

INTERCULTURAL COMMUNICATION SKILLS OF THE MILITARY, MAIN PARAMETER OF COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL ENVIRONMENTS

Laurențiu FOTIN
DRESMARA

Abstract

The present paper aim is to promote the understanding of cultural diversity and the challenging of social construction of barriers and frontiers related to cultural differences. The paper presents the theoretical framework, which discusses meanings and scopes of multiculturalism in international environment. Finally, it concludes, suggesting possible ways by which a multicultural and peace oriented education could represent an asset both to soldier and civil, boosting teacher education beyond formal educational scenarios and embracing the military ones as well, so as to represent an asset towards world peace.

Key words: communication – multiculturalism – multicultural education – military institutions.

Obiective

Înțelegerea complexității problemei comunicării internaționale și interculturale;

Analizarea componentelor procesului comunicațional într-un mediu internațional;

Identificarea barierelor comunicaționale în cadrul comunicării interculturale.

În abordarea problematicii comunicației interculturale se poate pune pe bună dreptate întrebarea dacă nu cumva diferențele interculturale evidente ar reprezenta un simplu moft, utilizarea lor fiind arbitrară, în funcție de cei care intra în contact cu populațiile celorlalte culturi.

Adevărul este că nimanui nu i-ar conveni poate să se întâlnească cu un străin, iar acesta din urmă să utilizeze unele norme de conduită care să contravină anumitor principii pe care le respectăm sau suntem hotărâți să nu le depășim.

Chiar și în cele mai fericite cazuri, comunicarea nu mai reprezintă doar un simplu proces și cu atât mai mult într-un mediu internațional, în care comunicarea este cu mult mai complexă decât ne-am putea imagina. Înțelegerea unor elemente ca rasă, naționalism, istorie, teritoriu, religie, limbă și a altor caracteristici culturale distincte este necesară pentru o comunicare corectă și eficientă în mediile internaționale.

1. Comunicarea internațională. Caracteristici culturale.

Susținerea unei interpretări exhaustive a caracteristicilor culturale este inacceptabilă întrucât este imposibilă tratarea sau discutarea fiecărei variabile posibile. La fel de nerezonabil ar fi să ne așteptăm ca militarii implicați misiuni internaționale să cunoască foarte multe despre fiecare tip de cultură cu care s-ar confrunta. O abordare mai practică și rezonabilă este aceea de a examina unele dintre elementele comune care ar putea afecta comunicarea într-un mediu internațional. Înțelegerea acestor elemente va asigura o eficiență sporită a comunicării cu persoanele provenind din alte țări sau culturi. Aceste elemente comune includ evoluția culturală, limba, religia, percepția asupra timpului, comportamentul uman și stilul de comunicare.

Evoluția culturală

În Webster, cultura este definită ca fiind "modelul integrat al comportamentului uman care include gânduri, vorbe, acțiuni și vestigii și care depinde de capacitatea oamenilor de a învăța și transmite cunoștințe generațiilor următoare."

Aceste modele ale comportamentului uman sunt responsabile pentru determinarea identității rasiale, religioase sau sociale și asigură crearea seturilor de valori, gânduri și sentimente ale fiecărei persoane din grupul respectiv.

O altă definiție a fost formulată de Myron Lustig și Jolene Koester: "Cultura este un set învățat de interpretări comune despre credința, valori și norme care influențează comportamentul unui grup relativ larg de persoane" [1].

Întrucât această identitate variază în funcție de grupuri și societăți, modul în care se comunică va depinde într-o manieră esențială de înțelegerea culturii respective. Altfel spus, ceea ce poate fi pozitiv într-o cultură, poate fi considerat scandalos în alta.

