



Universidad
de Alcalá

**INFLUENCIA DE DIFERENCIAS CULTURALES ENTRE LA POBLACIÓN
INMIGRANTE DE ORIGEN RUSO Y LA POBLACIÓN AUTOCTONA
ESPAÑOLA EN EL MARCO DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL**

**ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ
ИММИГРАНТАМИ РУССКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ И МЕСТНЫМ
НАСЕЛЕНИЕМ ИСПАНИИ В РАМКАХ МЕЖКУЛЬТУРНОГО
ОБЩЕНИЯ**

**Máster Universitario en Comunicación Intercultural,
Interpretación y Traducción en los Servicios Públicos**

Presentado por:

D^a NATALIYA GOROBINSKAYA

Dirigido por:

D^a NATALIA ABRAMIAN

Alcalá de Henares, a 2 de Septiembre de 2013

RESUMEN.....	4
1. INTRODUCCIÓN	6
1. 1. El encaje actual de la presente investigación	7
1. 2. La población rusa en España.....	9
1. 3. Objetivos y la hipótesis del trabajo	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2. 1. Aculturación y su papel en el proceso de integración de población extranjera.....	10
2. 1. 1. El concepto de aculturación	11
2. 1. 2. Las formas de aculturación.....	12
2. 1. 3. Aculturación como proceso de comunicación.....	15
2. 1. 4. El concepto de fracaso y éxito en comunicación intercultural	17
2.1.5. Proceso de comunicación intercultural.....	20
2. 2. “Concepto del mundo” nacional en comunicación intercultural.....	20
2. 2. 1. Cultura y comunicación	20
2. 2. 2. La conciencia lingüística	21
2. 2. 3. Concepto del mundo lingüístico.....	23
2. 2. 4. Antecedentes culturales	26
3. MUESTRA DE DATOS Y MÉTODO	31
3. 1. Datos secundarios cuantitativos	31
3. 2. Datos primarios	32
3. 3. Método y las etapas de investigación.....	32
3. 4. Limitaciones.....	33
4. ANÁLISIS/ RESULTADOS.....	34
4. 1. Comparación de parámetros etnométricos de pueblos ruso y español	34
4. 1. 1. La tipología de culturas según E. Hall aplicada a Rusia y España.....	34
4.1.2. La comparación de las dimensiones etnométricas según la teoría de G. Hofstede	37
4. 1. 3. European Survey de Valores	45
4. 2. Identificadas diferencias de antecedentes culturales entre españoles y rusos, que causan fracasos de comunicación intercultural	53
4. 2. 1. Distintas percepciones de solicitudes directas dependiendo de la cultura.....	54
4. 2. 2. Corrupción.....	57
4. 2. 3. Comunicación fática.....	58
4.3. Observaciones sobre la cultura Española	60
5. CONCLUSIÓN	65

5.1. “Zonas de peligro” para la comunicación intercultural entre los españoles y rusos y recomendaciones para materiales educativos.....	67
ANEXO 1.....	70
ANEXO 2.....	71
ANEXO 3.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	73

RESUMEN

La respuesta más típica de un español sobre la impresión de los rusos es “son secos”. Vaya descripción más equivocada nos parece a nosotros, a los rusos, ya que estamos convencidos que no hay pueblo más hospital, más sincero y con la corazón más grande. En realidad estamos hablando sobre estereotipos en ambos casos, la única diferencia es el estereotipo de los españoles ha sido formado bajo la influencia de factores distintos en comparación con los factores que han influido el propio estereotipo ruso sobre los rusos.

El presente trabajo pretende dar la respuesta a las obvias preguntas “¿Cuáles son los factores?” y “¿Quién tiene razón?”. En otras palabras el autor plantea analizar en que constituye el proceso de comunicación intercultural, que retos añade el factor intercultural a la tarea de comunicación, que factores e conceptos forman el proceso de entendimiento intercultural y como se puede prevenir los casos de fracasos comunicativos.

El tema de comunicación intercultural en el presente trabajo está desarrollado con el enfoque cultural específico, en concreto con el enfoque en el proceso de comunicación intercultural entre el pueblo autóctono español y los inmigrantes del origen ruso. Este tema se hace más actual con el flujo creciente de inmigrantes del origen ruso o de habla rusa en España, incluyendo los inmigrantes laborales, de reagrupación e ilegales.

Al final del trabajo el autor propone una serie de hallazgos, que pueden ser utilizados en materiales educativos e informativos, dirigidos a los inmigrantes del origen ruso con el fin de facilitar su proceso de integración en la sociedad Española. Las recomendaciones pueden formar una parte integral del guía “Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural” compuesta por la Cruz Roja Español en 2009 o de otra guía que cumple parecidos objetivos.

