CZU: 316.7

POTENȚIALUL CREATIV CA FACTOR DECISIV ÎN COMUNICAREA INTERCULTURALĂ

SUSLENCO Alina, dr., lect.univ., USARB

In this work there were addressed aspects of intercultural communication importance in developing the employee's potential, in discovering the basic elements in communication with business partners, tourists, customers, suppliers. The intercultural communication helps uncover the true values and brings closer the common realities to both partners during the discussion. The research methodology was focused on using several methods such as analysis, synthesis, scientific abstraction, induction, abduction. In conclusion, we can state that intercultural communication is an asset and has become nowadays a necessity for companies that want to be competitive and want to assert themselves on the market.

Cuvinte cheie: comunicare, comunicare interculturală, potențial creativ, dificultăți în comunicare, bariere în comunicare, factori ai succesului.

Termenul de comunicare este greu de definit deoarece acesta a fost utilizat într-o varietate de modalități pentru scopuri diferite. Comunicarea a fost definită ca un proces de transmitere a informației de la o persoană la alta. Acest proces a fost conceput ca fiind orientat în sens unic, în ambele sensuri sau fiind un proces circular de schimb de informații între un expeditor, receptor, mediator și mesaj, figura 1. Obiectivul unui proces de comunicare a fost tranferul de informație. O astfel de comunicare a fost destul de ușoară fiindcă informațiile transferate puteau fi simplificate prin gesturi (Yvette Reisinger, 2009).

Începând cu anii 1960, teoriticienii de comunicare au definit comunicarea ca interpretarea sensului prin simboluri și semne (Barthes, 1972; Levi Strauss, 1976; Saussure, 1960) sau ca un proces de creare a sensului, puternic influențat de cultură (Berger și Luckman, 1966; Foucault, 1969). Lustig și Koester (1993) au rezumat aceste definiții într-o definiție contemporană a comunicării: „Un proces simbolic, interpretativ, tranzacțional, contextual, în care persoanele creează înțelesuri comune".

– Simboluri – care pot fi cuvinte, acțiuni sau obiecte – reprezintă mesajele sau informațiile pe care oamenii încearcă să le comunice.

– Comunicarea este „interpretare" deoarece simbolurile pot fi interpretate în mod diferit în momente diferite, de părți diferite.

– Termenul „tranzacțional" indică faptul că participanții la comunicare efectuează o tranzacție de informații; ei trimit și primesc mesaje de la unul la altul și creează sensuri în timpul conversației lor.

– Comunicarea este „contextuală" deoarece are loc într-un context fizic, social, istoric sau cultural. Aceste contexte influențează scopul comunicării, natura relațiilor dintre participanți și comportamentul acestora.

– Comunicarea este un „proces" deoarece sensurile (percepții sau sentimente pe care le crează mesajele), se schimbă continuu.

– „Înțelesuri comune" sugerează că este posibil de a ajunge la un compromis sau înțelegere a semnificațiilor ambelor părți.