De exemplu, pe timpul unei patrulări de rutină într-o țară africană, ca observator militar ONU, l-am întâlnit pe directorul școlii din sat cu soția. Femeia era gravida în 6-7 luni, avea pe cap un coș imens de răchită și ducea de mână un copil de la 2-3 anișori, în timp ce domnul mergea agale cu mâinile la spate. După schimbul de salutări de rigoare am aflat că se întorceau de la piață și am primit solicitarea să-l duc cu mașina până acasă pe "d-nul director" urmând ca soția, să continue să meargă pe jos. Europeanul din mine care apreciază familia și grija pentru copii, a fost profund ofensat de lipsa de nepăsare pentru consoarta sa, în timp ce pentru un african grijile familiei aparțin numai femeii. O clipă am fost gata

să o iau pe femeie cu mașina și să-l las pe el pe jos, dar pentru a nu crea tensiuni inutile am folosit politica ONU care interzicea folosirea mașinilor de serviciu în scopuri personale, așa că au rămas să vină toți pe jos.

Sistemele de valori bazate pe evoluția culturală constituie o parte din procesul de raționare a grupului pe care îl reprezintă. Pentru români, descoperirea unui astfel de sistem de valori este destul de dificilă. Pe de o parte "unde-s doi puterea crește", iar pe de alta parte "frate, frate, dar brânza-i pe bani". Prin urmare, putem să fim fie individualiști, fie să acceptăm și să lucrăm corect în cadrul unei echipe.

Limba

Engleza este considerată ca fiind limba de afaceri, științifică și diplomatică utilizată în comunicarea internațională. Acest fapt este ușor de observat și de explicat dacă ținem cont de faptul că afacerile internaționale sunt dominate sau au fost dominate de țări în care engleza este limba maternă. În realitate, orice limbă de circulație internațională reprezintă un plus pentru cel care o cunoaște. Cazurile în care o astfel de limbă poate fi folosită sunt numeroase și bine cunoscute încât nu mai merită menționate în lucrarea de față.

Se poate pune la fel de bine problema folosirii unui interpret pentru traducerea mesajelor transmise. Dar atât necunoașterea limbii în care se desfășoară comunicarea cât și încredințarea traducerii unei persoane care nu are o experiență semnificativă în domeniu pot crea probleme deosebite în înțelegerea mesajelor.

Astfel de greșeli stânjenitoare îi conving pe mulți dintre cei implicați de necesitatea învățării unei limbi străine de circulație internațională.

Un alt aspect care ar trebui luat în calcul este acela că mulți dintre cei care participă în misiuni internaționale pot refuza să comunice în altă limbă decât cea maternă. Acesta este cazul Franței și a țărilor foste colonii franceze, care consideră că franceza se situează pe locul doi în clasamentul limbilor de circulație internațională. Francezii sunt mândri de limba lor și insistă să comunice în limba lor. Filozofia lor este lesne de înțeles: "Când ești în Roma, faci ce fac romanii".

Tot aici ar trebui luați în considerare și alți factori. De exemplu, unor cuvinte dintr-o limbă le pot lipsi corespondentele în alta limbă. Datorită culturii, unele cuvinte pot căpăta o importanță mai mare într-o anumită limbă. Spre exemplu, în limba arabă există mai mult de 6.000 de cuvinte diferite utilizate pentru descrierea unei cămile, a părților acesteia sau a echipamentului utilizat pentru cămile. Atât limba română cât și alte limbi ar fi probabil extrem de limitate pentru descrierea cămilei. În schimb, ar exista cu mult mai multe cuvinte pentru descrierea industriei, comerțului sau a altor activități care au o altă importanță în aceste țări.

Religia

În multe țări din lume problemele religioase sunt separate de cele politice sau de cele ale statului, garantându-se libertatea religioasă cetățenilor acestor țări.

Astfel, în aceste țări, politicile și procedurile de afaceri sunt stabilite fără a se lua în considerare credința religioasă, respectându-se în maniere diferite credințele indivizilor.

În alte țări, organizarea religioasă, economică și politică a societății pot coincide. În cazul în care se inițiază o comunicare cu o persoană din altă țară,

trebuie luat în considerare și impactul credințelor religioase asupra afacerilor. De exemplu, în țările islamice, nu este indicată oferirea băuturilor alcoolice cetățenilor musulmani, știut fiind faptul că alcoolul este interzis de către legile religiei.