Para identificar los factores que influyen el proceso de comunicación entre dos culturas fueron utilizados las metodologías de G. Hofstede y E. Hall, los datos del European Survey para Rusia y España manipulados por los científicos Magun V. y Rudnev M., los datos primarios recogidos mediante las encuestas y entrevistas y otros fuentes secundarios.

Bibliografía: Шеина, И.М. 2008. "Знаки культуры как фактор формирования межкультурной коммуникативной компетенции", Вестник рязанского государственного университета им. С.А. Есенина, Рязань (1).

Palabras claves: Comunicación, Interculturalidad, Aspectos culturales y mediación fracaso de comunicación, antecedentes culturales, Comunicación intercultural, Lingüística, Inmigración, sensibilización intercultural, Diccionarios y guías, Fracaso de comunicación.

РЕЗЮМЕ:

Спросив у среднестатистического испанца, что он думает о русских, скорее всего, в ответ прозвучит «они какие-то сухие». Надо же, подумаете вы, как же они заблуждаются, ведь не свете нет народа более радушного, искреннего и доброго. На самом деле, в обоих случаях речь идет о стереотипах, с единственной разницей, что стереотип испанцев был сформирован в иных условиях, отличных от тех, при которых сложился стереотип русских о них же самих.

В ходе настоящей работе автор дает ответ на очевидные вопросы «Какие же эти факторы?» и «Кто же прав?». Иначе говоря в работе анализируется процесс межкультурного общения, поднимаются вопросы о сложностях, которые привносит «межкультурный» фактор, о понятиях и факторах, обуславливающих понимание между собеседниками, принадлежащими к разным культурам и о том, как можно предотвратить коммуникативные неудачи в рамках межкультурного общения.

Затрагиваемая тема межкультурного общения рассматривается с точки зрения специфического взаимодействия двух культур: испанской и русской в рамках иммиграции в Испанию. Актуальность данной темы растет в связи с постоянным и возрастающим притоком трудовых иммигрантов, студентов, иммигрантов по воссоединению семьи и нелегальных иммигрантов из России и русскоговорящих стран бывшего Советского Союза.

В заключительной части автор приводит рекомендации, полученные в ходе анализа, которые могут быть использованы в обучающих или информационных материалах, предназначенных для русскоговорящих иммигрантов, в целях облегчения процесса культурной интеграции в Испании. Помимо того данные рекомендации могут быть включены в справочник “*Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural*”, созданный испанским отделением Красного креста или в подобное издание.

При анализе факторов, влияющих на процесс межкультурной коммуникации использовались методологии Г. Хофстеде и Э. Холла, данные European Survey для России и Испании, обработанные учеными Магуном В. и Рудневы М., первичные данные, полученные в ходе проведенного опроса, интервью и другие вторичные источники.

Библиографическая ссылка: Шеина, И.М. 2008. "Знаки культуры как фактор формирования межкультурной коммуникативной компетенции", Вестник рязанского государственного университета им. С.А. Есенина, Рязань (1).

Ключевые слова: Коммуникация, межкультурная коммуникация, коммуникативные неудачи, фоновые знания, лингвистика, иммиграция, культурная толерантность, межкультурные различия.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enfoca en el estudio de procesos de comunicación intercultural en el marco de interacción y comunicación entre el pueblo autóctono español y los inmigrantes de origen ruso o de habla rusa. El tema se hace más actual con el aumento significativo de la población de origen ruso en España y con la nueva realidad sociológica. La sociedad española está experimentando unos cambios de compuesto étnico, especialmente en ciertas zonas del país, y al tener la preparación adecuada por dichos cambios, se puede esperar resultados positivos y beneficiosos para todos los partes involucrados.

El propósito del presente trabajo es mostrar la importancia de las actividades educativas dirigidas a los inmigrantes y centrados no solamente en el conocimiento de la lengua local, sino en los aspectos culturales, patrones de comunicación, tradiciones y costumbres, en el desarrollo de capacidades del discurso e modelos de interacción más apropiados para la sociedad española local. El trabajo pretende mostrar que para una experiencia de integración social positiva y exitosa para los inmigrantes, igual que para la sociedad receptora, no basta con la competencia lingüística, porque dado que la cultura española es una cultura de contexto alto (teoría E. Hall) el conocimiento lingüístico es solo uno de los elementos que facilitan una comunicación eficaz entre los españoles y los extranjeros, en este caso los inmigrantes de origen ruso, que carecen de los conocimientos de antecedentes culturales se enfrentará con una cantidad de casos de fracaso de comunicación más elevada.

