

**Pay K. N., Sidorova P. D.**

Minsk,

Università internazionale «MITSO»

## **BASI LINGUISTICHE E PSICOLINGUISTICHE DELLA COMUNICAZIONE INTERCULTURALE**

Il linguaggio è un mezzo importante di trasmissione di informazioni che definisce l'aspetto del processo comunicativo come comunicazione verbale. L'idea del dialogo come spazio in cui avviene lo scambio di informazioni è definita come originale. Proprio nel dialogo si concentra più chiaramente l'essenza della transizione socio-psicologica verso l'analisi della comunicazione. La componente obbligatoria della comunicazione è l'atto comunicativo, cioè l'atto di scambio di informazioni tra le persone. L'individuo, infatti, «vive» nel mondo dei mondi. Studiando le parole di una persona, si studia anche il «mondo» di un'altra persona. Quindi il dialogo non è solo un'interazione verbale con un'altra persona, ma è anche un'interazione con il mondo della cultura.

La comunicazione interpersonale è il processo di scambio di messaggi interpretati da due o più persone che entrano in contatto l'una con l'altra. La comunicazione interpersonale include un aspetto psicologico che regola il processo di scambio di informazioni bilaterali. La comunicazione interpersonale si riflette nelle sue funzioni (informativa, espressiva, motivazionale, sociale), che le conferiscono un carattere più standard, razionale e strumentale rispetto alle forme di comunicazione di massa.

La base teorica della comunicazione interpersonale è la teoria dell'attività verbale, poiché i mezzi verbali di comunicazione svolgono un ruolo importante nel processo di interazione interpersonale. L. Vygotsky e A. Leontiev considerano quest'attività in termini di basi psicologiche della teoria comportamentale. Come fattori chiave della comunicazione vocale, hanno evidenziato un motivo e uno scopo. Il motivo è correlato all'attività comunicativa, serve come motivazione del soggetto all'attività. L'obiettivo è quasi sempre intenzionale, mentre il motivo può essere compreso, ma potrebbe non essere intenzionale. Il motivo e l'obiettivo possono essere gli stessi quando viene raggiunto il piano. Nel processo di comunicazione interpersonale, è importante essere in grado di capire i motivi dell'interlocutore, specialmente se non è chiaro il significato delle sue dichiarazioni.

La comunicazione interpersonale può aiutare a cambiare le opinioni, le impostazioni delle persone coinvolte nella condivisione delle informazioni. Le relazioni sociali sono la base sociale delle motivazioni. La base motivazionale della comunicazione interpersonale può essere appresa sulla base di teorie motivazionali sviluppate. Possono essere suddivisi in teorie motivazionali sull'equilibrio e teorie motivazionali sulla soddisfazione dei bisogni. [1, p. 61 – 62].

La comunicazione interpersonale può avere successo ed efficacia se i comunicatori hanno raggiunto i loro obiettivi più alti, aiutati dal loro alto grado

di competenza comunicativa. La competenza comunicativa nel processo di comunicazione interpersonale si manifesta come segue:

- capacità di prevedere la situazione comunicativa, navigare in essa;
- capacità di trovare una struttura comunicativa adeguata al soggetto della comunicazione e realizzare l'intenzione comunicativa;
- capacità di analizzare il proprio potenziale psicologico e il potenziale del partner;
- capacità di auto-regolazione, autoregolamentazione nella comunicazione, compresa la capacità di superare le barriere psicologiche, alleviare lo stress inutile, adattarsi emotivamente alla situazione, distribuire gli sforzi nella comunicazione.

Alcuni psicologi americani (per esempio, p. Watclavik) sono attribuiti alla descrizione di alcune proprietà della comunicazione di grande importanza pratica nel contesto dell'interazione interpersonale, chiamate assiomi della comunicazione umana. Conoscere queste proprietà ci consente di spiegare ciò che i ricercatori hanno definito la comunicazione patologica, cioè complicazioni che possono portare a difficoltà o addirittura vicoli ciechi della comunicazione interpersonale [2, p. 184 – 190].

Tutti i processi di comunicazione avvengono in un determinato contesto. La formazione di un particolare contesto di comunicazione può essere l'ora e il luogo dell'incontro, l'intenzione e lo scopo dei partecipanti al dialogo, la presenza o l'assenza di persone non autorizzate, le norme di gruppo, ecc.

Le caratteristiche importanti della situazione che influenzano il comportamento delle persone sono le seguenti: familiare-sconosciuto; formale-informale; orientato alla comunicazione; superficiale-profondo. Esistono i seguenti tipi di situazioni:

- eventi ufficiali;
- comunicazione personale con amici intimi o parenti;
- casuale, incontri casuali con gli amici;
- contatti ufficiali a casa e al lavoro;
- conflitti e negoziati;
- discussione di gruppo.