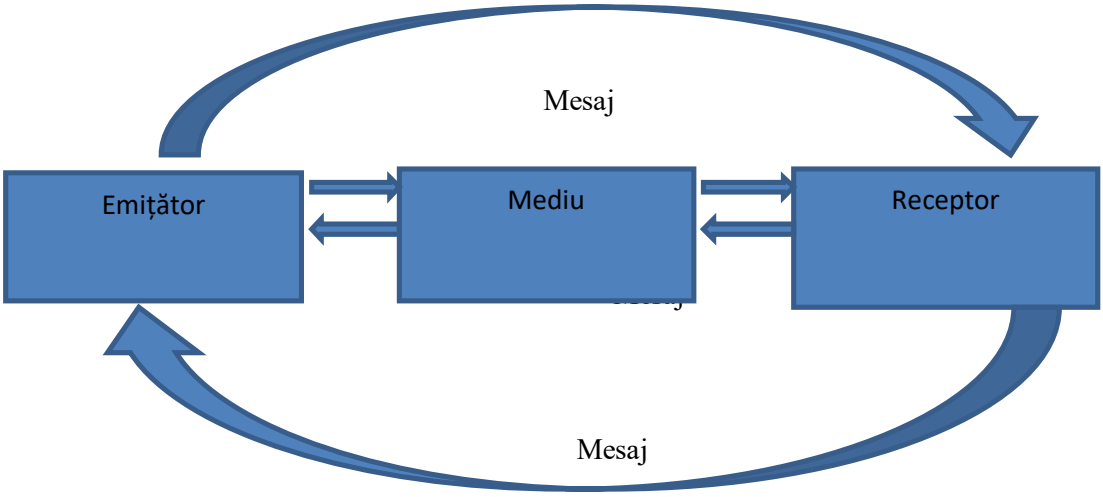

Figura 1. Modelul de Comunicare
Sursa: Yvette Reisinger, 2009

Lustig și Koester (1993) subliniază, în definiția lor a comunicării, că importanță are nu numai transferul de mesaje (așa cum se menționa în definițiile anterioare a comunicării), dar, de asemenea, crearea de informații și împărtășirea acestora. Un obiectiv major al comunicării este realizarea înțelegerii mesajelor transferate și semnificațiile lor.

Cuvântul *comunicare* înseamnă „comun", și indică capacitatea de a obține înțelegere comună cu alte persoane prin intermediul acceptării și schimbului de gânduri și experiențe. Cuvântul *comunicarea* sugerează adesea similitudine, acord, sau consens în gândurile și experiențele împărtășite în comunicare. De exemplu, expresia „Suntem pe aceeași undă" implică faptul că sensul unui mesaj este înțeles și împărtășit între participanții unei comunicări. Multe definiții ale comunicării sugerează ceva comun, menționând înțelesuri comune. Aproape toate teoriile și definițiile asumă posibilitatea obținerii unei înțelegeri comune prin intermediul schimbului de gânduri și experiențe. Procesul de comunicare, de asemenea include, feedback-ul, care are cva scop să arate gradul de înțelegere a informațiilor comunicate.

Din păcate, procesul de comunicare nu atinge niciodată starea de perfecțiune. De fapt, de prea multe ori cuvântul *comunicare* este folosit incorect pentru a sugera un anumit nivel de similitudine sau acord în comunicare. Habke și Sept (1993) caracterizează comunicarea ca „un proces de schimburi imperfecte". Acești autori au declarat că: „ Un gând complex este codificat într-un sistem limitat de codificare, transferat prin intermediul unor canale nesigure, pentru a fi codificat de o altă persoană printr-un proces imprevizibil. Procesul de codificare este restrictiv, mediul este provocator, procesul de decodificare este departe de înțelegerea și controlul codificatorului." Această definiție indică faptul că procesul de comunicare este foarte departe de la obținerea înțelegerii. Comunicarea nu este un proces de obținere a similarității sau acordului, este un proces de *înțelegere* a ceea ce alții încearcă să comunice și sensul mesajelor acestora. Obținerea unui acord și similaritate nu este o cerință a comunicării.

Comunicarea interculturală este un proces de comunicare în care persoanele dintr-o cultură încearcă să înțeleagă ce alții din diferite culturi încearcă să comunice și ce înseamnă mesajele lor. Termenul *intercultural* face aluzie la prezența a cel puțin doi indivizi care sunt cultural diferiți unul de altul în valori, codurile de comunicare preferate, sau așteptări de la comunicare. Comunicarea interculturală este adesea menționată ca *comunicarea internațională* (Lustig și Koester, 1993).

Într-un context turistic, comunicarea interculturală efectuată de către turiști când aceștia se întâlnesc cu gazdele dintr-o cultură străină, și de gazde când întâlnesc turiști dintr-o cultură străină. Scopul comunicării culturale între turiști și gazde este de a înțelege ceea ce fiecare parte încearcă să comunice: gazdele doresc să

înțeleagă nevoile turiștilor și să ofere un produs, serviciu pe care turiștii îl doresc. Aceștia nu au nevoie să ajungă la un acord în comunicarea lor sau să creeze înțelesuri comune.

Dificultățile în comunicarea interculturală sunt cauzate de diferențele culturale. În procesul de comunicare interculturală turiștii și gazdele „se confruntă cu o cultură diferită de propria lor în ceea ce privește obiceiurile, valori, standarde și așteptări" (Mishler, 1955) și aderă la diferite standarde de comunicare. Aceștia adesea nu știu cum să comunice și să răspundă unui altuia. Stilul de comunicare care este dorit în cultura turistului poate să fie inadecvat în cultura gazdă. Cu cât mai mare este diferența culturală, cu atât mai multe dificultăți în comunicare. De exemplu, Sutton (1967) observă că atunci când diferențele culturale sunt mari și incompatibile, există mai puține puncte comune culturale între partcipanții la comunicare; de aceea comunicarea lor devine mai interculturală, dificilă și mai puțin eficientă; aceasta duce la neînțelegeri și interpretări greșite. Comunicarea interculturală poate deveni o problemă atunci când nivelul de diferențe culturale este destul de mare sau suficient de semnificativ pentru a crea discrepanțe în înțelegerea reciprocă a comportamentului de comunicare și crearea diferitor mesaje și interpretări (Lustig și Koester, 1993). Turiștii mereu întâlnesc dificultăți de comunicare când se află în contact cu gazda, cauză fiind diferențele culturale (Pearce, 1982). Diferențele culturale cauzează neînțelegeri și chiar ostilitate între turiști și gazdă (Bochner, 1982; Bryden, 1973).