En el curso de desarrollo de presente trabajo se estudia el concepto de aculturación y el concepto de comunicación intercultural, como una de las facetas de integración social en una sociedad extranjera. El trabajo revela el conjunto de elementos y conceptos que determinan el éxito o fracaso del proceso de aculturación e inserción en la sociedad como, conciencia lingüística, concepto del mundo lingüístico, antecedentes culturales y el concepto de éxito del proceso de comunicación intercultural.

Al definir el papel y mecanismo de aculturación, el trabajo examina y aplica las teorías etnométricas de G. Hofsted y E. Hall para conseguir una comparación intercultural al nivel general y proceda con la comparación de valores al nivel personal generalizados para las dos culturas en cuestión presentadas en la investigación del equipo sociológico de la Escuela psicolingüística de Moscú. A continuación se analizan patrones de comunicación del pueblo de origen ruso mediante los datos de la investigación de Obgiermann, los fuentes periodísticos y los datos primarios.

En conclusión el trabajo presenta una lista de recomendaciones para materiales de carácter informativo y educativo, dirigidas a los inmigrantes de origen ruso. El autor del trabajo apoya la causa de la Cruz Roja, que ha desarrollado una guía de sensibilización intercultural, donde recomienda la metodología y una serie de actividades con el fin de aumentar la tolerancia étnica y conciencia de las diferencias culturales entre los españoles

y los extranjeros, especialmente dirigidas a las personas que trabajan o suelen interactuar con los pueblos de origen extranjero. También menciona la importancia de la percepción de parte de los inmigrantes, y es donde el presente trabajo pretende hacer su contribución. El proceso de comunicación intercultural abarca dos partes, en el caso de la inmigración son el pueblo autóctono y extranjero, y los dos deben estar preparados adecuadamente para conseguir una comunicación eficaz y prolífica para ambos.

1. 1. El encaje actual de la presente investigación

España se enfrenta con la situación de un flujo de inmigración creciente y cada vez más se reconoce la necesidad de desarrollo de mecanismos de interacción positivas entre el pueblo autóctono español y los extranjeros. Con el fin de facilitar la integración social de personas, que vienen de otros países, la Oficina Central y el conjunto de Oficinas Territoriales del Plan de Empleo de Cruz Roja Española, contando con la experiencia y conocimientos acumulados, empezó un proyecto que tiene como punto de partida un mensaje clave para el futuro de la sociedad Española: “favorecer la igualdad de oportunidades y avanzar en la lucha contra la discriminación por razón de origen”(Guía 2009). Este proyecto forma parte del Programa de Actividades del Año Europeo de Igualdad de Oportunidades para todas las personas y se presenta en el formato de una guía metodológico llamado “Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural” (se refiere como “Guía” a continuación). La Guía propone un marco para desarrollo de actividades ofrecidas por entidades públicas, sociales y privadas, enfocadas en facilitación de la interacción positiva entre el pueblo extranjero y el pueblo autóctono, lo cual incluye fomento de tolerancia cultural mutua y entendimiento de las particularidades de cada uno.

El artículo de presentación de la Guía dice:

Muchas de las barreras que condicionan la igualdad de trato y la plena participación de las personas que sufren discriminación en todos los ámbitos sociales, y que, por lo tanto, suponen un freno para la integración, derivan de la existencia de estereotipos, prejuicios y estigmatizaciones. Por ello el labor permanente de sensibilización es uno de los elementos imprescindibles de las políticas públicas, iniciativas sociales, privadas... Para alcanzar este objetivo es imprescindible contar con herramientas para trabajar la sensibilización, entendida como un proceso de transformación social.

[...]El planteamiento de las iniciativas de sensibilización no puede ser independiente del enfoque global con el que se aborda la integración social de las personas inmigrantes. ”

Los autores de la Guía destacan la necesidad de procesos y actuaciones que podrían reducir los obstáculos para la incorporación social y laboral de los inmigrantes, incluso, casos de discriminación directamente. Se subraya la importancia de participación no solo de la sociedad Española, sino de los propios grupos de inmigrantes, que para la integración y aceptación exitosa necesitan conocer la cultura autóctona, incorporar y respetar las particularidades de la cultura Española.