Ar trebui de asemenea ținut cont de sărbătorile religioase și practicile care le însoțesc în cadrul comunicării internaționale. De exemplu, în Afghanistan prima zi din săptămâna corespunde zilei de sâmbătă pentru europeni, iar duminica afghană, a șaptea zi, corespunde zilei de vineri, astfel că toți militarii care acționează în cadrul ISAF și au contacte cu partenerii afghani nu pot să poarte negocieri vinerea.

Timpul

Din ce în ce mai multe țări au început să fie de acord cu sloganul american "Time is money". Foarte multe seminarii și sesiuni de instruire asupra managementului timpului subliniază valoarea acestei resurse pe cât de mari, pe atât de limitate. De exemplu, americanii sunt dispuși să lase la o parte tactul și diplomația și chiar vor tolera cu mare ușurință comportamentele nepotrivite în discutarea afacerilor, numai pentru a respecta termenele - limita sau programările.

Într-un mediu internațional, astfel de atitudini despre timp se pot dovedi total inadecvate. Deși majoritatea oamenilor doresc întotdeauna să treacă direct la subiect, profesioniștii din alte țări sunt de obicei cu mult mai sensibili în ceea ce privește protocolul și alte aspecte sociale. Multi indivizi apreciază mai mult formalitățile decât timpul. Astfel, europenii și americanii sunt catalogați de multe ori ca fiind prea grăbiți și nepoliticoși; aceștia consideră că ceea ce este lipsit de necesitate, reprezintă o pierdere de timp. De exemplu, în Afghanistan și Irak orice activitate începe cu servirea ceaiului tradițional, dacă este refuzat, atunci de ce le mai multe ori discuția, negocierea, este sortită eșecului.

Comportamentul uman

În general, atitudinile oamenilor față de ceilalți indivizi sunt influențate de comportamentele acestora din urmă, iar comportamentul reflectă atitudinile indivizilor. Aceasta afirmație este valabilă în majoritatea culturilor, numai că atitudinile sunt diferite față de unele comportamente care în alte culturi ar putea părea exagerate sau lipsite de sens. Limbajul nonverbal, o gestică inadecvată, un limbaj nepotrivit al corpului, toate acestea pot strica într-o singură clipă toate eforturile depuse până în acel moment pentru stabilirea unui acord. Chiar și lucrurile considerate ca fiind foarte simple, cum ar fi utilizarea culorilor, numerelor sau expunerea anumitor părți ale corpului trebuie luate în considerare în comunicarea interculturală sau internațională. De exemplu, pe timpul unei activități de rutină într-un birou în care activau atât civili cât și militari, neînțelegerile lingvistice și de sincronizare temporală dintre doi militari, funcționarul și petiționarul, au determinat intervenția unui civil chinez, care a fost refuzat de către petiționar, politicos dar ferm, a fi acceptat în discuție. Aceasta a fost considerată o ofensă, întrucât în calitate de șef de birou se considera îndreptățit să-si apere colaboratorul și a înaintat o reclamație la șeful de personal al secției militare, soluționarea acesteia necesitând ulterior un consum apreciabil de timp pentru a lămuri că nu era o problemă de funcționare a biroului cât de atitudine lingvistică a unui militar, inferior în grad, față de superior.

Situațiile stânjenitoare pot fi evitate prin studierea semnificațiilor mesajelor nonverbale de forma gesturilor și semnelor într-o anumită cultură, înainte de demararea comunicării cu membrii acesteia. Spre exemplu, semnul clasic pentru exprimarea acordului în unele culturi (degetul mare și arătătorul unite într-un cerc) semnifică: nulitatea în Franța, bani în Japonia și o anumită vulgaritate în America de Sud. Un alt exemplu, pentru unele țările arabe, expunerea tălpii piciorului spre interlocutor este considerată drept o insultă, așadar poziția picior peste picior este de neacceptat pe timpul negocierilor. Iar exemplele pot continua.

