

Comunicazione interculturale: definizione e approfondimento



Definizione di comunicazione”?

Comunicazione significa letteralmente *“mettere in comune”* (dal latino *cum* = con, e *munire* = legare, costruire e dal latino *communico* = mettere in comune, far partecipe).

Ciò che viene messo in comune nella comunicazione sono i *messaggi* che esprimono intenzioni, sensazioni, pensieri, sentimenti, informazioni.

Per poter comunicare è necessario che si verifichino alcune condizioni di base, senza le quali la comunicazione sarebbe impossibile:

- **prima condizione:** perché vi sia comunicazione è che ***almeno due soggetti entrino in contatto tra di loro;***
- **seconda condizione:** nella comunicazione devono esistere dei messaggi che devono essere trasmessi da un soggetto “mittente” ad uno o più soggetti “destinatario”. ***Se non esiste nessun messaggio da trasmettere non esiste nemmeno la comunicazione;***

- **terza condizione: deve esistere un codice comune tra i due o più soggetti che permetta la comprensione del messaggio.** Se ad esempio due persone vogliono comunicare attraverso la comunicazione verbale ma parlano due lingue diverse non potranno mai trasmettersi messaggi perché non li capirebbero, non verrebbero decodificati;
- **Quarta condizione: deve esistere la volontà di comunicare,** cioè la volontà di parlare e di ascoltare, di trasmettere e di ricevere messaggi.

Il processo comunicativo è qualcosa di ampiamente complesso. Vedremo che lo è ancor di più se si tratta di comunicare con una cultura differente dalla nostra ove una parola o un gesto possono dar luogo a fraintendimenti o addirittura offendere il nostro interlocutore.

Chi vuole comunicare e comprendere in un'altra lingua deve riconoscere non soltanto il proprio contesto linguistico di appartenenza, ma anche il sistema culturale a cui desidera interfacciarsi.

Teorie e modelli di comunicazione

La comunicazione è una materia multidisciplinare e può essere analizzata sotto il profilo psicologico, antropologico, sociologico, pedagogico e addirittura matematico.

Qui affronteremo per sommi capi alcune delle teorie più importanti circa il processo comunicativo.

- *Non-verbal communication*" di Albert Mehrabian

Uno studio condotto nel 1972 da Albert Mehrabianha mostrato che ciò che viene percepito in un messaggio vocale può essere così suddiviso:

1. Movimenti del corpo (soprattutto espressioni facciali) 55%
2. Aspetto vocale (Volume, tono di voce, ritmo) 38%

3. Aspetto verbale (parole) 7%

L'efficacia di un messaggio dipende quindi solamente in minima parte dal significato letterale di ciò che viene detto e il modo in cui questo messaggio viene percepito è influenzato pesantemente dai fattori di comunicazione non verbale.

Prendiamo ad esempio il mondo del teatro, dove per parlare gli attori usano in minima parte la parola, ma fanno largo uso dell'interpretazione mimica, della mimica facciale, anche se non tutto ciò che viene comunicato tramite le espressioni del volto è sotto il nostro controllo (ad esempio l'arrossire o l'impallidire).

Poi ci sono i gesti, in primo luogo quelli compiuti con le mani. La gestualità manuale può essere una utile sottolineatura delle parole, e quindi rafforzarne il significato, ma anche fornire una chiave di lettura difforme dal significato del messaggio espresso verbalmente.

La diversa interpretazione delle espressioni facciali e dei gesti nelle varie culture è uno dei campi di studio più considerati nella storia delle scienze della comunicazione.

Un campo nel quale le differenze culturali rivestono un ruolo cruciale è l'**aptica**, che studia i messaggi comunicativi espressi tramite il contatto fisico. In questo caso si passa da forme comunicative codificate (la stretta di mano, il bacio sulle guance come saluto ad amici e parenti), ad altre di natura più spontanea (un abbraccio, una pacca sulla spalla).