Estas actuaciones y procesos han de integrar un amplio abanico de medidas (legislativas, educativas, sociales, sanitarias...) y contar la participación de múltiples actores: los diferentes niveles de la administración, los agentes sociales, organizaciones sociales, colectivos de personas inmigrantes... Resultan de especial interés aquellas iniciativas enfocadas a generar, tanto en la sociedad receptora en general como en los diferentes colectivos que la integran, actitudes, posturas y comportamientos acordes con una plena inserción social y laboral de las personas inmigrantes. ”(Guía 2009: 9).

Los autores de la Guía señalan que el trabajo de reducción de manifestaciones discriminatorias supone actividades, dedicadas a reducir las barreras que pueden frenar la integración de la persona. Se entiende que las dichas barreras existen en las percepciones del pueblo autóctono receptor de la misma forma que en las percepciones de las personas extranjeras.

El Guía contiene pistas metodológicas para la sensibilización intercultural, y propone un plan de actuación, los objetivos, nombra los públicos objetivos potenciales y tiene como el enfoque las actividades que pueden facilitar el cambio de actitud del pueblo español, sobre todo de los que tienen el contacto inmediato con los inmigrantes como trabajadores de los servicios sociales, políticos, empleadores, etc.

En primer lugar la Guía contiene recomendaciones para “Analizar el discurso social” lo cual entre otros aspectos incluye análisis de “La percepción de las personas inmigradas respecto a la sociedad de acogida y respeto a la organización a la que está representada”. Es un aspecto importante en el proceso de la comunicación intercultural porque de la misma forma que se puede gestionar y guiar la percepción del pueblo autóctono, se puede guiar la percepción y esfuerzos de integración de los propios inmigrantes. El proceso de sensibilización tiene que ser bilateral e involucrar las dos partes del proceso de interacción, el autóctono y extranjero.

Entonces las actuaciones propuestas en la guía podrían beneficiarse de un apartado adicional, dedicado a estrategias para sensibilización de los inmigrantes hacia la cultura autóctona. Se puede enfocar en el desarrollo de guías generales y específicas para cada tipo de origen de los grupos de inmigrantes. Estos guías deben incluir los consejos generales de aculturación y su importancia para los inmigrantes, y además guías específicas con información sobre las diferencias culturales entre un pueblo de origen específico y el pueblo español.

El presente trabajo de investigación está dedicado a

- investigar los antecedentes culturales y sociológicos que pueden ser causas de aparición de barreras comunicativas entre los inmigrantes de habla rusa y la sociedad receptora española,
- identificar en la medida de lo posible los mayores zonas de fracaso o problemas comunicativos y
- proponer estrategias y material educativo destinado a evitar o resolver situaciones que pueden crear obstáculos en el proceso de integración de población de habla rusa en la sociedad Española.

Debido a que el tema de investigación puede ser examinado desde muchos ángulos distintos, este trabajo se enfoca en el aspecto pragmático y se trata de identificar unos ejemplos concretos de malentendido e interpretaciones incorrectas, causados por las diferencias interculturales, con el fin de proponer unos consejos de comportamiento y actitud a los inmigrantes rusos, que pueden aliviar y facilitar el proceso de integración en la sociedad española.

El reto de la presente investigación está en que las diferencias culturales a menudo no son obvias a ninguna de las dos partes involucradas en el proceso de interacción, porque las actuaciones de personas suelen ser automáticas y las interpretaciones de las acciones del otro suelen suceder en subconsciencia, resultando en un simple “buen sentimiento” o “mal sentimiento”. Para llegar a la conclusión de que un sentimiento “malo” se debe a la interpretación incorrecta de acciones de otra persona, que viene de distinta cultura, es necesario tener una experiencia personal extensiva en interacción con personas de distintas culturas en general tal como de la cultura en cuestión particular y disponer de conocimientos de los antecedentes culturales de esta. Al contrario el “mal” sentimiento se quedara como es y resultara en la aparición de obstáculos comunicativos y de integración.

1. 2. La población rusa en España

España está experimentando un crecimiento continuo de inmigración debido a los cambios políticos y económicos en la Unión Europea y los países culturalmente o territorialmente cercanos. Después de la disolución de la Unión Soviética, España ha experimentado un flujo creciente de inmigrantes legales e ilegales de los países de la ex Unión Soviética incluyendo Rusia, Ucrania, Rumania, Bulgaria, etc. Durante muchos años los inmigrantes de estos países intentaban conseguir entrar en España y se quedaban ilegalmente debido a las situaciones económicamente desfavorables en sus países nativos.