E. Berna propone la propria classificazione in termini di necessità di strutturare il tempo nell'interazione interpersonale. Suggestisce di considerare i seguenti modi per strutturare il tempo: isolamento; rituali; passatempo; attività congiunte; giochi [2, p. 340 – 344]. Un'altra classificazione delle situazioni sociali evidenzia tre livelli di comunicazione, a seconda del grado di coinvolgimento personale dei partecipanti nella trasformazione delle relazioni: socio-ruolo; affari; intimo-personale. Ogni livello di comunicazione richiede modelli di comportamento appropriati e metodi di interazione. La condizione più importante della comunicazione interpersonale è la capacità dell'individuo di identificare tali situazioni sociali standard e tipiche e sapere come comportarsi in esse. Un aspetto importante dell'analisi interpersonale è la percezione come il processo di selezione, organizzazione e interpretazione dei dati sensoriali.

Ci sono diverse regole, seguendo le quali è possibile organizzare la gestione della propria percezione: 1) il processo di percezione ha una base personale (persone

diverse percepiscono e interpretano gli stessi segnali in modo diverso); 2) se assumiamo che siano le nostre interpretazioni a riflettere la realtà più accuratamente, potremmo avere difficoltà nella comunicazione interpersonale; 3) se permettiamo agli interessi della vita, alle emozioni, ai bisogni di «controllare» le nostre percezioni, possiamo perdere messaggi importanti da altre persone che ci inviano. Nel processo generale della percezione umana queste regole consentono di determinare ciò che appartiene alla percezione delle cose da parte delle persone, cioè la percezione reciproca. Il regolatore principale nella costruzione della comunicazione è l'immagine del partner a cui viene inviato il messaggio di comunicazione. La prima impressione di una persona è la più importante e può influenzare la successiva comunicazione tra le persone. Gli stereotipi sociali sono il fondamento della formazione della prima impressione ed il meccanismo principale di questo processo. [3, p. 84].

Un'altra caratteristica importante della competenza comunicativa è la comprensione del proprio stile comunicativo e la capacità di riconoscere lo stile del partner. Il concetto di stile comunicativo denota modi convenzionali e sostenibili di comportamento caratteristici di una persona, che usa per stabilire relazioni e interagire con altre persone.

La linguistica culturale è una delle discipline scientifiche più rilevanti. Nel 1997, Yu. Stepanov ha usato il termine «linguistica culturale» per studiare la relazione tra cultura e lingua. Ci sono diversi studi fondamentali di N. Alefirenko, A. Khrolenko, S. Bochner, A. Jacobs, J. Metge e p. Kinloch ed altri.

La metodologia degli studi linguoculturali si basa sulla concettologia, l'ermeneutica e la filologia generale. Gli studi linguoculturali sono progettati per rivelare come paradigma linguistico di un discorso culturale, come le principali funzioni pragmatiche delle unità linguoculturologiche in qualsiasi situazione comunicativa. L'analisi linguoculturale si usa come il metodo di base per lo studio della comunicazione interculturale. O. Leontovich distingue alcuni fattori delle specificità linguistiche nazionali-culturali della comunicazione interculturale, come:

- rappresentazione delle tradizioni culturali delle persone: permessi, divieti, azioni stereotipate e caratteristiche di etichetta dei fatti comunicativi universali;
- rappresentazione della situazione sociale e funzioni sociali della comunicazione;
- rappresentazione della situazione sociale locale nelle peculiarità del corso dei processi mentali e dei vari tipi di attività, ad esempio, sui fondamenti psicolinguistici dell'attività linguistica e dei fenomeni paralinguistici;
- determinazione della specificità linguistica della comunità e studio dei simboli come simboli culturali [4].

La motivazione di un simbolo culturale è il rapporto tra elementi concreti e astratti di contenuto simbolico. Questa relazione distingue simbolo e segno, perché il segno illustra la relazione tra il significato e il significante. Il segno diventa un simbolo come l'intero spettro dei valori interpretativi convenzionali secondari. Il simbolo ha le proprietà di un segno, sebbene il simbolo non implichi un riferimento diretto alla designazione.

Il rapporto tra segno e simbolo ha un ruolo importante nelle specificità del discorso interculturale, costituito da diverse personalità linguistiche e condizioni

di comunicazione. La personalità linguistica di un emigrante come oggetto di ricerca linguistica generalizza valori, conoscenze, atteggiamenti e modelli di comportamento culturale-linguistici e di attività comunicativa. Una personalità linguistica è costituita dai seguenti componenti:

1) il componente valore ha un sistema di valori e significati di vita. Questo è il contenuto dell'educazione. Il componente del valore consente a una persona di formare una visione iniziale e profonda del mondo, forma un'immagine linguistica del mondo, una gerarchia di idee spirituali che costituiscono la base di un carattere nazionale e sono implementate nel processo di dialogo linguistico;

2) il componente culturale contribuisce alla ricerca culturale, ad esempio le regole della parola e il comportamento non verbale;

3) il componente personale caratterizza l'individuo e la più profonda in ogni persona.