Stilul de comunicare

Din păcate, foarte multe țări au adoptat stilul american de comunicare scrisă în afaceri, în parte datorită utilizării răspândite a cărților și textelor americane în multe dintre universitățile și bibliotecile din întreaga lume și, de asemenea, datorită utilizării pe scară largă a practicilor de afaceri americane. Lipsa alineatelor la începutul rândului, utilizarea stilului american de scriere a datei (luna/zi/an), utilizarea celor "doua puncte" la sfârșitul formulei de adresare (Stimate Doamnă...:), stilul informal și uneori prea - personal utilizat în majoritatea comunicărilor. Cu toate acestea, fiecare țară își păstrează încă anumite caracteristici legate de stilul și de tonul de comunicare, iar acest lucru trebuie apreciat și respectat pentru că aparțin culturii lor.

2. Problemele comunicării Interculturale

Principalele probleme ale comunicării interculturale în mediul internațional au fost identificate ca fiind : Stereotipurile, Prejudecățile și Discriminarea.

Stereotipurile

Walter Lippmann a introdus termenul de stereotip în 1922 pentru a se referi la un proces de selecție care este folosit pentru a organiza și a simplifica percepțiile altora. Stereotipurile sunt o formă de generalizare despre unele grupuri de persoane pentru toți oamenii care aderă la această categorie. Exemple de stereotipuri:

- Femeile sunt emotive
- Politicienii sunt necinstiți
- Negrii sunt buni dansatori
- Latini sunt leneși

Prejudecățile

Prejudecățile se referă la atitudinile negative față de alte persoane și sunt bazate pe stereotipuri greșite și inflexibile. Prejudecățile includ sentimentele iraționale de antipatie și chiar ura pentru anumite grupuri de oameni, care nu se bazează pe experiențele directe și cunoștințe de prima mână.

Discriminarea

Întrucât prejudecățile se referă la o atitudine sau la o reprezentare mentală a oamenilor, termenul discriminare, se referă la aspectul de comportament, ce determina limitarea unor drepturi pentru anumite categorii de persoane și aduce prejudicii în acțiune.

3. Rezolvarea problemelor Interculturale

Rezolvarea problemelor interculturale implică cinci etape:

- Etapa întâi - analiza propriilor percepții

- Etapa a doua - căutarea evidențelor
- Etapa a treia - observarea reacțiilor
- Etapa a patra - percepțiile altora
- Etapa a cincea - schimbarea

Etapa întâi - analiza propriilor percepții

Sentimentul de insatisfacție este incontestabil incomod pentru fiecare persoană afectată de către acesta și, prin urmare, ar trebui să fie evitat. În plus acesta împiedică găsirea de soluții bune și adecvate la problemele noastre. De aceea este atât de important să se analizeze acest sentiment.

De exemplu, în cazul discuției dintre cei doi militari și intervenția civilului șef de birou, folosirea unui ton mai "dulce", mai civilizată și depășirea propriilor insatisfacții create de impasul discuției ar fi dus la o economie considerabilă de timp.

Sentimentele sunt reale și perceperea lor este primul pas spre schimbare chiar și atunci când par iraționale.

Etapa a doua - cautarea evidențelor

Un al doilea pas, este întrebarea de unde provin aceste sentimente, au ei de-a face cu o situație de moment sau, sunt sentimente mai vechi, care sunt relansate de situația actuală. Căutarea acestor dovezi, aproape întotdeauna, ne aduce în contact cu răni sau temeri mai vechi, unele chiar din copilărie.