Durante los últimos años la situación económica en los países de ex Unión Soviética ha mejorado, y aunque el flujo de los inmigrantes ilegales de estos países no se había reducido, ahora España también está recibiendo inmigrantes legales de estos países que vienen a trabajar en empresas multinacionales o como emprendedores por su propia cuenta. Si antes, los inmigrantes venían a la búsqueda de oportunidades laborales y la mejora de los condiciones de vida, ahora ha llegado la época que la población de origen

rusa también presenta un segmento importante de consumidores y trabajadores, lo cual aumenta la presencia del pueblo de habla rusa y la importancia su integración e interacción exitosa con el pueblo autóctono Español, sobre todo en el aspecto social.

1. 3. Objetivos y la hipótesis del trabajo

El presente trabajo conlleva dos objetivos principales. El primer objetivo de presente trabajo es realizar una comparación intercultural, analizando las culturas rusa y española, con el enfoque en la comparación de patrones y comportamientos comunicativos característicos para cada una de las dos culturas.

Luego se plantea identificar y analizar los problemas de comunicación intercultural, si aquellos existen, entre el pueblo autóctono español y los inmigrantes de origen ruso. En caso de que las problemas estén identificados, se trata de descubrir sus raíces culturales, y proponer unas recomendaciones para actividades y materiales educativos, dirigidos a los inmigrantes de origen ruso, con el fin de facilitar el desarrollo de conocimientos y capacidades para la integración en la sociedad española más rápida y más exitosa.

La meta de la planteada comparación intercultural es identificar unas “zonas de peligro” determinadas por las diferencias culturales en la comunicación entre el pueblo autóctono español y los inmigrantes de origen ruso.

Hipotesis 1: Las culturas rusa y española aunque parece que tienen muchas similitudes históricos y culturales, también se difieren en unos aspectos culturales fundamentales.

Hipotesis 2: Las diferencias culturales que existen entre los dos pueblos son suficientemente notables como para causar fracasos o malentendidos de comunicación intercultural, lo que presente un obstáculo en integración social para los inmigrantes.

Al final del trabajo, teniendo en cuenta curso del trabajo, se pretende desarrollar una serie de recomendaciones de carácter educativo e informativo para el los inmigrantes o visitantes de origen ruso.

2. MARCO TEÓRICO

2. 1. Aculturación y su papel en el proceso de integración de población extranjera

Lo importante es proporcionar los medios de aculturación, es decir la inserción eficaz en la vida social y laboral de la población inmigrante en el país de llegada. En primer lugar, los esfuerzos dedicados a facilitar la experiencia de aculturación positiva beneficiarán a la sociedad receptora, porque al tener los inmigrantes bien integrados será capaz de

aprovechar este pueblo como un recurso, evitará conflictos con origen nacional y obtendrá la posibilidad de ejecutar mejor control sobre el proceso de integración de los recién llegados.

Los contactos culturales forman una parte importante de interacción entre pueblos. Durante el proceso de interacción las culturas no solamente complementan una a otra, sino inician relaciones complejas. Estas relaciones les llevan a descubrir las particularidades de su propia identidad nacional y a adaptarse mediante internalización de las mejores cualidades de cada uno. Gracias a la adaptación de elementos culturales poco comunes antes de la aculturación, las personas consiguen desarrollar su capacidad de utilizar nuevas estrategias de comportamiento en su vida cotidiana y profesional.

Hoy en día la necesidad de adaptación cultural experimentan por ejemplo negociantes y científicos que tienen que estar en un país extranjero por motivos de su actividad profesional, también estudiantes que llevan un periodo largo viviendo en un país extranjero y contactando con una cultura extranjera, trabajadores de empresas multinacionales, diplomáticos, y por supuesto inmigrantes y refugiados que fueron vivir en otro país permanentemente y por su propia voluntad y en otros casos obligados por una serie de circunstancias. Los inmigrantes, sobre todo, enfrenten con la necesidad a adaptarse y convertirse en un miembro válido de una sociedad extranjera. Normalmente los inmigrantes voluntarios son mejor preparados para la adaptación cultural y para aceptación preparados de una vida nueva en un entorno desconocido. El resultado del proceso de aculturación, que puede ser un proceso bastante duro, es que la persona de origen extranjero, a cierto extremo, alcanza la compatibilidad con el nuevo ámbito cultural. (Садохин, 2005)

2. 1. 1. El concepto de aculturación

La investigación sobre el concepto y proceso de aculturación fue iniciado por científicos antropólogos y culturologos estadounidenses R. Redfield, R. Linton y M. Jerskovits. Al principio, aculturación fue entendida como el resultado de un contacto largo entre grupos de personas pertenecientes a culturas distintas. Este contacto se manifestaba mediante los cambios de modelos culturales originales en ambos grupos. Se consideraba que estos procesos surgen automáticamente, que las culturas se mezclan y, al final, se alcanza un estado de homogeneidad cultural y étnico. Se entiende que una cultura menos desarrollada se cambiará a un grado más elevado, que una cultura más desarrollada. También se reconocía que el resultado de aculturación dependía de la cantidad relativa de miembros de los grupos étnicos. Este es el concepto teórico en que se inspiró el concepto de América como “crisol de culturas”.