I parametri individuali di una personalità linguistica formano una complessa combinazione di differenze psicofisiologiche, sociali, nazionali-culturali e linguistiche dei popoli. Ciò porta al fatto che a livello di comunicazione interculturale, le differenze tra gli individui linguistici raggiungono un certo volume critico, che può avere un impatto sia positivo che negativo sul successo della comunicazione interculturale. In passato, c'era qualcosa di simile nelle culture inglese e russa, ad esempio il principio mitico-archetipico. La cultura inglese è l'unità delle culture di molte tribù, come quella britannica, scozzese, celti e anglosassone, e poi la cultura normanna. Ma la cultura russa è l'unità della cultura degli slavi pagani, dei cristiani bizantini e dell'Europa occidentale.

Una diversa identità culturale è alla base dello shock di commutazione incrociata. Lo studio dei principi della comunicazione interculturale permette di identificare le cause dello shock comunicativo. Tale identificazione è un modo per superare le conseguenze di uno shock comunicativo. Il processo d'interazione interculturale dei popoli si basa sullo studio delle peculiarità della comunicazione utilizzando approcci integrati, cambiamenti qualitativi nella scelta dei metodi per lo studio della personalità linguistica come soggetto di comunicazione interculturale di successo. Ogni personalità linguistica ha una »scala di valutazione«. Ad esempio, la personalità linguistica di un emigrante utilizza questa »scala di valutazione« per rappresentare il mondo circostante come un modello linguoculturale. Questo modello è una proprietà strutturale e un potente fattore di autodeterminazione personale, poiché un rappresentante di una particolare cultura ha un certo fondamento culturale, cioè un insieme di conoscenze che dà una certa visione del mondo nel campo della cultura nazionale e mondiale. Una fondazione culturale è un'unità di base che fa parte di qualsiasi cultura nazionale. L'appartenenza di una persona a una certa cultura determina la sua mentalità come base per la percezione di un'altra cultura, di solito attraverso la lettura della letteratura e la comunicazione interculturale. Nella comunicazione interculturale, la visione linguistica del mondo è molto importante come guida nel processo di comunicazione tra la personalità linguistica dell'emigrante e la società. La visione linguistica del mondo è la base dell'autoidentificazione della personalità e dipende in gran parte dalle specificità linguoculturali della società. Le visioni del mondo linguistiche sono coerenti tra loro

a causa della connessione dialettica tra lingua e pensiero come riflesso del mondo nella mente delle persone. Le visioni del mondo linguistico hanno allo stesso tempo una serie di differenze dovute alle loro caratteristiche funzionali. Gli studi sulla visione del mondo linguistico in dinamica sono effettuati con lo studio socio-dinamico dell'interazione culturale. L'approccio socio-dinamico allo studio della visione del mondo linguistico presuppone che la visione del mondo linguistico sia in uno stato di costante sviluppo. Le componenti di questo sistema riflettono le specificità della vita e della cultura della comunità sociale e nazionale, che è alla base dello shock comunicativo interculturale causato dall'etno-connotazione. L'etno-connotazione ha un livello profondo del presunto modello multilivello della sfera dei concetti culturali. Ha una certa struttura e parametri specifici del contenuto di etno-conotanti.

Per riassumere, la visione del mondo linguistico ha parametri pragmatici e si manifesta in realtà che include concetti legati alla vita e alla visione del mondo della società che li ha creati. La comunicazione interculturale si basa sull'interpretazione interculturale, che si basa su quattro fattori di specificità linguistica nazionale e culturale che hanno simboli culturali.

È stato dimostrato che il simbolo culturale è uno dei più importanti fattori motivanti della comunicazione interculturale, basato sui parametri linguistici della personalità dell'emigrante. I parametri linguistici di un individuo sono costituiti da tre componenti: una componente di valore, una componente culturale e una componente personale. I parametri linguistici di una persona sono la base per la formazione di una visione linguistica del mondo nel processo di comunicazione interculturale. La visione del mondo linguistico è molto importante come conduttore nel processo di comunicazione tra la persona linguistica e la società.

#### *Elenco delle fonti citate*

1. Шарков, Ф. И. Теория коммуникаций / Ф. И. Шарков. – М. : РИП-Холдинг, 2004. – 196 с.
2. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
3. Mitrofanova, I. Language and communicative personality / I. Mitrofanova. – San Francisco : V&M Publishing. – 134 p.
4. Леонтович, О. А. Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / О. А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2007. – 368 с.