Tabelul 1 prezintă unele dintre elementele cheie ale diferențelor culturale ce contribuie la crearea dificultăților în comunicarea interculturală. Aceste elemente depășesc, în mare măsură, problemele de diferite vocabulare sau structuri de propoziție. Ele se referă la valorile și normele unei culturi, la fel și așteptări.

Diferențe semnificative între culturi care influențează comunicarea interculturală sunt indicii non-verbali, cum ar fi mișcarea corpului, privirea ochilor și expresiile pe față, utilizarea spațiului, și chiar gesturi și posturi. De exemplu, cei care provin din climate mai reci mențin distanțe fizice mai mari, pe când cei de la climate calde preferă să stea mai aproape de persoana cu care comunică. Europenii de la nord folosesc un spațiu mai larg pentru comunicări, pe când europenii de la sud folosesc un spațiu mai mic. Ca rezultat, cei din țările medteraneene sunt percepuți de cei de la nord ca intruzivi și care încalcă spațiul privat, pe când cei de la sud percep nordicii ca persoane distanțate (Lustig și Koester, 1993).

Culturile diferă în ceea ce privește nivelul acceptabil al contactului fizic între oameni în timpul interacțiunilor interpersonale (Argyle, 1986). În culturile cu un nivel de contact fizic mai mare, cum ar fi cele din Orientul Mijlociu, America Latină și Europa de Sud, persoanele se ating reciproc mai mult în conversațiile sociale, și stau mai aproape unul de altul decât persoanele din culturi cu puțin contact fizic acceptabil, ca de exemplu – Asia, Europa de Nord sau America de Nord (Hecht, 1989) care ating mai puțin, se uită unul la altul mai puțin direct și stau mai îndepărtat unul de altul (Argyle și Cook, 1976). Arabii, evreii, est-europenii și mediteraneenii aparțin culturilor cu mai mult contact și atingeri, pe când germanii, englezii și alte culturi anglo-saxone aparțin culturilor non-contact, deoarece nu acceptă atingerile frecvente în relațiile sociale (Mehrabian, 1971). Germanii, Scandinavii și Japonezii pot fi percepuți ca fiind reci, de către brazilieni și italieni, care la rândul lor pot fi percepuți ca agresivi, insistenți și prea familiarizați de către nord-europeni (Lustig și Koester, 1993).

Culturile diferă în ceea ce privește unde persoanele pot fi atinse. În Thailanda și Malaezia este interzis să atingi capul cuiva, fiindcă capul este considerat a fi sacru, este centrul puterii spirituale și intelectuale a unei persoane. Culturile la fel variază după principiul – cine poate să atingă pe cine. De exemplu, în China, să dai mîina cu o persoană de gen opus este acceptabil, pe când în Malaezia, nu este. În țările musulmane, atingerile ocazionale între persoane de sex opus este interzis (Lustig și Koester, 1993). În unele locuri există chiar și restricții legale împotriva îmbrățișărilor sau săruturilor făcute în public, chiar și între cuplurile căsătorite.

Culturile diferă uuna de alta în ceea ce privește gradul de contact vizual acceptabil. Europenii și nord-americanii privesc direct în ochii celeilalte persoane când ei ascultă, pe când afro-americanii se uită într-o parte (Lustig și Koeser, 1993). În Europa și America, cei care evită contactul vizual sunt considerați, fie neatente sau chiar nepoliticoși. Pe de altă parte, în Japonia și Coreea, persoanele nu privesc unul altul în ochi mult (Morsbach, 1973). Prea multă privire în ochi este considerată ca lipsă de respect, amenințător sau jignitor de asiatici (Argyle și Cook, 1976). Japonezii și coreenii își apleacă capul și se uită mai jos atunci când vorbesc cu cineva mai în vârstă sau superiori. Cu toate acestea, prea puțin contact vizual este perceput ca a nu fi atent, nepoliticos, nesincer,

necinstit sau timid. În Korea și Japonia, diverse mesaje sunt transmise prin intermediul ochilor, aceste elemente sunt redate în Tabelul 1.