Ad esempio la quantità di contatto fisico presente nei rapporti interpersonali fra le persone di cultura sud-europea verrebbe considerata come una violenta forma di invadenza dai popoli nord-europei.

• **Erving Goffman**

Erving Goffman, sociologo della cultura odierna, vede la **“vita quotidiana come rappresentazione”** e ritiene che i gruppi sociali si dividano in due categorie: i gruppi di **“performance”** e i gruppi di **“audience”**.

La vita sociale è, appunto, una rappresentazione, che i gruppi sociali mettono in scena di fronte ad altri gruppi. Goffman cita l'esempio dei camerieri in un hotel delle isole Shetland:

*Verificando che il gruppo di performance dei camerieri, di fronte al proprio pubblico (ovvero i clienti del ristorante), inscena una rappresentazione, mostrandosi deferente, rispettoso, discreto, e così via. Questo accade in uno spazio di **“palcoscenico”** (cioè dove il pubblico è presente), mentre nello spazio di **“retroscena”**, nascosto al pubblico, i camerieri hanno un comportamento del tutto diverso, molto più informale e irrispettoso.*

La vita sociale, quindi, si divide in **spazi di palcoscenico** e **spazi di retroscena**,.

I primi sono spazi pubblici in cui inscenano invece una precisa rappresentazione, invece, possiamo considerare i secondi come spazi in cui gli individui non **“recitano”**.

Naturalmente, **il comportamento nel retroscena contraddice il comportamento pubblico**: una persona insicura, ad esempio, può assumere in pubblico un atteggiamento spavaldo, e mostrarsi invece vulnerabile soltanto nel suo retroscena.

• **La teoria dell'iceberg di Edward T.Hall**

Edward T. Hall 1973, 1976. sostiene che la **cultura**, proprio come un iceberg, **sia formata da parti visibili e invisibili**.

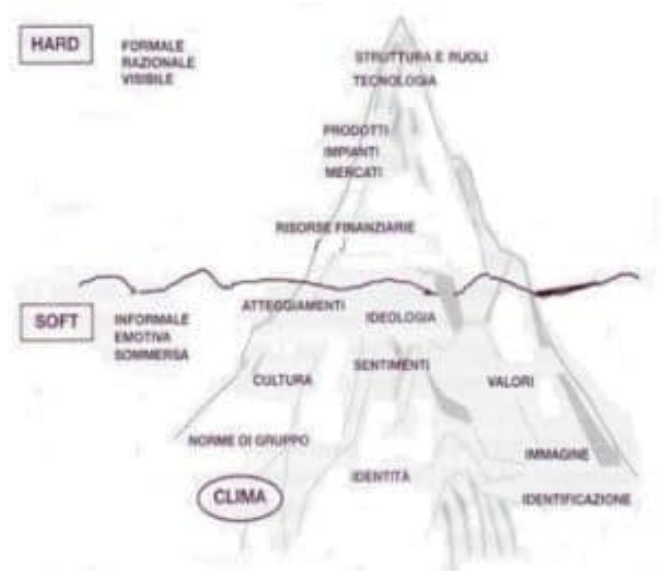
Le manifestazioni di una data cultura sono solo la punta dell'iceberg. Tra queste possiamo menzionare:

- Le leggi
- I costumi

- i riti
- la gestualità
- il modo di vestire,
- il cibo e le abitudini alimentari
- le consuetudini nel salutarsi.

Tuttavia, è la parte sottostante e nascosta, quella che giace sotto la superficie delle interazioni quotidiane, che rappresenta l'aspetto più importante per una comunicazione interculturale che possa dirsi efficace. Essa spinge il singolo individuo ad una preferenza per alcuni interazioni sociali rispetto ad altre. Ricordiamo :

- atteggiamenti
- religione
- valori
- ideologia,
- sentimenti, etc.



Definizione di comunicazione interculturale

È possibile definire la **comunicazione interculturale** come quella comunicazione che avviene quando un messaggio prodotto da un membro di una certa cultura deve essere ricevuto, interpretato e compreso da un altro individuo appartenente a una cultura diversa.

