.LE.*, 4(1), pp. 1-20. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/41141869.pdf> (Accessed: 6 March 2024).
2. Carbaugh, D., 1988. Comments on "culture" in communication inquiry. *Communication Reports*, 1(1), pp. 38-41.
3. Carbaugh, D., 1990. *Cultural Communication and Intercultural Contact*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
4. Comendant, T. and Mitriuc, A., 2021. Identitate culturală: delimitări conceptuale. *Studiul artelor și cultorologie: istorie, teorie, practică*, 1(38), pp. 237-242.
5. Fitzsimmons, S. R., 2013. Multicultural Employees: A Framework for Understanding How They Contribute to Organizations. *Academy of Management Review*, 38(4), pp. 525-549.
6. Georgiu, G., 2010. *Comunicarea interculturală. Probleme, abordări, teorii*. București: Comunicare.ro.
7. Hall, E. T., 1977. *Beyond culture*. New York: Anchor Press.
8. Hall, E. T., 1959. *The silent language*. New York: Anchor Books.
9. Hofstede, G., 1980. *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
10. Joseph, J. E., 2012. *Cultural Identity*. Available at: <https://doi.org/10.1002/9781405198431.wbeal0298> (Accessed: 12 February 2024).
11. Lesenciuc, A., 2017. *Teorii ale comunicării*. 2nd edn. Brașov: Editura Academiei Forțelor Aeriene "Henri Coandă".
12. Otovescu, A., 2013. *Conservarea identității culturale în mediile de imigranți români din Europa*. București: Editura Muzeului Național al Literaturii Române.
13. Philipsen, G. and Hart, T., 2015. Speech Codes Theory. In: *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*. Available at: <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi178> (Accessed: 11 March 2024).
14. Rusu, D. and Pîrlog, A., 2022. Barriers in intercultural communication and ways to overcome. In: *Competitiveness and Innovation. Knowledge Economy: 26th International Scientific Conference: Conference Proceeding, September 23-24, 2022*. Chișinău: ASEM, pp. 157-161.
15. Sarkisyan, K., 2013. Obstacole în calea procesului de comunicare interculturală (Comentariu asupra întreprinderilor bulgare). *ECONOMICA, Revista științifico-didactică*, 2(84), pp. 55-64.
16. Spitzberg, B. H. and Cupach, W. R., 1984. *Interpersonal Communication Competence*. Beverly Hills, CA: Sage.
17. Ting-Toomey, S., 1988. Intercultural conflicts: A face-negotiation theory. In: Kim, Y. Y. and Gudykunst, W. B. (eds.) *Theories in intercultural communication*. pp. 213-235.
18. Szabó, Á. and Ward, C., 2020. 'The relationship between intercultural abilities and cultural identity styles: A longitudinal cross-lagged analysis'. *International Journal of Psychology*, 55(3), pp. 465-471.