Tabelul 1. Indici non-verbali ce afectează comunicarea interculturală

Caracteristicile Culturii	*Caracteristicile Comunicării*	*Țări*
Gudykunst, Ting-Toomey, Chua (1988); Hall (1976/1977, 1983), *Indirect*	Mesaje indirecte implicite, concentrare pe sensuri, utilizarea limbajului corpului și non-verbal, ambigue, utilizarea intermediarilor	Orientul Mijlociu, America Latină (Dodd, 1998); Japonia, Coreea, China, Africa de Sud (Gudykunst, Ting-Toomey & Chua, 1988; Hall, 1976/1977, 1983); Afro-americani, Japonia, Coreea (Lustig & Koester, 1993); Afro-americani, Japonia, Coreea, Thailanda, China (Stewart, 1971; Condon & Yousef, 1975)
Hall (1976/1977, 1983), *Spațiu*	Distanța fizică mare în timpul comunicării, au nevoie de spațiu personal	Europa de Nord, America de Nord (Remland, Jones, & Brinkman, 1992); Marea Britanie, Statele Unite, Germania, Australia (Gudykunst, Ting-Toomey, Sudweeks, & Steward, 1995); Scoția, Suedia, Germania (Hall & Hall, 1990); Japonia, China, Statele Unite ale Americii (Andersen, Lustig, & Andersen, 1990); Europa De Nord, Canada (Hall & Hall,1990)
	Distanța fizică mică, Importanța contactului fizic	Orientul Mijlociu, Africa, America Latină, Europa de Sud (Dodd, 1998); America de Sud, America Latină, Europa de Sud, Regiunea Mediteraneană, Țările Arabe, Indonezia (Andersen, Lustig, & Andersen, 1990); Orientul Mijlociu (Ruch, 1989); Mexic (Condon, 1985)
Argyle (1986), *Culturi de contact*	Persoanele fac contact fizic în timpul conversațiilor sociale	Orientul Mijlociu, America Latină, Regiunea Sud-Est a Europei (Hecht, Andersen, & Ribeau, 1989; Stewart, 1971; Condon & Yousef, 1975); Mexic (Condon, 1985); America Latină, Orientul Mijlociu, Israel, Grecia, Europa de Est (Samovar, Porter, & Stefani, 1998)
Argyle (1986) *Culturi non-contact (culturi de distanță)*	Persoanele nu se ating reciproc în timpul conversațiilor	Asia, Europa de Nord, America de Nord (Hecht, Andersen & Ribeau, 1989; Stewart, 1971; Condon & Yousef, 1975); Japonia (Rowland, 1985); Germania, Marea Britanie, Scandinavia (Samovar, Porter, & Stefani, 1998)
Contact vizual	Privesc direct în ochi în timpul conversațiilor	Europa, Statele Unite ale Americii (Lustig & Koester, 1993)
	Se uită într-o parte, contact vizual mai puțin direct	Afro-americanii (Lustig & Koester, 1993) Japonia și Coreea (Argyle & Cook, 1976)

Sursa: prelucrat de autor în baza datelor

Diferențele culturale în limbă se referă la diferite limbi, dialecte, accente și jargoane, producând diferite sunete în timpul vorbirii, folosind diferite secvențe de cuvinte sau un grad diferit de a pune întrebări și de a face declarații directe. Diferențele culturale în limbă, de asemenea, se referă la diferențele în a găsi cuvintele potrivite sau construirea unei propoziții adecvate, și modul în care cuvintele sunt folosite pentru a crea un anumit sens. În diferite culturi diferite cuvinte sunt folosite pentru a forma sensul ideilor. De exemplu, ceea ce britanicii numesc „chips", americanii din Statele Unite le numesc „french fries". De asemenea, în culturile chineză, japoneză și coreeană există multe formulări verbale pentru a exprima diferite niveluri de respect față de diferite clase sociale, sex și grupuri de vârstă (Lustig și Koester, 1993).

Diferite culturi folosesc vocabulare specializate pentru a se referi la caracteristici culturale importante ale mediului, ca zăpada din Islanda (Lustig și Koester, 1993) sau diferențierea sinelui. De exemplu, în limba Chineză există cel puțin 10 metode de a spune cuvântul „eu", iar în Japonia acest număr depășește 100 (Blauner, 1972).

