

L'importanza dei valori culturali nella comunicazione interculturale: italiani e romeni a contatto

Mariana Minascurta

(Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Abstract In the intercultural contexts the participants not only interact on the linguistic and extra-linguistic level, but unwittingly negotiate the 'frames' belonging to their culture of reference. This study is oriented to examine some 'communicative barriers' that originate from the cultural values underlying the communication between Italian and Romanian interlocutors. The cultural background could act as a communicative filter because it is internalized in the minds of the speakers in an unconscious way.

Sommario 1 Introduzione. – 2 Il modello di competenza comunicativa interculturale. – 3 Progetto di ricerca e campione. – 4 I valori culturali nella comunicazione tra italiani e romeni. – 4.1 Problemi di comunicazione legati al concetto di tempo. – 4.2 Problemi comunicativi legati al concetto di spazio. – 4.3 Problemi di comunicazione legati alla gerarchia, al rispetto, allo status. – 4.4 Problemi di comunicazione legati al rapporto uomo/donna e al concetto di famiglia. – 4.5 Problemi di comunicazione legati al concetto di onestà, lealtà, *fair play*. – 4.6 La religione e la superstizione. – 5 Conclusione.

Keywords Intercultural communication. Communicative competence. Socio-pragmatic competence. Intercultural communicative competence. Software of the mind.

1 Introduzione

Nella comunicazione interculturale il successo/insuccesso dell'interazione può dipendere molto dai valori culturali di ciascun parlante e dall'emergere della diversità culturale. Il background culturale ci accompagna quindi in tutti i contesti e come ben evidenzia Giaccardi:

I valori culturali di fondo sono ideali a cui un certo gruppo sociale aspira e a cui fa riferimento quando deve formulare giudizi, prendere decisioni, orientare l'azione (la libertà, la dignità, l'onestà, l'uguaglianza), in quanto parte della cultura, anche i valori presentano una pluralità di dimensioni. I valori «stanno a cuore» e presentano una dimensione selettiva, dal momento che funzionano come criteri per scegliere come agire. (2005, 26)

Quello che per alcune culture rappresenta un valore positivo ed accettabile per altre potrebbe essere negativo e da evitare.

Riferendosi alla relazione tra individui e i valori culturali Hall evidenzia:

Gran parte della cultura giace nascosta nell'inconscio, fuori dal controllo della volontà, costituendo l'ordito e la trama dell'umana esistenza. Anche quando piccoli frammenti di questo tessuto segreto vengono portati alla consapevolezza, sarà pur sempre difficile modificarli, non solo perché si manifestano in esperienze estremamente personali, ma soprattutto perché stanno alla base della cultura, e le persone non possono agire e interagire in un qualsiasi modo significativo, se non servendosi del tramite della cultura. (1968, 234)

Tale inconsapevolezza, relativa non solo ai valori culturali ma anche ai tratti del carattere del parlante, allo stato emotivo e al *setting* fisico, nella comunicazione interculturale può generare situazioni disagiati o addirittura fraintendimenti tra i partecipanti. Le 'barriere interculturali' sono quindi in stretta relazione anche e soprattutto con la formazione culturale che sta alla base della costruzione delle nostre realtà individuali e delle nostre competenze e comportamenti comunicativi. La cultura di appartenenza determina quindi 'la programmazione' della nostra mente chiamata metaforicamente da Hofstede, Hofstede e Minkov «software of the mind» (2010, 5).

2 Il modello di competenza comunicativa interculturale

Dal 'software mentale' dipendono le nostre percezioni, le nostre abilità e anche la nostra comunicazione. Per comprendere i comportamenti dei parlanti in ambito interculturale è fondamentale evidenziare che il sistema nervoso è proattivo e che:

esso può intervenire sistematicamente sulle informazioni in ingresso, filtrando le informazioni in arrivo sulla base dei dati che sono già presenti in memoria e influenzando in tale modo la comunicazione [...]. Il filtraggio delle informazioni è raccolto in tre categorie: cancellazione - significa dare un'attenzione selettiva a certi aspetti della nostra esperienza e non ad altri; senza di essa la nostra mente conscia avrebbe troppe informazioni da analizzare [...]; distorsione - si verifica quando facciamo cambiamenti nella nostra percezione della realtà; la distorsione è anche la ragione per la quale un evento ci può apparire diverso da quello che è [...]; generalizzazione - consiste nel trarre conseguenze generali basate solo su poche esperienze. (vedi Spingardi, Zaccuri 2011, 31-2)

È evidente che le conoscenze dei partecipanti all'atto comunicativo ed il loro background culturale agiscono da filtri selezionando quello che è rilevante per ognuno in parte. Questo meccanismo influisce molto sulla comunicazione interculturale e può determinare il suo successo/insuccesso. Per evitare di ricadere nelle generalizzazioni stereotipate e categorizzazioni è fondamentale diventare consapevoli delle differenze linguistiche e culturali e della necessità di acquisire delle competenze e abilità per riuscire a comunicare in contesti interculturali in maniera appropriata.

La scuola veneziana di glottodidattica ha proposto un «modello di competenza comunicazione interculturale» (fig. 1, vedi Balboni, Caon 2015, 35) che riassume le competenze comunicative necessarie per un'interazione di successo in ambito interculturale.

Tale modello evidenzia che la 'competenza linguistica', 'extra-linguistica', 'socio-pragmatica e (inter)culturale' per mezzo delle 'abilità linguistiche' e 'relazionali' consentono di agire nei 'contesti comunicativi interculturali'.

Il modello evidenzia inoltre alcuni potenziali problemi di comunicazione relativi a:

- la lingua di comunicazione per quello che riguarda l'aspetto sonoro, la scelta delle parole e degli argomenti, gli aspetti grammaticali, la struttura del testo, alcuni elementi di natura sociolinguistica e le mosse comunicative;
- il linguaggio non verbale e nello specifico la cinesica, la prossemica e l'oggettemica;
- i valori culturali riferiti alla percezione del tempo, dello spazio, della gerarchia, del rispetto e dello status, della famiglia, ecc.

Notiamo che le competenze comunicative permettono di agire in eventi comunicativi interculturali reali come: dialogo, telefonata, riunione formale, ecc.

Gli elementi del modello relativi al linguaggio verbale e non verbale sono dei sistemi chiusi e come evidenzia Balboni

ciò significa che tutte le grammatiche di tutte le lingue e di tutti i linguaggi possono essere descritte da quelle voci. (2007, 22)

Gli elenchi che tentano di evidenziare i vari punti critici dei valori culturali e degli eventi comunicativi sono invece delle serie aperte che possono variare da cultura a cultura e vanno approfondite soltanto le voci che caratterizzano la cultura presa in esame.