Etapa a treia - observarea reacțiilor

Este important aici a privi atent. Este dificil pentru noi toți pentru a face față dacă ne vedem pe noi înșine ca inferiori, ceea ce induce aproape automat tendința de a da vina pe alții pentru exact acest sentiment. Nu mă simt respins, dar tu mă respingi. Și pentru că mă respingi, cred că ești prost și, prin urmare, și eu te resping pe tine. Această respingere va fi resimțită de către celălalt și, dacă el nu este nici un sfânt, nici un terapeut, el va reacționa cu respingere, de asemenea.

Asta înseamnă că, chiar și atunci când un sentiment de inferioritate este doar subiectiv simțit, de exemplu, și nu este real, pentru alții, realitățile create din acest sentiment vor fi autoinduse. La sfârșitul acestui proces, toți cei implicați au un motiv să se simtă respinși. Și astfel, ceva care are loc, este ca o "Profeție" de sine? Prin modul meu de comportament pot crea fapte.

Această spirală a sentimentelor care creează fapte, de asemenea, funcții analog cu sentimente pozitive. Dacă aș trezi un sentiment de a fi recunoscut în altul, comportamentul său va fi pozitiv consolidat.

Astfel apar două situații: pe de o parte există pericolul de a cădea, deoarece noi cădem noi victime, victime de non-recunoaștere și de a deveni pasiv sau deprimat. Pe de altă parte există pericolul de a deveni infractori, de a deveni agresiv față de ceilalți, din rândul cărora vom face victime. Aceste roluri se pot schimba frecvent: de la victimă la agresor, atunci când victima, care se simte devalorizată, proiectează acest lucru și, prin proiecție devine infractor. Aceste procese distructive, care pot fi astfel eliberate sunt descrise de Rick Ross, în lucrarea sa "Scara de interferență".

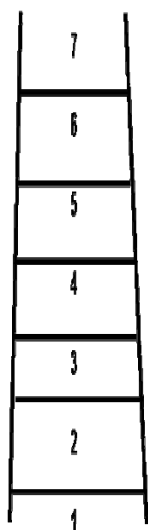
Un exemplu: într-o misiune de menținerea păcii o femeie ofițer, dintr-o țară europeană la prima sa misiune, pe timpul procesului de inițiere în misiune, la

prima sa întâlnire cu un alt observator militar, bărbat, dintr-o țară asiatică, a remarcat de la început atitudinea rezervată a acestuia. Imediat s-a produs următorul lanț de reacții mentale: „Aha, pune la îndoială competența mea. Probabil crede că o femeie nu poate să rezolve sarcinile unui observator militar. Cu fața antipatică pe care o are mă privește foarte suspicios. Macho stupid! O sa-i arăt eu cine sunt și ce pot!”

Concepția de adversitate a fost stabilită, ca o scară de concluzii care arată aproximativ astfel:

1. date și experiențe observabile;
2. selecție de date de la observațiile mele: expresie rezervate + întrebare critică;
3. semnificații personale și culturale se adaugă: participantul nu crede că eu sunt competentă și mă respinge;
4. am adaugat dezvoltarea unor ipoteze pornind de la presupunerea: el vrea să mă termine;
5. concluzie: pentru că eu sunt o femeie;
6. condamnările dezvoltate: este misogin și machos;
7. comportament bazat pe convingerea: “Voi folosi fiecare ocazie pentru a sta la distanță de el”.

Din afară doar prima și ultima treaptă sunt observabile, celelalte fiind ascunse, disimulate. Pentru toți cei care parcurg aceste trepte, procesul nu este conștient de obicei și este necesar un oarecare antrenament prealabil pentru ca această scară a reflectărilor să devină conștientă. Dacă această conștientizare nu se produce, chiar și după câțiva ani, când nu-ți mai aduci aminte obiectiv datele, convingerile și concluziile proprii rămân fixate în creiereul nostru și vom vedea lumea deformată prin propria prismă a percepțiilor.



Cum putem deveni conștienți de ceea ce se întâmplă?

- Prin intermediul reflecțiilor care să ne clarifice ce se petrece și ce gândim.
- Prin intermediul feed-back-ului la propriile sentimente.
- Prin analiza propriilor concluzii, direct prin autoreflexie, indirect prin cautarea unor interpretari alternative.