Aceleași cuvinte pot avea sensuri diferite. De exemplu, cuvântul „da" și cuvântul „nu" pot fi folosite în mod diferit pentru a crea sensuri diferite. În unele culturi din Asia, oamenii evită folosirea cuvântului „nu" și evită să dea răspunsuri negative deoarece, nefiind de acord în mod direct sau spunând cuvântul „nu", este considerat nepoliticos și dăunător pentru armonia socială (Elashmawi, 1991). Pentru a putea spune „nu", asiaticii folosesc cuvinte diferite sau oferă nici un răspuns pentru a evita spunerea unei minciuni, sau oferă răspunsuri plăcute, chiar dacă nu sunt adevărate. Chinezii confirmă o declarație negativă cu „da" (Leung, 1991). Japonezii au mai multe moduri de a spune „nu" (DeMente, 1991). În loc de a spune „nu", japonezii pot să zică „probabil, posibil, poate" sau „eu nu știu". Mexicanii, la fel, consideră că contrazicerea, în mod direct, este nepoliticos și lipsit de respect (Klessig, 1992). Pe lângă acestea, în culturile asiatice se evită crtica în public, deoarece duce la pierdere imaginii și dăunează relațiilor sociale cu cei care critică. Reacțiile la critică, de asemenea, diferă. De exemplu, când sunt criticați, thailanezii se retrag din conversație, pe când americanii încearcă să se apere sau să-și crească flexibilitatea cognitivă (Foa, 1969).

Pentru afro-americani și euro-americani este foarte important ca să aleagă cuvintele corespunzătoare cu atenție. În culturile estice oamenii pot comunica în timp ce zic absolut nimic. Sensul este în tăcere sau spunând cât de puțin posibil. Ei consideră că tăcerea este o formă de comunicare. Persoanele se simt comfortabil în liniște. De exemplu, culturile asiatice, ca Japonia, Coreea și China, și culturile africane de sud, se concentrează mai mult pe liniște și vorbind nimic sau cât de puțin este necesar (Kincaid, 1987). Japonezii pun accentul pe importanța tăcerii asupra cuvintelor. Americanii băștinași cred că tăcerea este o caracteristică a unei persoane bune (Johannesen, 1974). În Japonia, Coreea și China oamenii capătă suspiciuni în legătură cu cei care vorbesc excesiv (Lustig și Koester, 1993). Cei care vorbesc prea mult nu sunt respectați. Pe de altă parte, americanii din Statele Unite se simt sub presiune când se face o pauză în conversație, de aceea încearcă să vorbească în continuu ca să evite situațiile de tăcere. Americanii din Statele Unite cred că cei care sunt tăcuți sunt slabi și nu au o opinie, iar cei care sunt „gălăgioși" sunt încrezuți și știu cum să iasă din încurcătură.

În diferite culturi oamenii atașează diverse valori la comentarii. În Statele Unite și Europa persoanele așteaptă comentarii într-o conversație. Euro-americanii, de exemplu, oferă comentarii în conversații la ceea ce a spus o altă persoană anterior. Totuși, japonezii își exprimă punctele de vedere fără a da comentarii la ceea ce a zis altă persoană (Gudykunst, 1988; Klopf, 1991).

Unele culturi folosesc o comunicare mai verbală decât altele. Cuvintele directe și sensurile explicite care reflectă intenții și dorințe adevărate sunt importante în Europa și Statele Unite, pe când în Japonia, Coreea, China și Africa de Sud, un stil indirect este folosit mai mult, lucruri fiind lăsate nerostite (Hall, 1983; Lustig și Koester, 1993).

În culturile arabă și latină oamenii folosesc metafore și proverbe pe scară largă și sunt foarte elaborate în comunicare (Gudykunst, 1988; Lustig și Koester, 1993). Acest fapt vine în contrast cu modul direct și explicit de comunicare al americanilor și europenilor. Dorința nord-americanilor de a trece la punct poate fi perceput de către asiatici ca agresivi sau nepoliticoși (Lustig și Koester, 1993) și chiar arogant, în special de către japonezi-americani, chinezi-americani și indieni care preferă un stil succint de comunicare, folosind afirmații modeste, pauze lungi și roluri sociale pentru a-și argumnta punctul de vedere (Gudykunst, 1988). Ca rezultat, euro-americanii pot

percepe persoane din Asia, Arabia și culturile latine imprecise și confuze, aceste elemente sunt redate redate în Tabelul 2.