Seguendo le voci del modello possiamo quindi descrivere le nostre esperienze e osservazioni allo scopo di approfondire le conoscenze e le competenze sulla lingua e cultura d'interesse. Gli approfondimenti delle varie voci strategiche permetteranno di individuare gli elementi simili o di contrasto tra le culture studiate e soprattutto di svelare gli impliciti culturali spesso

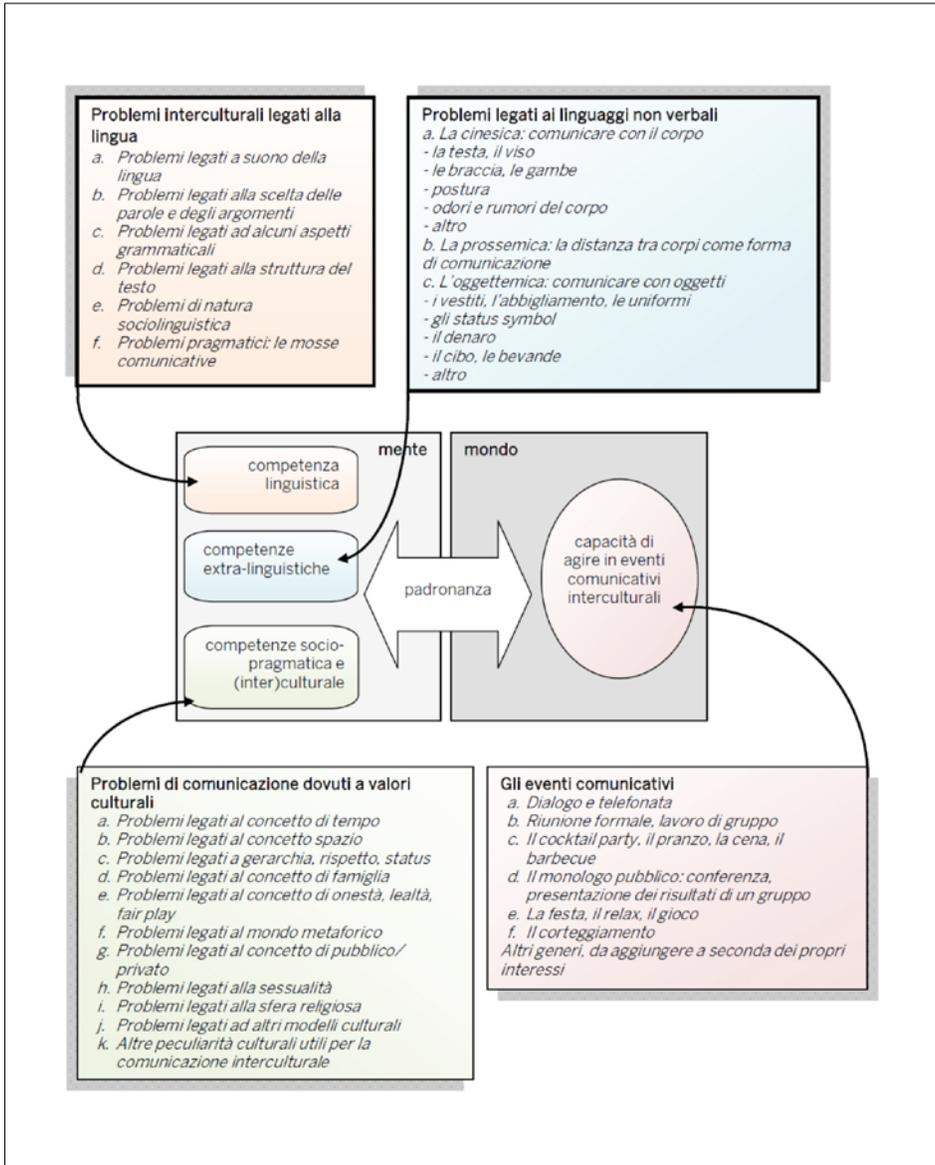


Figura 1. Modello di competenza comunicativa interculturale

fonte di fraintendimenti, incomprensioni e talvolta anche di conflitto. Le informazioni raccolte hanno ovviamente uno scopo conoscitivo e non vanno generalizzate per non rischiare di creare stereotipi e pregiudizi.

In questa sede ci proponiamo di indagare soltanto sui potenziali problemi di comunicazione tra italiani e romeni¹ correlati ai valori culturali di fondo. Metteremo in evidenza solo i valori culturali di maggiore rilevanza per i romeni e che in seguito alla nostra ricerca risultano maggiormente in contrasto con i valori culturali italiani.

3 Progetto di ricerca e campione

Partendo da questi presupposti la nostra ipotesi riguarda l'eventualità che anche nella comunicazione tra italiani e romeni si possano riscontrare alcune difficoltà ed incomprensioni dovute alle differenze culturali.

Per mettere in evidenza alcuni aspetti dei valori culturali di fondo, nonché i conseguenti potenziali problemi di comunicazione interculturale tra italiani e romeni è stata svolta una ricerca empirica qualitativa. Per tale studio i dati sono stati raccolti per mezzo dei questionari on-line, dell'intervista orale semi-strutturata, dei *focus group* e dell'osservazione diretta di vari eventi comunicativi.

Gli informatori selezionati sono italiani residenti in Romania e Moldavia (d'ora in poi RM) e a contatto con la cultura autoctona da almeno 6 mesi. Il nostro intento era quello di indagare circa la percezione insita nel loro 'software mentale'. Al fine di una raccolta dati più proficua, ci si è recati direttamente sul campo per interpellare le principali associazioni di imprese italiane presenti in RM.

L'approccio diretto ha apportato maggior giovamento ad una raccolta dati il più esauriente possibile e in grado di far emergere, nel processo comunicativo interculturale tra italiani e romeni, elementi di fondamentale importanza.

4 I valori culturali nella comunicazione tra italiani e romeni

Come già anticipato metteremo in evidenza soltanto alcuni aspetti dei valori culturali di fondo nonché i conseguenti potenziali problemi di comunicazione tra italiani e romeni.

1 Con romeni intendiamo indicare le popolazioni di Romania e Moldavia, paesi che condividono la stessa lingua, storia e modelli culturali.

4.1 Problemi di comunicazione legati al concetto di tempo

Per trattare il concetto di tempo possiamo adoperare varie prospettive. Giaccardi riferendosi al tempo evidenzia che:

La cronemica (da krònos, tempo) è lo studio del potenziale comunicativo dell'organizzazione del tempo e del modo in cui essa influisce sull'azione, le interazioni, la comunicazione all'interno di una cultura e tra le diverse culture. (2005, 112)

Il concetto del tempo può essere trattato in base alla sua strutturazione (ordine del giorno, tempo vuoto), puntualità, tempo come esibizione del potere, ecc.