Según el concepto de “crisol de culturas”, las culturas a cuales pertenecen los representantes de distintas naciones que vienen a América se mezclan con la cultura de las personas que ya viven en el país, y se produce una nueva cultura americana homogénea.

Paulatinamente los investigadores han empezado analizar el fenómeno de aculturación no solo aplicándolo en nivel grupal, sino también en nivel de la psicología de individuo. Según el concepto nuevo, el proceso de aculturación se entendía como el proceso de cambios de valores, de modelos de comportamiento, de papeles sociales asumidas y de las orientaciones individuales.

Al día de hoy el término “aculturación” se entiende como un proceso de influencia mutua de distintas culturas, cuando todos o algunos representantes de la cultura extranjera adoptan las normas, valores y tradiciones de la cultura receptora autóctona.

Las investigaciones del tema de aculturación se han aumentado al finales del siglo XX. Este interés científico está relacionado con a un crecimiento exagerado de migración que está experimentando la humanidad en general. Este fenómeno se manifiesta mediante el crecimiento de la cantidad de programas de intercambio de estudiantes, profesionales y aparición de fenómenos de migración masivas. Según algunos datos, hoy por hoy, hay más de 100 millones de personas que residen en países que no son países de su origen. (Садохин, 2005)

2. 1. 2. Las formas de aculturación

En gestión del proceso de aculturación cada persona se enfrenta con la obligación de solucionar dos retos: preservar su identidad cultural e incorporarse en una cultura extranjera. Dependiendo de la combinación de actuaciones y reacciones utilizadas para manejar estos dos retos principales, se forman cuatro estrategias de aculturación: asimilación, separación, marginalización e integración.

- Asimilación sucede si la persona adopta completamente los valores y normas de otra cultura, rechazando a la vez las normas y valores de su cultura original.
- Separación es cuando la persona niega a aceptar la cultura extranjera, manteniendo la identificación con su cultura original. En caso cuando los inmigrantes no tienen contacto con su cultura, la cual es minoritaria, prefieren aislamiento de la cultura dominante a mayor o menor grado.
- Marginalización significa, que por un lado la persona pierda su identidad cultural original, y por otro lado no se identifica con la cultura de la mayoría, o la cultura del país receptor. Esta situación surge debido a falta de posibilidades de mantener su propia identidad nacional (suele ser debido a unas circunstancias exteriores) y ausencia de interés en desarrollo de una identidad, relacionada con la cultura nueva (puede ser debido a discriminación o segregación de parte de la cultura autóctona).

- Integración supone que la persona mantenga la identificación con su cultural original y desarrolla la identificación con la cultura de la mayoría.

Según los datos de numerosas investigaciones, los inmigrantes que vienen a un país extranjero con el fin de residencia permanente, están orientados al proceso de asimilación, lo que no pasa en caso de inmigrantes, que vienen para un periodo determinado. También está señalado que para personas que vienen a estudiar o vienen a causa de razones, relacionados con la situación económica, el proceso de aculturación evoluciona relativamente fácil. Al cambio en caso de personas refugiados, que fueron obligados abandonar su país de origen contra su voluntad, ellos tienen una resistencia psicológica a romper la conexión con sus orígenes y el proceso de asimilación en su caso tarda más y resulta ser más duro.

Hace poco, los científicos consideraban que la mejor estrategia de aculturación es la asimilación completa con la cultura autóctona. Ahora el objetivo de aculturación es la integración en la cultural del país receptor, es decir el desarrollo de la identificación con la cultura local (pero no nativa) y a la vez la preservación de su identidad original, que facilita el desarrollo de una persona bi- o multicultural. Este escenario es posible, cuando ambos grupos étnicos interactúan, eligen esta estrategia voluntariamente, es decir que el grupo que está integrando sea preparada a aceptar las normas y valores de la cultura extranjera, mientras la cultura dominante esté preparada a aceptar estas personas, respetar sus derechos, sus valores y adapta sus organizamos sociales a las necesidades de estos grupos. Si antes la preservación de la identidad étnica del grupo que está integrando fue percibido como un obstáculo en el proceso de aculturación, ahora la preservación de la identidad étnica se ve como un factor positivo, porque facilita el propio proceso de aculturación.