Etapa a patra - percepțiile altora

După ce mecanisme proprii au fost recunoscute, este la fel de important să se gândească în sine de altă parte. Pentru a face acest lucru, poate fi util să lucrăm cu cadrul de referință. Cum văd ceilalți lumea și modul în care sunt explicate reacțiile lor?

Etapa a cincea-schimbarea

Cu privire la urmarea pașilor anteriori, pasul decisiv următor este să ne întrebăm cum o pot face eu în mod diferit.

O cerință importantă pentru a schimba ceva, este de a controla propria noastră percepție, prin a deveni conștienți de propria noastră subiectivitate și de colectarea obiectivă sau folosind mai multe informații, de exemplu, prin chestionarea altora sau prin dovezi tehnice, casetofon sau un film de exemplu. Ideea poate fi de ajutor prin faptul că noi toți suntem similari cu un orb care

dorește să descrie un elefant, dar care nu știe cum arată elefantul în realitate. Unul va spune că elefantul este ca un furtun de grădină, un altul că un elefant este ca o coloană, cel de-al treilea, că este ca un covor disonant, și așa mai departe. Cu cât mai multe experiențe individuale putem pune împreună, cu atât putem ajunge mai aproape de adevărata imagine a unui elefant.

Important este că suntem conștienți de orbirea noastră, pentru că atunci putem cere și picta o imagine. Iată o situație dificilă, cel care a lansat sentimente negative, trebuie să analizeze:

- a. ce am gândit și am simțit?
- b. ce am spus ?
- c. și există vreo diferență între ceea ce am spus și ceea ce am gândit și simțit cu adevărat?!

4. Posibile bariere în comunicarea internațională

În mod normal, barierele comunicaționale apar atunci când indivizii înțeleg greșit sensul intenționat într-un mesaj transmis de cineva provenind dintr-o altă cultură. Scopul studierii comunicării interculturale este de a reduce acele diferențe care pot cauza neînțelegeri și, întrucât mesajele sunt construite de indivizi, folosind cuvinte, un prim pas l-ar constitui identificarea factorilor care conduc la apariția neînțelegerilor amintite mai devreme.

Deși nu există o listă completă a acestor factori, pot fi totuși sugerate următoarele domenii care influențează acuratețea comunicării internaționale:

- *neînțelegerile datorate limbii utilizate* - incapacitatea de a interpreta cu acuratețe mesajul. Aceasta este considerată ca fiind una dintre barierele principale într-o comunicare defectuoasă. Erorile de traducere, vocabularul, punctuația, pronunția plus incapacitatea de a comunica în limba respectivă adâncesc diferențele interculturale.

- *șocul cultural* - incapacitatea de a înțelege sau accepta oamenii cu seturi diferite de valori, standarde și stiluri de viață diferite de cele ale noastre. Acesta este la fel de important ca și primul factor, mai mult, acesta acționând chiar în interiorul aceleiași culturi. Este vorba despre lipsa de recunoaștere a ceea ce alți indivizi consideră ca fiind important pentru ei.

- *capacitatea redusă de ascultare* - lipsa de concentrare necesară ascultării critice. Rezultatul îl reprezintă neînțelegerea mesajului sau mesajelor recepționate. Oamenii care vorbesc limba engleză ca limbă străină au tendința de cele mai multe ori de a ignora cuvintele pe care nu le înțeleg în cazul în care ascultă pe cineva care vorbește în limba engleză. Ar mai putea fi amintită și influența pe care o are accentul în cazul utilizării unei limbi străine.

- *etnocentrismul* - credința că propria cultură este superioară celorlalte. Această barieră apare atunci când comunicarea orală sau scrisă conduce către o atitudine de superioritate. De obicei, oamenilor nu le place să fie umiliți sau să simtă ca ideile lor sunt interesante, dar gresite.