4.1.1 Il valore temporale e il tempo monocronico/policronico

Dai risultati della nostra indagine si evince che in terra romena non serve 'correre', infatti secondo il 65% degli informatori italiani, per i romeni, il tempo «non rappresenta un fattore essenziale, non serve correre» (cf. graf. 1):

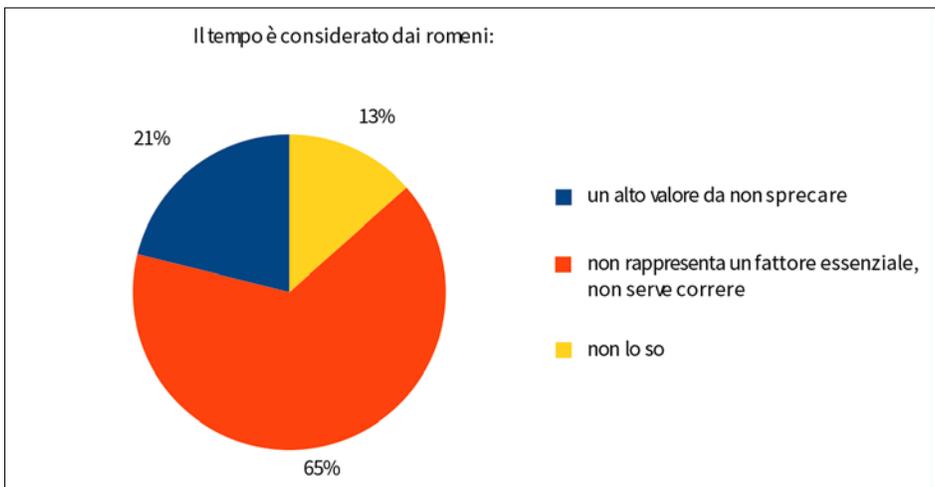


Grafico 1. Il valore del tempo

Ad ulteriore conferma di tale approccio relativo al tempo da parte dei romeni sono state anche gran parte delle risposte all'intervista orale. Alla domanda: «Il tempo è considerato dai romeni un alto valore da non

sprecare oppure non rappresenta un fattore essenziale quindi non serve correre?» le osservazioni più frequenti degli italiani sono state:

«no, mi sembra che siano un po' più rilassati»; «non serve correre»; «beh diciamo che siamo dei popoli latini, non siamo tedeschi da questo punto di vista quindi andiamo un pochino più con calma rispetto ad altri popoli magari», ecc.

I ritmi sempre più accelerati e la percezione del tempo come un valore da non sprecare è comunque molto presente, soprattutto nelle multinazionali e negli enti di grandi dimensioni dove molti dipendenti spesso saltano il pranzo oppure si fermano a fare gli straordinari. Nelle grandi città romene i ritmi sono quindi frenetici e anche il tempo dà la sensazione di scorrere più velocemente, mentre cambia la percezione nelle piccole località e in campagna dove il tempo sembra più dilatato.

Un'altra ottica di percezione del tempo è anche in base al tempo monocronico che prevede lo svolgimento delle attività ordinate una dietro all'altra oppure policronico nel caso dell'esecuzione contemporanea delle attività (cf. Bennet 2002, Giaccardi 2005).

Possiamo dire che nella cultura romena il tempo è tendenzialmente monocronico in quanto è prassi dedicarsi a una sola cosa alla volta e l'abitudine è quella di dare una successione all'organizzazione delle attività. La cultura italiana, tendenzialmente considerata policronica, potrebbe quindi essere percepita dai romeni troppo confusionaria.

Con lo sviluppo dei mezzi di comunicazione e del Web il personale aziendale romeno è educato sempre di più al tempo policronico e al multitasking che permette lo svolgimento di più attività in contemporanea.

4.1.2 Puntualità e tempo come potere

Anche la puntualità è un concetto che può dipendere moltissimo dalle convenzioni sociali e dalle abitudini culturali, anche se non è escluso che essa possa essere una caratteristica individuale.

I romeni generalmente hanno dei comportamenti diversi in base al tipo di incontro e di evento comunicativo. In ambito lavorativo si esige una maggiore puntualità, anche se sono tollerati quei 5 minuti di ritardo. Per mezzo dei questionari abbiamo infatti rilevato che è buona norma arrivare al lavoro puntuali (cf. graf. 2):

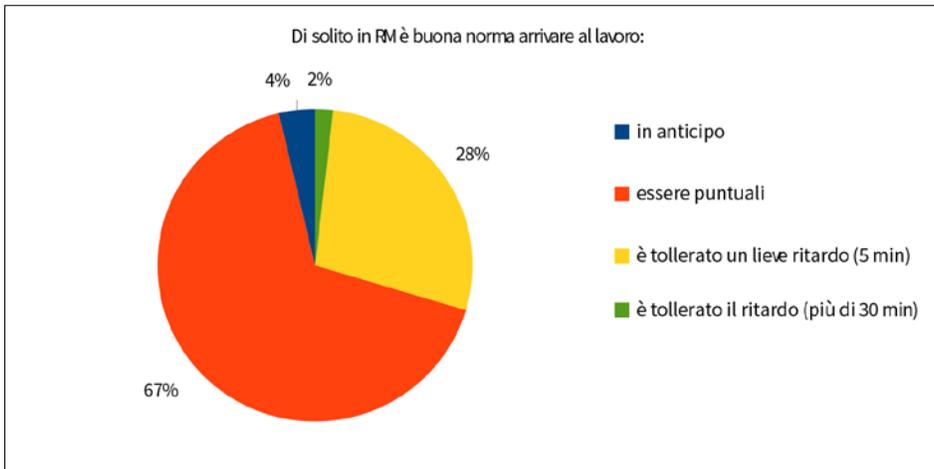


Grafico 2. Puntualità in ambito lavorativo

Il 67% degli informatori italiani considera che in RM è prassi arrivare al lavoro puntuali e agli occhi di un 28% un ritardo di 5 minuti è tollerato.

Le stesse percezioni le abbiamo individuate anche dalle risposte dell'intervista orale:

«qui sono tutti molto puntuali»; «di solito sono puntuali»; «allora, rispetto all'Italia bisogna fare più attenzione, quindi direi essere puntuali anche se un po' di ritardo è tollerato, ma non come in Italia»; «di solito puntuali, qualcuno arriva anche in ritardo», ecc.

Nel tempo libero invece c'è una maggiore tolleranza per il ritardo, alla domanda: «Nel tempo libero i romeni sono puntuali?» gli informatori osservano:

«diciamo che sono puntuali come gli italiani del meridione italiano»; «eh, se ritardi aspettano, però soprattutto ti fanno aspettare»; «no, no, da quello che ha notato»; «che cosa ti posso dire, ci sono persone puntuali ma l'80% non sono puntuali per niente»; «diciamo che fino a 5 minuti non è un ritardo, 10 minuti non va bene, mezz'ora ci si arrabbia», ecc.;

ma abbiamo ottenuto anche risposte positive: «abbastanza»; «di solito sì», ecc.

Far aspettare qualcuno può essere anche un modo per dare più importanza alla propria posizione di potere e status, in questi casi può capitare che i capi gerarchici arrivino in ritardo agli appuntamenti oppure che facciano aspettare in anticamera. Per indagare sull'espressione del potere in RM abbiamo chiesto agli informatori italiani: «Le persone importanti si fanno aspettare in anticamera?».