Tabelul 2. Indici verbali ce afectează comunicarea interculturală

Caract. culturale	*Caracteristicile Comunicării*	*Țări*
Cuvintele recunosc statutul	Cuvintele arată respect sau lipsă de respect	Japonia, China, Coreea (Lustig & Koester, 1993)
Referințe culturale complexe	Mai multe cuvinte pentru a exprima fenomene cultural semnificative	Islanda, Japonia, China (Leung, 1991)
Influențe verbale unice	Semnificații contradictorii își fac aparența (da înseamnă nu)	Japonia (DeMente, 1991); China (Leung, 1991)
Cuvinte vs Tăcere	Importanța cuvintelor, documente formale	Europa, Statele Unite ale Americii, Afro-americanii (Lustig & Koester, 1993); Grecia, Israel, Italia, Țările Arabe (Samovar, Porter, & Stefani, 1998)
	Importanța tăcerii și semnificația ei	Japonia, Coreea, China, Africa de Sud (Kincaid, 1987); Swaziland, Zambia, Lesotho (Kincaid, 1987); Japonia, India, Americanii băștinași (Samovar, Porter & Stefani, 1998); Coreea (Yum, 1987); Japonia (Tsujimura, 1987)
Comentarii	Comentarii cu privire la spusele anterioare	Europa, Statele Unite ale Americii (Gudykunst, Ting-Toomey, & Chua, 1988; Klopf, 1991)
	Comentarii fără legătură la cele spuse anterior	Japonia (Gudykunst, Ting-Toomey & Chua, 1988; Klopf, 1991)
Gudykunst, Ting-Toomey, și Chua (1988); Gudykunst și Ting- Toomey (1988); Hall (1976/1977, 1983) *Direct*	Mesaje verbale explicite, utilizarea factelor și a obiectivității, confruntare directă, exprimarea directă a propriilor nevoi, adevăratele intenții	America de Nord (Dodd, 1998); Europa, Statele Unite ale Americii, Afro-americani (Hall, 1976 /1977, 1983; Gudykunst, Ting- Toomey, & Chua, 1988); Japonia, Coreea (Lustig & Koester, 1993)
Gudykunst și Ting-Toomey (1988), *Elaborat*	Utilizarea de metafore, proverbe și limbaj figurat	Culturi Arabe și Latine (Gudykunst, Ting-Toomey, Chua, 1988; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988)
Gudykunst și Ting-Toomey (1988), *Succint*	Formulări modeste, tăcere, pauze lungi, expresii precise, cantitatea exactă de informații necesare, numai absolutul necesar se spune, nu mai mult, nici mai puțin	Japonezi-Americani, Chinezi- Americani (Gudykunst, Ting-Toomey, & Chua, 1988; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988; Lustig & Koester, 1993)

Sursa: adaptat de autor în baza datelor prelucrate

În concluzie, putem menționa că comunicarea interculturală este un element de bază al dezvoltării și este acel element care a devenit în zilelele noastre un atuu pentru dezvoltarea unei comunicări care ar duce la înțelegerea partenerilor și la soluționarea tuturor neînțelegerilor, care pot să apară odată ce partenerii fac parte din culturi diferite.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Czinkota R. C. & Ronkainen L. – *International Marketing,* Fort Worth, Ed. Harcout College Publishers, 2002
2. Forrest, D. – Vietnamese maturation: The lost land of bliss. Psychiatry, p.111–139, 1971
3. Gudykunst, W. – Similarities and differences in perceptions of initial intracultural and intercultural encounters. Southern Speech Communication Journal, p.49–65, 1983
4. Johannesen, R. – The functions of silence: A plea for communication research. Western Speech, p.25–35, 1974
5. Kincaid, D. – Communication east and west: Points of departure. Communication theory Eastern and Western perspectives, (Ed.)., Academic Press, San Diego, 1987
6. László Márkus, Z., & Wagner, B. - GUIDE@HAND: Digital GPS Based Audio Guide that Brings the Past to Life. Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage, p.15-25, 2011
7. Lauring J. – Rethinking social identity theory in international encounters: language use as a negotiated object for identity making. International Journal of Cross Cultural Management, 2008
8. Leung, E. – Cross-cultural impacts in classroom situations from a student perspective. Paper presented at the International Association of Hotel Management Schools Spring 1991 Symposium, East Sussex, Brighton, April 4–5, 1991
9. Lustig, M., & Koester, J. – Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures, Harper College Publishers, New York, 1993
10. Yvette Reisinger – International Tourism: Cultures and behavior, 2009.