La cultura è fortemente responsabile della costruzione delle nostre realtà individuali e delle nostre competenze e

soprattutto dei comportamenti comunicativi. Quando gli interlocutori non condividono una base comune, una stessa cultura di provenienza, l'efficacia della comunicazione viene ridotta o, comunque diviene, più difficile da ottenere.

Scopo della comunicazione interculturale è proprio quello di analizzare tali difficoltà e di aumentare e facilitare l'efficacia della comunicazione tra culture. Il grado di influenza della cultura sulla comunicazione interculturale è in funzione della somiglianza o divergenza delle culture coinvolte.

La presenza di esperienze simili, di valori/idee/ideali condivisi ci avvicina culturalmente al nostro interlocutore; più i valori si discostano e maggiori saranno gli aggiustamenti necessari affinché il messaggio possa essere compreso sulla base di significati condivisi.

La competenza interculturale è dunque la capacità di comprendere e rinforzare le diverse identità culturali coinvolte nella particolare situazione. Questo avviene nel momento in cui un italiano parla con un giapponese, ma è anche vero nel rapporto tra uomo e donna o nella conversazione tra un avvocato e un ingegnere. (*M. Bennet – Principi di comunicazione interculturale*)

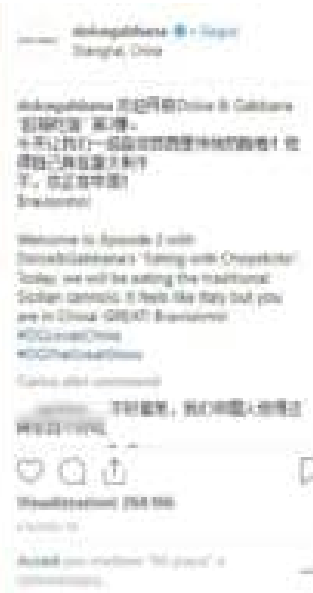
Parlando di comunicazione interculturale non si può non citare lo studioso **Geert Hofstede**, considerato il padre di questa disciplina, secondo cui l'acquisizione delle abilità di comunicazione interculturale passa attraverso tre fasi:

- **consapevolezza**, ossia il riconoscere che i nostri interlocutori sono dotati, per usare una celebre espressione dello studioso, di un «**software mentale**» che deriva dall'ambiente in cui sono cresciuti e dall'universo culturale a cui fanno riferimento;
- **conoscenza**: se dobbiamo interagire con altre culture, dobbiamo imparare come sono queste culture, quali sono i

loro simboli, i loro eroi, i loro riti [...]

– **abilità** di usare correttamente la comunicazione interculturale per raggiungere i nostri obiettivi.

Il caso Dolce & Gabbana



Il 17 novembre 2018 andava in onda, su tutti i media cinesi, [uno spot della casa di moda D&G](#)

Una giovane donna (dai tratti somatici non si può affermare con certezza che sia di nazionalità cinese, ennesima gaffe!) mangia piatti della cucina italiana (pizza, spaghetti e cannolo) con le tradizionali bacchette e una voce maschile fuori campo, di fronte ai suoi tentativi impacciati, dà consigli su cosa e come fare giocando su doppi sensi e altro.