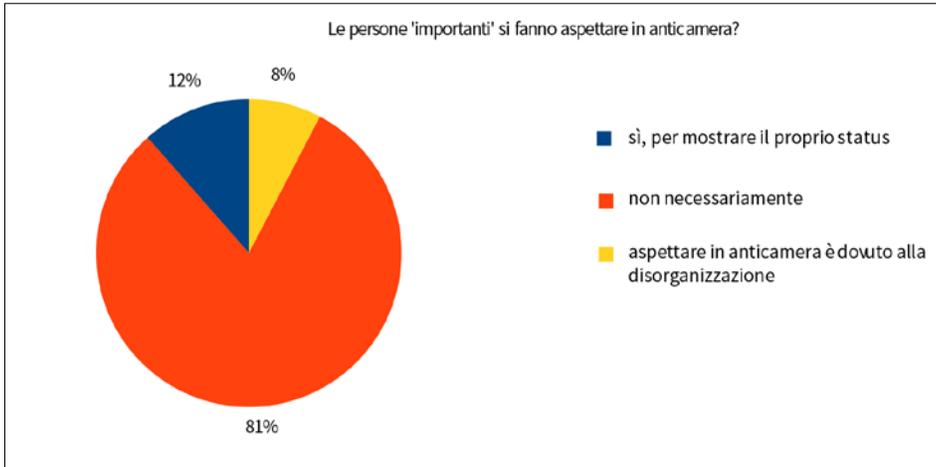


Grafico 3. Espressione del potere gerarchico

In seguito ai risultati ottenuti si può dedurre che per incontrare un capo gerarchico 'fare l'anticamera' non sia un passaggio obbligatorio (secondo l'81%, cf. graf. 3).

Secondo un 12% invece aspettare in anticamera ha una stretta relazione con l'interesse dei superiori di mostrare il proprio status.

Durante le interviste le risposte alla medesima domanda variavano, secondo alcuni informatori:

«capita aspettare ma non per forza»; «di solito l'appuntamento è rispettato anche ad alti livelli come ministri, sì, c'è sempre l'anticamera, però non è difficile raggiungerli, parlare con un ministro in Italia è molto più difficile che parlare con un ministro qui»;

ma anche:

«no, no molte volte bisogna attendere in anticamera»; «sempre, sempre, è snervante sì»; «aspettare nell'anticamera»; «sì, sì, sì, nell'anticamera», ecc.

4.1.3 Il tempo vuoto

L'assenza/presenza del 'silenzio' in alcuni incontri sociali (a tavola, nell'ascensore ecc.) può variare da cultura a cultura. 'Il tempo vuoto' o 'silenzio' è considerato da Bonaiuto e Maricchiolo:

uno strumento di comunicazione molto potente, data la sua ambiguità e la sua interpretazione fortemente legata ad altri segnali non verbali, al tipo di relazione, alla situazione comunicativa, alla cultura di riferimento. (2010, 72)

Nel caso della cultura romena gli informatori osservano che durante alcuni incontri sociali, in compagnia di persone conosciute i romeni sono molto socievoli. In seguito alla domanda: «In compagnia di persone conosciute i romeni tollerano il tacere?» le risposte più frequenti sono state: «ma io ho un buon rapporto con tutti, secondo me sono socievoli, sì», «sono molto simpatici e socievoli», ecc.

In compagnia di persone sconosciute invece il silenzio non sembra dare fastidio, alla domanda: «In compagnia di persone sconosciute i romeni tollerano il tacere?» i soggetti intervistati osservano:

«non tanto, sono un po' freddi»; «un po' meno»; «sì, non saprei, però tacciono molto, sì»; «tendenzialmente sì, bisogna sempre essere introdotti da qualcuno, assolutamente sì! Penso che questo sia un retaggio del passato sovietico», ecc.

Lo *small talk* che in molte occasioni riempie le pause vuote è considerato fortemente convenzionato e vuoto semanticamente:

Attributions such as 'strongly conventionalised', 'semantically empty' and 'ritualised' indicate that small talk is often seen as functionally empty and used 'for its own sake'. (Graf, Sator, Spranz-Fogasy 2014, 265)

Per i romeni, durante i brevi incontri sociali, il silenzio o il tempo vuoto è generalmente comune nelle situazioni in cui non si ha alcuna relazione di confidenza con gli altri partecipanti. Incontrare degli sconosciuti o delle persone con le quali si ha poca confidenza in ascensore o in altri luoghi pubblici e mantenere il silenzio non genera imbarazzo. Nella cultura italiana invece è più frequente che il silenzio generi imbarazzo e lo *small talk* è quasi un obbligo.

4.2 Problemi comunicativi legati al concetto di spazio

Anche l'uso dello spazio che sia personale, interpersonale oppure pubblico è soggetto a una diversa interpretazione a seconda della cultura di riferimento. Quindi la territorialità pubblica o privata sembra essere regolata da norme comportamentali che se non rispettate provocano irritazione.

4.2.1 Spazio pubblico e privato

La casa per i romeni ha un grande valore e dà senso di protezione e di privacy e per accederci dall'esterno all'interno è obbligatorio togliere le scarpe.

Il concetto della privacy all'interno della casa è cambiato da poco. Attualmente la maggior parte delle case sono suddivise in aree pubbliche con funzioni specifiche come la cucina e il salotto, mentre soltanto qualche decennio fa lo spazio era polifunzionale e le stanze e gli edifici erano strutturati in modo da favorire la convivenza sociale delle persone.

Attualmente la casa rimane comunque un punto di incontro con gli amici e parenti. Alcuni informatori hanno evidenziato l'ospitalità dei romeni e la loro abitudine ad invitare a casa gli amici e offrire loro cibo e bevande in abbondanza:

«ho trovato una grandissima ospitalità in certe zone, sono stato veramente colpito dalla loro ospitalità, ti invitano a casa apparecchiano a qualsiasi ora»; «sono molto ospitali e ti offrono la tavola», ecc.

Lo spazio pubblico invece è percepito sotto totale cura e protezione dello Stato che si deve preoccupare della sua gestione e protezione.

4.2.2 Organizzazione dello spazio lavorativo

Lo spazio pubblico e privato può riguardare anche il posto di lavoro, l'ufficio e il tavolo da lavoro.

Al quesito: «Sul posto di lavoro si preferiscono gli ambienti chiusi e la privacy dei lavoratori è molto importante oppure è frequente l'ambiente *open space* per favorire la trasparenza delle attività?» gli informatori delineano che gli *open space* sono molto presenti:

«no, no, *open space*, si fa tutto in pubblico»; «si preferisce l'*open space*», «da quello che so io mi sembra aperti», ecc.

Come ben osservano alcuni informatori dipende molto dal tipo di azienda:

«dipende dalle aziende, non c'è una regola»; «questo dipende dal tipo di azienda, adesso lavoro in una multinazionale dove è tutto *open space*, ma prima lavoravo in un'azienda italiana più piccola dove gli uffici erano chiusi quindi questo dipende dal tipo di lavoro».

In molte istituzioni e aziende lo stesso ufficio è condiviso da più persone di pari rango e le porte di solito sono chiuse. L'arredamento è disposto lungo le pareti e le scrivanie sono orientate all'interno verso quelle dei colleghi.

Lo spazio privato, percepito sotto il proprio controllo, è spesso rappresentato quindi soltanto dalla scrivania. La presenza di sempre più numerose aziende straniere ha importato l'*open space*, prediletto soprattutto dalle aziende che offrono servizio al pubblico.

In città capita spesso che i dipendenti non tornino a casa all'ora di pranzo e per questo molti uffici sono attrezzati con macchina da caffè, frigo e tutto l'occorrente; questo favorisce anche i momenti di socializzazione durante le pause di lavoro.

La gestione dello spazio è sovente anche in relazione al potere gerarchico, generalmente i superiori hanno l'ufficio più grande e una migliore vista panoramica. Il loro ufficio è sempre a porte chiuse e di solito in prossimità è collocato anche quello della segretaria.