La mayor importancia del cambio de la actitud hacia el proceso aculturación se ve para los inmigrantes refugiados. Al encontrar una percepción positiva en el país receptor hacia su identidad étnica original y entonces una oportunidad de seguir manteniéndola, hará el inmigrante aceptar la necesidad de integrar en la sociedad local con buena voluntad. Normalmente se considera, que los miembros del grupo minoritario son libres en la elección de estrategia de aculturación, pero no siempre es así. El grupo dominante puede limitar sus elecciones u obligar a adoptar ciertas formas de aculturación. Entonces, el grupo minoritario puede acabar eligiendo la estrategia de separación. Y en caso de que la estrategia de separación esta impuesta, es decir se produce debido a unas acciones discriminatorios de parte del grupo dominante, se convierte en la segregación. Si las personas eligen voluntariamente la estrategia de asimilación, significa que estén preparados a aceptar la idea de crisol cultural. Pero si están obligados, el «crisol» se convierte en una «prensa». Muy rara vez que el grupo minoritario elige la marginalización. Muchas veces las personas acaban eligiendo la estrategia de marginalización en consecuencia de intentar combinar la asimilación impuesta y segregación.

La integración solo puede ser voluntaria de ambas partes, de parte de inmigrantes y de parte del pueblo mayoritario, porque en su esencia es la adaptación mutua de estos grupos, reconocimiento mutuo de los derechos de cada uno de los grupos y sobre todo el derecho de convivir como pueblos con las identidades culturales distintas.

Se considera que el proceso de aculturación exitoso en aspecto psicológico está asociado con la identidad étnica positiva y la tolerancia étnica. Las estrategias de aculturación se puede caracterizar con dos parámetros principales: la identidad étnica y tolerancia. En la Tabla 2.1.2A están comparados las estrategias de aculturación según estos dos parámetros.

Tabla 2.1.2A: Comparación de las estrategias de aculturación.		
Integración	Identidad étnica positiva	Tolerancia étnica
Asimilación	Identidad étnica negativa	Tolerancia étnica
Separación	Identidad étnica positiva	Intolerancia étnica
Marginalización	Identidad étnica negativa	Intolerancia étnica

A la integración le corresponde identidad étnica positiva y tolerancia étnica, a la asimilación le corresponde identidad étnica negativa y tolerancia étnica, a la separación – identidad étnica positiva e intolerancia étnica, a la marginalización – identidad étnica negativa e intolerancia étnica.

El resultado y el objetivo de aculturación más importante es la adaptación a largo plazo al modo de vida en un país extranjero. Se caracteriza por unos cambios relativamente estables en la conciencia individual o grupal como la reacción a demandas del entorno. La adaptación normalmente se evalúa en dos campos – psicológico y sociocultural. La adaptación psicológica es el alcance de satisfacción psicológica dentro del marco de la nueva cultura. Se manifiesta en el bienestar de la persona, la salud psicológica y en un sentimiento claro sobre su propia identidad cultural. La adaptación sociocultural se manifiesta en la capacidad de orientarse libremente en la cultura nueva y en la sociedad, de solucionar problemas cotidianas y familiares o relacionados al trabajo, la escuela u otras situaciones similares. El proceso de adaptación puede llevar a la consistencia mutua de la persona y el entorno y puede expresarse no solo en la adaptación, sino en la resistencia, en los intentos de cambiar su entorno o a sí mismo. El espectro de los resultados de adaptación es muy amplio y puede variar de un éxito redondo y una vida nueva a un fracaso completo. Los resultados de adaptación dependerán de factores psicológicos tal como de los socioculturales.

2. 1. 3. Aculturación como proceso de comunicación

El fundamento de aculturación se forma por comunicación. Igual que u manera que los residentes autóctonos adquieren sus capacidades culturales, es decir, pasan por el proceso de inculturación, mediante la interacción con los miembros de su sociedad desde el nacimiento, de la misma forma los extranjeros conocen las condiciones culturales y desarrollan las nuevas habilidades a través de la comunicación. Por eso el proceso de aculturación se puede considerar como adquisición de nuevas capacidades comunicativas dentro de la nueva cultura. La gente aprenden los modos de comportamiento necesarios y aceptadas, a través de una experiencia de comunicación duradera y activa.