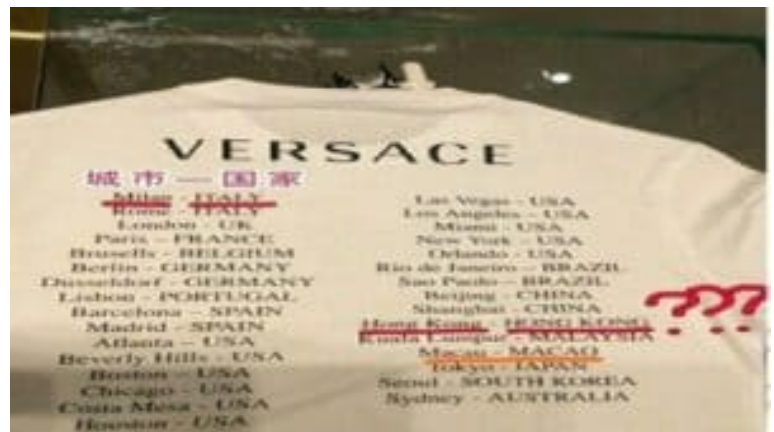
Nel mirino le scelte fatte, a partire dalla modella: occhi piccoli e sorriso naif hanno rinfocolato l'accusa dell'uso stereotipato per comunicare e parlare di e ai cinesi. Un caso di razzismo, per molti, con il salto nel sessismo al momento in cui la donna tenta di mangiare il cannolo. «È troppo grande per te?», chiede maliziosamente la voce maschile.

Risultato: la casa di moda ha dovuto cancellare un mega evento fissato nei giorni successivi l'uscita dello spot pubblicitario, indire una conferenza stampa di scuse pubbliche all'intera nazione e ha dovuto pagare una multa di milioni di

euro per offesa alla cultura e all'identità del popolo cinese!! Senza parlare del risalto che è stata data all'intera faccenda sui social network di mezzo mondo... una vera e propria caduta di stile, insomma.

Il caso Versace

Per parlare di un caso più vicino ai giorni nostri, occupiamoci del caso Versace: la nuova polemica per una maglietta venduta da Versace nel Paese dove apparivano nomi di città con la nazione di appartenenza sbagliata, in particolare non venivano elencate Hong Kong e Macao come parte della Cina.



«Mi dispiace profondamente per lo sfortunato errore – scrive Donatella Versace su Fb -. Non ho mai voluto mancare di rispetto alla sovranità Nazionale della Cina».

Nella maglietta di Versace erano stampati i nomi di varie città, tra cui capitali e altre grandi città europee e americane, con accanto la loro nazione di appartenenza. Macao e Hong Kong erano però indicati come stati indipendenti, nonostante alla fine degli anni '90 le ex colonie europee siano tornate alla Cina.

Dopo la rivolta sui social, l'attrice cinese Yang Mi ha deciso di interrompere la cooperazione con Versace, accusando la casa di moda di voler attentare all'integrità nazionale. Versace ha fatto sapere di aver ritirato le magliette dai negozi il 24

luglio scorso e di averle poi distrutte.

A conclusione, potremo riportare il pensiero dello storico Infantino: «Comunicare positivamente significa essere in grado di stabilire relazioni sullo sfondo di un contesto socio-culturale, collocandosi nell'ambito della cornice valoriale, strutturale, spazio-temporale che esso offre».

Ciò significa che la comunicazione si definisce come un processo interattivo collegato alla globalità dei comportamenti dei soggetti che vi prendono parte. Per realizzare un rapporto bilanciato fra gli interlocutori sono necessari:

- il rispetto e la capacità di relazionarsi con persone diverse sapendo interpretare i loro segnali;
- la tolleranza dell'ambiguità;
- l'astensione dai giudizi in attesa di spiegazioni;
- la capacità di elaborare riflessioni personali;
- la costanza nello sforzo di conoscere e capire gli altri

Le persone provengono da realtà storiche, sociali e culturali che si rivelano molto diverse tra loro anche quando si proviene tutti dalla stessa nazione, a maggior ragione quando i Paesi sono diversi.

Le persone hanno altresì una propria storia all'interno del loro contesto di provenienza, e questa storia le guida nel modo di vivere gioie, dolori, nel modo di chiedere aiuto e nel modo di rivolgersi ai servizi della società.

La lingua, intesa come insieme di simboli fonetici e grafici tramite i quali le persone si esprimono, è forse l'ostacolo più semplice da superare in una realtà multietnica quale è quella odierna. Ci sono altre difficoltà che rendono complicato comunicare con persone di origine straniera, quando

per comunicazione intendiamo comprendere sia lessicalmente che come senso ciò che l'interlocutore sta dicendo.