4.2.3 Lo spazio fumatori

Negli ultimi anni anche in RM sono state adottate delle leggi per regolamentare il consumo di sigarette e lo spazio apposito dedicato ai fumatori: è vietato fumare negli spazi pubblici chiusi e semichiusi, nei mezzi pubblici di trasporto, negli spazi allestiti per i bambini, negli spazi chiusi del posto di lavoro e nelle istituzioni di insegnamento e di assistenza sanitaria.

Nonostante ciò, i risultati del questionario on-line evidenziano che in RM il fumo è ancora altamente tollerato (79% delle risposte, cf. graf. 4).

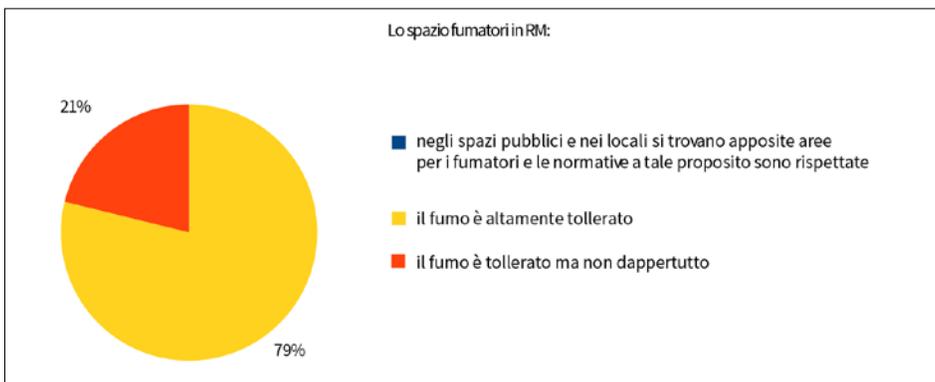


Grafico 4. Lo spazio fumatori in RM

Il 21% delle risposte delinea che «il fumo è tollerato ma non dappertutto» e nessun informatore ha selezionato la risposta: «negli spazi pubblici e nei locali si trovano apposite aree per i fumatori e le normative a tale proposito sono rispettate».

Circa le aree fumatori e le normative al riguardo le opinioni più frequenti dei soggetti intervistati sono state:

«il fumo è altamente tollerato, troppo tollerato»; «le normative ci sono ma non sono rispettate dappertutto»; «beh posso dire che qua si fuma quasi ovunque a differenza dell'Italia», ecc.;

ma anche:

«nei locali delle grandi città si trovano aree fumatori e non fumatori»; «ci sono normative, ci sono, adesso stanno cambiando molto, sì, si stanno applicando le normative che già esistono»; «ma qua sì, non so altrove», ecc.

I soggetti interpellati evidenziano quindi che in confronto all'Italia le normative circa la regolamentazione del consumo di sigarette sono meno rispettate anche se molti cittadini si stanno adeguando.

4.3 Problemi di comunicazione legati alla gerarchia, al rispetto, allo status

Il concetto di status, percepito diversamente da cultura a cultura, è definito da Berruto:

la posizione di una certa persona all'interno di una struttura sociale, l'insieme delle proprietà attribuite a una data posizione dall'organizzazione generale della società. (1994, 89)

Con il termine «distanza dal potere» o *power distance* Hofstede (Hofstede, Hofstede, Minkov 2010, 55) nei suoi studi evidenzia che la distanza tra superiori e subordinati varia da paese a paese. Secondo i dati elaborati dallo studioso (2010, 55), la Romania è tra i paesi con la più alta distanza gerarchica (90 su una scala che va da una distanza minima pari a 0 fino a 104), superata in Europa soltanto dalla Russia (93/104) e Slovacchia (104/104). L'Italia invece si colloca su una posizione intermedia (50/104) avendo la distanza gerarchica più bassa della Francia (68/104), Portogallo (63/104) e Spagna (57/104).

La distanza gerarchica si riflette anche nelle aspettative e nei rituali delle organizzazioni. Castiglioni mette in evidenza che tra diverse culture:

il potere è equamente distribuito in quelle a bassa distanza gerarchica e i subordinati si aspettano di essere consultati da un capo che idealmente agisce in maniera democratica sulla base della meritocrazia; in quelle ad alta distanza gerarchica è invece ben visto un capo che impartisce

ordini non discutibili e una buona organizzazione è quella in cui il potere è centralizzato. L'aspettativa dei subordinati è di essere diretti da un capo ideale con un ruolo benevolo e autocratico, che premia la lealtà nei suoi confronti e verso l'organizzazione. (2007, 92)

La notevole distanza tra superiori e dipendenti in RM è stata delineata anche dai soggetti intervistati.

Alla domanda: «La gerarchia in RM è molto evidente e marcata nei modi e nei comportamenti oppure non si nota?», l'esito delle risposte dei questionari on-line è stato affermativo nel 100% dei casi. Alla stessa domanda dell'intervista orale le risposte più frequenti sono state:

«assolutamente sì, e questo è indotto da un passato sovietico»; «e certo che è molto evidente»; «mi sembra che loro sentono molto il rapporto gerarchico»; «si nota ed è molto marcata, molto richiesta, voluta e desiderata»; «sì, ma si nota anche da noi», ecc.

Possiamo affermare che la distanza gerarchica nella comunicazione di solito è molto esplicita e viene accentuata da formule verbali, da un'elevata distanza interpersonale nei rapporti asimmetrici (non meno di 1 m) e dalla tendenza a non contraddire il superiore.

4.4 Problemi di comunicazione legati al rapporto uomo/donna e al concetto di famiglia

Hofstede (Hofstede, Hofstede, Minkov 2010, 140), nei suoi studi, nel tentativo di evidenziare i ruoli sociali maschili e quelli femminili, propone una scala che va da 0 a 100 (0 sarà quindi l'indice massimo per femminilità e 100 per mascolinità) sulla quale la Romania si posiziona a un livello basso - intermedio (42). L'Italia invece ha un livello molto più alto di mascolinità (72).

Castiglioni, facendo riferimento agli studi di Hofstede, evidenzia la distinzione:

Con mascolinità intendiamo quei contesti culturali in cui prevale una complementarità dei ruoli maschili/femminili (ad esempio, alle donne compete la titolarità di alcuni aspetti della vita familiare come la cura dei figli e degli anziani, mentre all'uomo quella del guadagno fuori delle mura domestiche) in cui è attribuita importanza al raggiungimento di obiettivi, al successo economico e materiale e al lavoro come principio ordinatore della vita. La qualità della vita si traduce in performance produttiva. Con femminilità, al contrario, facciamo riferimento a culture in cui i ruoli di genere sono duttili (donne e uomini si scam-