- *insensibilitatea* - lipsa de interes față de nevoile și sentimentele celorlalți. Pentru mulți dintre receptori, emițătorii apar ca insensibili atunci

când comunicarea este abruptă și exprimă o atitudine agresivă sau egoistă a emițătorului.

- *lipsa de deschidere sau sinceritate* - sentimentul existent atunci când climatul este prea formal iar oamenii nu se simt liberi să își exprime deschis opiniile. Acest tip de comunicare determină apariția neîncrederii, oamenii putând să creadă chiar că informația le este ascunsă. Pentru evitarea sau depășirea acestei bariere este necesară crearea unui sentiment de acceptare reciprocă prin asigurarea unui mediu relaxat pentru schimburi interculturale. În cazul deplasării într-o misiune în străinătate, ar fi bine, să aveți următoarele informații de bază despre țara respectivă:

- învățați câteva expresii în limba țării în care vă deplasați, cum ar fi: "bună ziua", "bună seara", "mulțumesc", "mă scuzați", "mi-a făcut plăcere să vă cunosc";

- familiarizați-vă cu îmbrăcămintea acceptată în țara respectivă;

- familiarizați-vă cu tabuurile religioase importante existente în țara în care veți călători;

- interesați-vă despre situația politică a țării, despre numele șefului statului, partidului politic aflat la putere;

- învățați cum să faceți cunoștință în mod corect, adică să strângeți mâna și să vă spuneți numele, să îi oferiți imediat cartea de vizită, sau utilizați o altă formă de protocol care poate exista în acea țară;

- aflați protocolul cadourilor, când și cui se pot oferi cadouri.

Pe scurt, orice persoană care comunică într-un mediu intercultural sau intră în contact cu persoane aparținând altor culturi, trebuie să abandoneze prezențiile făcute în țara din care provine și să își dezvolte un plan de cunoaștere a potențialilor actori care pot influența oficial sau neoficial procesele decizionale. Totodată ar trebui să fie atentă la totalitatea elementelor de mediu și, astfel să utilizeze un mix de tehnici comunicaționale pentru a se face corect înțeleasă de către receptori. Numai așa se poate dezvolta o strategie realistă de desfășurare a întâlnirilor, de stabilire a acordurilor și, în final, de atingere a obiectivelor.

Concluzii

Caracteristicile culturale sunt diferențele invizibile care caracterizează culturile. Credințele, normele și valorile sunt componentele caracteristicilor culturale.

Credințele sunt idei pe care oamenii și le asumă ca fiind adevăruri despre lume (pământul este plat, pământul este rotund etc.)

Valorile sunt caracteristici dorite ale culturii. Normele sunt așteptări sociale comune ale comportamentelor, ale conduitei. Caracteristicile culturale sunt comune unui grup de oameni.

Bibliografie

- [1] Myron W. Lustig, Jolene Koester, "*Intercultural Competence*", Longman, NY, 1999, p. 30
- [2] B. Taylor, "*The Science of Culture*", Culture and Consciousness: Perspectives in Social Sciences, ed. Gloria B. Levitas (New York: George Braziller, 1967), p 47
- [3] Harry C. Triandis, "*The Analysis of Subjective Culture*", (New York: Wiley, 1972)
- [4] Donal Carbaugh, "*Intercultural Communication*", Cultural Communication and Contact, ed. (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1990), p151-175
- [5] Lustig, Myron & Koester, Jolene: "*Intercultural Competence*", Longman, NY, 1999
- [6] Harris, Philip & Moran, Robert: "*Managing Cultural Differences*", Gulf Publishing Company, Houston, 1996
- [7] Seelye, Ned: "*Experimental Activities for Intercultural Learning*", Intercultural Press, Yarmouth, Maine 1996
- [8] Hall, Edward and Miltred: "*Understanding Cultural Differences*", Garden City NY, Anchor Press 1996
- [9] Ross, Richard: Scara Interfenence în: Senge, Peter M.: Fieldbook fifth Disziplin, 1982