

Lezione :1

Introduzione alla comunicazione interculturale

1. Introduzione

La comunicazione interculturale è vecchia quanto il genere umano.

Le **culture** hanno sempre comunicato tra di loro, influenzandosi a vicenda, ma anche cercando di dominare le une sulle altre. Come area di studio la c.i. ha origine intorno agli anni Settanta per lo più negli USA.

La protesta studentesca del Sessantotto, la crescente consapevolezza delle minoranze negli USA e nel Canada, ma anche le esperienze degli studenti d'oltreoceano, le loro esigenze psicologiche e un generale mutamento nella ricerca sulla **comunicazione** hanno ulteriormente contribuito allo sviluppo della c.i. come scienza. Gli antropologi e soprattutto i linguisti hanno sottolineato la necessità di prendere maggiormente in considerazione il contesto culturale generale degli interessi individuali.

Nelle Chiese cristiane i missionologi, evidenziando il bisogno di traduzioni contestualizzate della Bibbia, hanno altresì richiamato l'attenzione verso una maggiore integrazione cristiana in seno alle culture locali. Anche il mondo degli affari si è sempre più interessato all'allargamento del proprio campo di azione nei diversi contesti culturali. La *Society for International Education, Training and Research* (SIETAR), fondata nel 1974 con sede a Washington, è oggi una dinamica organizzazione internazionale interessata alla c.i.

2. Definizione

L'espressione c.i. si riferisce principalmente alla comunicazione tra due (o più) persone di due (o più) culture diverse. Sitaram (1976) la definisce come la "interazione tra membri di diverse culture", e Gerhard Maletzke (1976) la considera un "processo di scambio di pensieri e significati tra persone di diverse culture".

Molto spesso, oltre all'espressione c.i., viene usata l'espressione *crosscultural communication*. William Howell (1979) ha fatto una distinzione tra le due affermando che "la *crosscultural communications* si limita ai mass media, mentre la comunicazione diretta tra le persone è meglio definita come interculturale". In un'ulteriore specificazione, Howell descrive la c.i. come interattiva, reciproca, informale e con un messaggio proprio, mentre la *crosscultural communication* è unilaterale, individualizzata, formale e con un messaggio preconfezionato.

La *crosscultural communication* attraversa i confini perseguendo scopi e interessi particolari, mentre la c.i. è basata sulla collaborazione e sul dialogo tra partner di diverse culture (fra i modelli di comunicazione questo viene detto *modello della convergenza*).

3. Condizioni

La comunicazione tra le culture presuppone una certa conoscenza e consapevolezza della comunicazione in una data cultura. In altri termini lo studio della comunicazione *intraculturale*, definita anche *etnocomunicazione*, comporta lo studio dei mezzi, delle strutture, del flusso, degli effetti e dei contesti della comunicazione in una cultura (Eilers, 1986, 1992). Senza una conoscenza di base dei mezzi, delle strutture e delle attività di comunicazione della propria cultura e di quella delle persone con cui si dialoga, è molto difficile comunicare in maniera efficace gli uni con gli altri.

4. Le variabili

Secondo la definizione di cultura come "un disegno di vita socialmente condiviso" e un "piano secondo cui la società si adatta alle proprie esigenze fisiche, sociali e intellettuali" (Luzbetak, 1963, 1989), esistono diverse variabili che possono influire e in parte determinare la c.i. e il procedere del suo flusso.

a) La comunicazione non verbale. Più del 70% della *comunicazione umana* è di carattere non verbale, come diversi studiosi affermano (ad es. Ray Birdwhistell e Edward T. Hall), e quindi i fondamenti della comunicazione non verbale sono di particolare importanza per la c.i. Nella comunicazione non verbale svolgono un ruolo cruciale: il linguaggio del corpo (**Cinesici**, codici), i rapporti di distanza/vicinanza (**Prosemica**), l'esperienza del tempo (cronematica), del senso tattile, olfattivo e del gusto. Anche il linguaggio delle cose e il linguaggio-azione delle persone fa parte della **comunicazione non verbale**. In altri termini, la comunicazione non verbale spesso non avviene direttamente, ma può essere compresa solo attraverso il contesto generale di un evento culturale più ampio. La comunicazione non verbale, dunque, è efficace dal punto di vista interculturale solo se viene preso in considerazione anche il rispettivo contesto entro cui essa si verifica.

b) La comunicazione verbale. Molto spesso radicata in contesti non verbali, la comunicazione verbale gode anche di un proprio valore (**Oralità**). Tra persone di diverse culture essa presuppone una sufficiente conoscenza dei rispettivi linguaggi non solo in senso grammaticale e 'denotativo', ma anche culturale e 'connotativo'. La consapevolezza dei significati profondi, spesso nascosti, delle parole è tanto importante quanto la conoscenza dei loro significati descrittivo-pittorici.

c) La struttura sociale. Un ulteriore fattore di influenza della c.i. è la struttura sociale di una data cultura. Chi occupa un determinato livello della scala sociale

e come comunica? I ruoli sociali (per esempio quello di padre, madre, datore di lavoro, ecc.) e le istituzioni (per esempio, la famiglia, i sistemi politici, ecc.) influenzano, e a volte determinano, le modalità e il successo/fallimento della c.i.

d) *Visione del mondo e valori.* Altri importanti elementi della c.i. sono la visione del mondo e i valori condivisi in una data cultura (**Immaginario**).

Le culture hanno infatti sistemi valoriali che influiscono anche sui loro modi e mezzi di comunicazione. La c.i. non può essere basata sull'etnocentrismo, ma sull'etnorelativismo il quale richiede un atteggiamento positivo verso tutte le culture e una certa competenza non solo della comunicazione della propria, ma anche dell'altrui cultura (si vedano gli studi sul concetto di competenza e fluency culturale).

5. C.i. e media

La c.i. molto spesso assume la forma di comunicazione interpersonale tra due o più persone, o anche tra diversi gruppi di persone. I mass media possono contribuire alla c.i. e a volte possono anche esserne uno strumento importante, ma tendenzialmente sono più *crosscultural* in quanto di natura monologica in linea di principio e dialogica in casi limitati. In altri termini, la c.i. è essenzialmente dialogica e i mass media a volte possono contribuire indirettamente allo sviluppo di una maggiore e migliore comprensione tra le culture, preparando le diverse parti allo scambio e al dialogo interculturale.