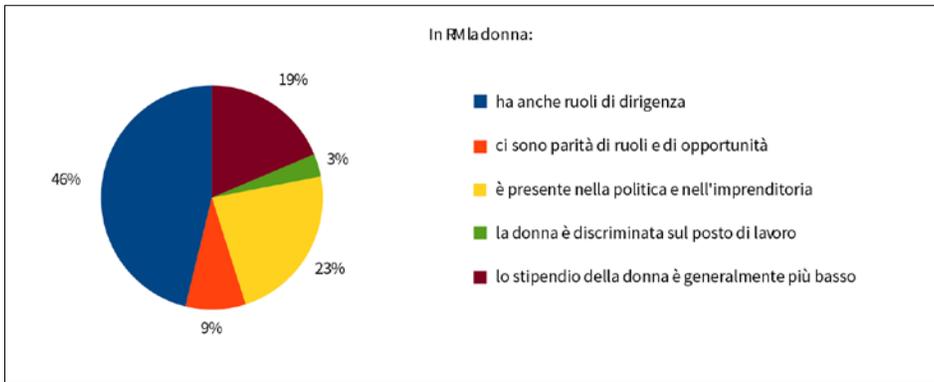


Grafico 5. Posizione della donna nell'ambito lavorativo

biano diritti e doveri nelle responsabilità di cura e di sostentamento), in cui la priorità è essere flessibili e costruire in maniera solidale una migliore qualità della vita con attenzione agli affetti e all'ambiente. (Castiglioni 2007, 93)

Riguardo alla posizione della donna nella società romana le opinioni degli informatori variano. Da un lato si nota molto una forte presenza della donna nell'ambito lavorativo e il suo inserimento anche in politica, imprenditoria, ecc.

In base alle nostre indagini nell'ambito lavorativo la donna romana può avere spesso ruoli di dirigenza (secondo il 46% delle risposte degli informatori italiani), è altresì presente nella politica e nell'imprenditoria (23% delle risposte) e soltanto un 3% considera che la donna sia discriminata sul posto di lavoro.

Nonostante ciò sono pochi gli informatori, solamente il 9%, che considerano che la donna abbia parità di ruoli e di opportunità, mentre un altro 19% osserva che la donna ha uno stipendio più basso rispetto al genere maschile.

Nel caso dell'intervista orale all'item: «Nell'ambito lavorativo nel rapporto uomo donna si nota qualche tipo di discriminazione?» le risposte più frequenti sono state:

«le donne sono presenti in tutti i settori e spesso hanno anche ruoli di dirigenza, fattori da tener presenti sono l'educazione e l'estrazione sociale, ma sono molte le donne dirigenti e imprenditrici»; «adesso no, anzi le donne sono molto apprezzate»; «secondo me no»; «no, c'è parità», ecc.

In alcuni casi abbiamo avuto anche risposte negative: «sì, non c'è uguaglianza»; «sì, possono avere lo stipendio più basso», ecc.

Circa i rapporti di uguaglianza tra i coniugi, al quesito dell'intervista orale «Parlando dei rapporti famigliari, da quello che ha notato, c'è uguaglianza tra i coniugi?», abbiamo avuto risposte molto contrastanti. Alcuni soggetti intervistati evidenziano un apparente maschilismo nella famiglia romena:

«la donna è una colonna portante in tutta la società rumena, assomiglia un po' al popolo siciliano, apparentemente comanda l'uomo, in realtà comanda assolutamente la donna, è veramente importante»; «da quello che ho percepito sembra che gli uomini, però non saprei... ci sono uomini e uomini, c'è un certo maschilismo, la donna conta poco però poi gli uomini diventano deboli perché sono più immaturi delle donne, quindi c'è la tendenza dell'uomo a comandare ma poi c'è la sua incapacità di farlo quindi poi la moglie deve prendere in mano le cose e decidere lei, io... da quello che, dai casi che ho conosciuto ho dedotto questo insomma»; «dipende, ho visto tanti uomini fare i duri però dopo sono le donne dietro che comandano», ecc.

Con l'avvento del comunismo, come ben osserva anche gran parte del campione intervistato, la donna romena si è emancipata e professionalmente ha ottenuto molti diritti.

In ambito familiare in molti casi tra i coniugi c'è uguaglianza ed i compiti di casa vengono condivisi. Purtroppo in alcuni casi, soprattutto nelle località rurali, è ancora presente la famiglia patriarcale nella quale sembra che il ruolo del marito sia quello di mantenere la famiglia e apparentemente sempre a lui spetti prendere le decisioni più importanti.

Il rapporto tra uomo e donna può incidere su alcuni aspetti della comunicazione interculturale. In RM persiste una cultura tendenzialmente egualitaria e nella comunicazione la donna avrà le aspettative di essere trattata alla pari e di beneficiare delle stesse prerogative offerte al genere maschile: alla donna si può stringere la mano, deve avere la possibilità di esprimersi, di prendere decisioni, ecc.

4.5 Problemi di comunicazione legati al concetto di onestà, lealtà, *fair play*

L'onestà, la lealtà e il *fair play* sono dei concetti che possono essere percepiti e interpretati diversamente da cultura a cultura. In che modo tali concetti possono influire sulla comunicazione interculturale? Promettere ma non mantenere la parola può essere grave per alcuni partecipanti alla comunicazione; cercare di corrompere dei funzionari nel paese sbagliato può costare il carcere, ecc.

Alla domanda: «In RM la corruzione è condannata o aspramente tollerata?» abbiamo ottenuto i seguenti risultati: secondo l'85% degli informatori la corruzione è tollerata e soltanto un 15% considera che vada condannata (cf. graf. 6).

Alla medesima domanda, gli esiti delle interviste evidenziano:

«tollerata, è condannata in tv diciamo»; «a parole condannata, ma poi continua ad essere praticata, forse un po' meno di prima perché adesso c'è l'anticorruzione, ci sono controlli verso gli ufficiali dello stato, quindi forse è minore rispetto a prima però so che viene praticata giornalmente»; «no, è ricercata e stimata come una capacità professionale»; «ultimamente è condannata ma è una cosa che fanno tutti, a tutti i livelli, è il problema più grande che c'è»; «sì, è un problema abbastanza diffuso, sinceramente da quando sono venuto qua riguardo la piccola corruzione ho visto che c'è stato un grosso miglioramento, ai livelli alti rimane e rimarrà per sempre o comunque molto a lungo, ai bassi livelli mi sembra che rispetto a qualche anno fa ha fatto grossi vantaggi, soprattutto per me che sono straniero non ho avuto problemi da questo punto di vista, anche in istituti pubblici dove normalmente so che è chiesta, a me nessuno ha chiesto niente, si sono comportati bene e sono stato risparmiato da questo punto di vista».

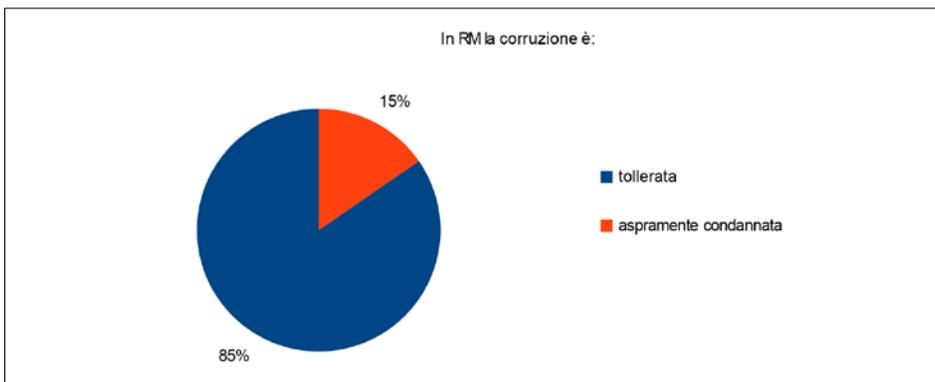


Grafico 6. Tolleranza della corruzione



Figura 2. Ordinanza del Governo contro l'evasione fiscale, allegata ai menu dei locali²

È ampiamente evidente anche per gli informatori che la corruzione sia diventata un fenomeno molto diffuso. Per contrastarla sono state adottate delle normative che prevedono sanzioni severe.

Per combattere l'evasione fiscale in Romania per esempio, sui menu dei locali è prassi trovare la normativa che invita i clienti a segnalare le irregolarità e a pretendere sempre lo scontrino fiscale altrimenti non si è costretti a pagare per i servizi o i beni acquistati (cf. fig. 2).

Un altro argomento della ricerca è inerente all'accettazione della furbizia e dell'escamotage da parte della cultura romena.

Alla domanda: «La furbizia e l'escamotage sono viste come abilità dell'astuzia e sono come dei pregi oppure come difetti da evitare?» il 79% degli informatori italiani ha risposto che in RM l'abilità e l'astuzia sono dei pregi e soltanto un 15% li considera difetti da evitare.

² Governo della Romania. Ministero delle Finanze Pubbliche. Se non riceveti lo scontrino fiscale, siete obbligati a chiederlo. In caso di rifiuto, avete il diritto di beneficiare del bene acquistato o del servizio prestatato senza pagarlo. Chiedete e conservate gli scontrini fiscali per poter partecipare alle estrazioni mensili e occasionali del lotto degli scontrini fiscali. È vietato dare al cliente un altro tipo di documento diverso dallo scontrino fiscale per attestare il pagamento del valore dei beni o dei servizi prestati. Per segnalare la non conformità degli obblighi collegati alle transazioni economiche potete contattare gratuitamente, non stop il servizio TelVerde del Ministero delle Finanze Pubbliche 0800.800.085. Questi diritti e obblighi sono stabiliti mediante l'ordinanza d'urgenza del Governo nr. 28/1999 riguardo agli obblighi degli operatori economici di utilizzare apparati di stampa elettronico-fiscale (trad. dell'Autore).

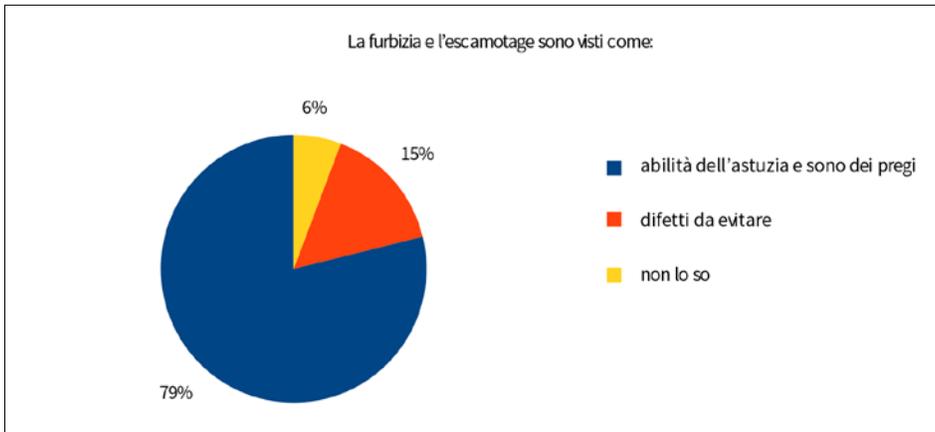


Grafico 7. Percezione della furbizia e dell'escamotage

Alla medesima domanda dell'intervista orale le risposte più frequenti sono state:

«chi non è furbo è imbecille»; «sono caratteristiche criticate però alla fine lo fanno, anzi presumo che uno diventi anche più famoso»; «furbi come qui non ce ne sono, lo sai perché, perché la fame aguzza l'ingegno, mentre gli italiani stanno bene: il nostro cervello si è spento su queste cose, invece qui avendo passato tempi brutti il cervello gli si è acceso per uscire dai casini quindi più furbi che qui non ce ne sono in giro»; «diciamo che è accettato».

L'onestà è una qualità molto apprezzata dai romeni ed è ritenuta un principio morale fondamentale; tuttavia si considera che soprattutto nella politica e nell'imprenditoria essa venga a mancare e che per sopravvivere in tali ambiti l'astuzia e l'escamotage siano fondamentali.

4.6 La religione e la superstizione

Anche una forte adesione alla religione e il credo può influire sulla comunicazione interculturale. I parlanti possono avere un abbigliamento considerato consono (per esempio il velo islamico), indossare oggetti di culto (per esempio la catenina con la croce al collo), tollerare o meno de-

terminati argomenti sulla religione, ecc.

Nei paesi romeni apparentemente la religione è molto sentita. In base ad una ricerca della Fondazione Soros (Popescu 2011) il 35% della popolazione intervistata va in chiesa soltanto durante le feste religiose più importanti (Pasqua e Natale); un 25% invece va in chiesa una volta a settimana. È invece bassa la percentuale dei fedeli che frequenta la chiesa con maggiore intensità, soltanto un 6% va in chiesa un paio di volte a settimana e un 2% ci va quotidianamente; un numero altrettanto limitato è costituito da coloro che vanno in chiesa soltanto un volta all'anno (7%) o addirittura non ci vanno mai (3%). Da notare che l'abitudine di andare in chiesa rimane quasi invariabile dall'infanzia alla maturità (cf. graf. 8).

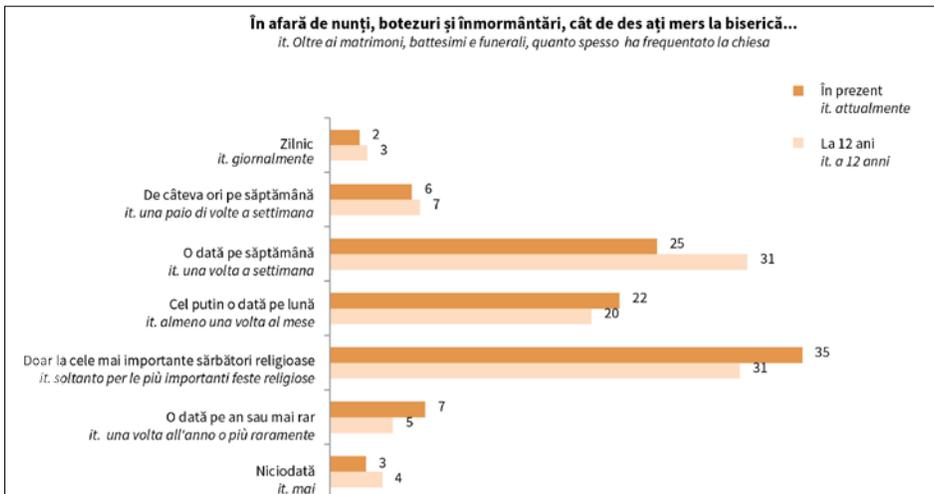


Grafico 8. Analisi della Fondazione Soros (Popescu 2011)

In base agli studi della Fondazione, la religione è praticata soprattutto nelle zone rurali e coinvolge maggiormente persone di un'età avanzata e le donne con un livello di istruzione più basso.

Anche in seguito alle nostre indagini alla domanda: «Parlando della religione, è praticata attivamente oppure rientra nel novero della tradizione?», numerosi informatori delineano che per molti romeni la religione è una tradizione:

«io ho l'impressione che sia solo una tradizione»; «solo dalle persone anziane, di una certa età, gli altri la praticano come se fosse una tradizione, una cosa che comunque va seguita, per cerimonie, battesimi ecc.»; «per i giovani è una tradizione»;

oppure anche:

«sì, è praticata attivamente, presumo i giovani un po' meno»; «no no è praticata»; «non saprei dire, vedo che le chiese ortodosse sono sempre piene quindi penso che loro sentono lo spirito religioso».

In base alle osservazioni di numerosi soggetti intervistati tra i romeni e moldavi credenti sono pochi quelli praticanti.

Ci sono poi alcune credenze collegate alla superstizione che gli informatori hanno notato nel relazionarsi con la popolazione autoctona. Alla domanda: «I romeni sono superstiziosi?» alcune delle risposte sono state:

«abbastanza, non sai quante volte mi hanno sgridato perché fischio, specialmente nei taxi»; «eh hanno tutte le loro tradizioni, sa che non si può dare la mano sulla porta, il lunedì non si può pagare perché si paga per tutta la settimana, tutte queste cose qua, però vabbé che sono anche simpatiche»;

in alcune occasioni gli informatori facevano anche un confronto con gesti o usanze italiane:

«uno dei gesti può essere quello del toccar legno, che da noi si tocca il ferro»; «sì ma questa qui penso che sia simile alle abitudini dell'Italia meridionale, quindi sono cose che io conoscevo da quando ero bambino, quindi per me non è stato nulla di strano»; «non vorrei sbagliare ma ho notato questo gesto di sputare per terra, phu phu, di far così per allontanare il malocchio, oppure si tocca il legno, ci sono modi che si assomigliano molto all'Italia», ecc.

Riportiamo il significato delle superstizioni segnalate più frequentemente: porta sfortuna fischiare negli ambienti chiusi; non si fanno pagamenti di lunedì altrimenti si dovrà pagare per tutta la settimana; per allontanare la sfortuna si tocca il legno; venerdì 13 porta sfortuna; per allontanare il malocchio, soprattutto nei casi di bimbi, si fa finta di sputare.

Le superstizioni e i segni premonitori correlati alla cultura dei parlanti possono avere una certa valenza nella comunicazione interculturale, conoscere il loro significato può permettere di trovare delle risposte ad alcuni comportamenti e azioni che altrimenti possono sembrare bizzarri.

5 Conclusione

Anche se spesso sottovalutati, i valori culturali di fondo potrebbero rappresentare uno dei principali ostacoli alla comunicazione interculturale proprio perché sono in stretta relazione con i modelli specifici della cultura di appartenenza.

Il background culturale, interiorizzato nel nostro software mentale, agisce da filtro nella comunicazione e determina le percezioni e il modo di comunicare. Generalizzare in questi casi può risultare un grave errore in quanto caratteristiche individuali si possono discostare molto da quelle comuni e abituali. Per comunicare con successo è indispensabile prendere coscienza di tali filtri e non rimanere imprigionati nel proprio software mentale. Abbiamo notato che lo schema culturale romeno si discosta in alcuni casi da quello italiano. Fonti di fraintendimento possono rappresentare la percezione del tempo, dello spazio, la distanza gerarchica, i rituali dei vari eventi comunicativi ecc.

È fondamentale mettere in rilievo che gli incontri tra culture avvengono attraverso le persone, ognuna dalle sue caratteristiche, dai suoi filtri culturali e individuali. Varie classificazioni e generalizzazioni, per quanto necessarie perché aiutano alla memorizzazione e a dare delle indicazioni generiche, non vanno poi considerate degli standard da applicare a ogni cultura. Nel caso della nostra ricerca i vari esempi riportati sono infatti caratterizzati da una varietà di risposte e di percezioni. Gli aneddoti e le analisi hanno quindi lo scopo di rendere consapevoli di alcune potenziali barriere alla comunicazione, senza la pretesa di fornire delle regole prestabilite.

Bibliografia

- Agnoli, L. (2006). *La mente multiculturale*. Bari: Laterza.
- Balboni, P.E. (1999). *Parole comuni culture diverse, Guida alla comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2007). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2012). *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*. Torino: UTET.
- Balboni, P.E. (2015). «La comunicazione interculturale e l'approccio comunicativo: dall'idea allo strumento» [online]. *EL.LE*, 4(1), 1-20. DOI 10.14277/2280-6792/121p.
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2014). «A Performance-Oriented Model of Intercultural Communicative Competence» [online]. *Journal of Intercultural Communication*, 35. URL <https://www.immi.se/intercultural/nr35/balboni.html> (2016-11-14).
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2015). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Baraldi, C. (2003). *Comunicazione interculturale e diversità*. Roma: Carocci.
- Bennett, M.J. (a cura di) (2002). *Principi di comunicazione interculturale*. Milano: FrancoAngeli.
- Berruto, G. (1994). *Fondamenti di sociolinguistica*. Roma: Laterza.
- Bonaiuto, M.; Maricchiolo, F. (2010). *La comunicazione non verbale*. Roma: Carocci.
- Caon, F. (2016). «Lingue e culture in contatto. Una prospettiva interculturale» [online]. *EL.LE*, 5(1), 7-24. DOI 10.14277/2280-6792/ELLE-5-1-16-0.
- Castiglioni, I. (2007). *La comunicazione interculturale: competenze e pratiche*. Roma: Carocci.
- Giaccardi, C. (2005). *La comunicazione interculturale*. Bologna: il Mulino.
- Graf, E.M.; Sator M.; Spranz-Fogasy, T. (2014). *Discourses of Helping Professions*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Hall, E.T. (1968). *La dimensione nascosta*. Milano: Bompiani.
- Hall, E.T. (1989). *Beyond Culture*. New York: Doubleday.
- Hannerz, U. (2001). *La diversità culturale*. Bologna: il Mulino.
- Hofstede, G.; Hofstede, G.J.; Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations, Software of the Mind. Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. New York: McGraw-Hill.
- Lobasso, F.; Pavan, E.; Caon, F. (2007). *Manuale di comunicazione interculturale tra italiani e greci*. Perugia: Guerra.
- Nanni A.; Curci, S. (2005). *Buone pratiche per fare intercultura*. Bologna: EMI.
- Nigris, E. (1996). *Educazione Interculturale*. Milano: Mondadori.
- Popescu, R. (2011). «Romanii se roaga, dar nu in biserica» [online]. *Fundatia. Pentru o societate deschisa*, 4 octombrie. URL <http://www.fundatia.ro/romanii-se-roaga-dar-nu-biserica> (2016-11-14)

Ricci Bitti, P.E.; Zani, B. (1983). *La comunicazione come processo sociale*. Bologna: il Mulino.

Spingardi, R.; Zaccuri, G. (2011). *PNL. L'arte dell'interazione. Sviluppare le abilità di comunicazione e di relazione*. Milano: Fausto Lupetti.