La comunicación es la interacción de la persona con las condiciones del entorno. Este proceso está compuesto por dos subprocesos importantes – individual y social. Todos tipos de comunicación, incluso personal, tiene tres aspectos interrelacionados – cognitivo, afectivo y conductista. Esto tiene que ver con que durante el proceso de comunicación sucede la transformación de la información y significado de las actuaciones, dirigidas a objetos y personas en el alrededor. Entonces, la persona utiliza esta información para adaptarse a su entorno. A su vez, en el proceso de adaptación los cambios más fundamentales suceden sobre todo en la estructura de conocimientos, es decir se transforma el concepto del mundo de la persona, el concepto actúa como como un filtro para la información recibida de su entorno.

La noción de conceptos del mundo nacionales estará expuesta más concretamente en los capítulos siguientes. Por ahora, es importante señalar, que las diferencias en conceptos del mundo, en las maneras de categorizar e interpretar la experiencia son las diferencias básicas entre las culturas. Es posible llegar a entender el sistema de organización de otra cultura y ajustar métodos de conocimiento de uno a los que utiliza otro pueblo, ampliando la gamma de lo aceptable y de métodos de transformación de la información. Se considera la mentalidad «extranjera» difícil de entender y extraño precisamente debido a falta de conocimiento del sistema de los métodos de conocimiento utilizados en la otra cultura. Pero que más sepa uno sobre la cultura extranjera, que más rápido aumenta su capacidad de aprender en general. También se puede decir, que más desarrollada el sistema de métodos de conocimiento tiene una persona, que más capacidad tendrá para entender una cultura extranjera. (Шейна, 2010)

Para alcanzar que las relaciones con los representantes de una cultura extranjera sean prolíficas, una persona de origen extranjero tiene que entender la cultura local no solo al nivel racional, pero también saber compartir sus emociones con otras personas, es decir percibir la cultura extranjera al nivel afectivo. Esto requiere conocimiento de los patrones de expresiones emocionales y reacciones que se puede permitir, porque cada sociedad tiene sus criterios de sentimentalismo y emoción. Cuando la persona alcanza un nivel de adaptación a la manera afectiva extranjera, se puede permitir compartir humor, alegría, excitación, igual que dolor, insatisfacción, etc.

El factor decisivo en la adaptación de persona a una cultura extranjera es la adquisición de los hábitos de actuación en las situaciones específicas cotidianas. Los hábitos se dividen en técnicos, como conocimiento lingüístico, capacidad de ejecutar tareas cotidianas, etc. y sociales, las menos especificadas y por eso más difíciles de aprender, que técnicas. Incluso los propios representantes de la cultura nativa, que «ejecutan» sus papeles sociales naturalmente, rara vez pueden explicar porque actúan de una manera u otra. Aun así mediante el método de tanteo y errores el comportamiento de la persona se perfecciona y se organiza en unos algoritmos y estereotipos, que empiezan utilizar automáticamente, sin pensar.

Adaptación completa de una persona a una cultura extranjera significa, que la persona ha llegado al etapa cuando los tres aspectos de comunicación (cognitivo, afectivo y conductista) transcurren simultáneamente, del modo coordinado y equilibrado. Durante proceso de adaptación a una nueva cultura se puede experimentar falta de uno o varios de los aspectos, que produce desequilibrio. Por ejemplo una persona puede tener conocimientos amplios sobre la cultura, pero no tener un contacto al nivel afectivo, lo cual puede producir incapacidad de adaptarse a esta cultura.

Comunicación interpersonal está íntimamente vinculada a la comunicación social, que se manifiesta en distintas formas, que pueden variar de un acto de observación en la calle a un acto de contacto social con amigos. La comunicación social se divide en personal (entre varias personas) y masivo (un forma más general del comportamiento social de personas, interacción con su entorno social sin un contacto inmediato con otras personas). Que más experiencia social tenga la persona, que mejor se adapta a una cultura extranjera. Por eso es recomendable crear un círculo amplio de amigos y conocidos entre los representantes de la cultura extranjera, utilizar de modo activo a los medios de información masivos.

El marco del concepto de aculturación permite entender la base del proceso de integración de una persona o grupo extranjero a una sociedad culturalmente distinta. Se puede concluir que el escenario más exitoso para la incorporación de una persona extranjera es el de aculturación a través de integración (vs. asimilación) en la sociedad, lo cual supone que ambas partes estén dispuestos a aceptar la coexistencia con otras identidades culturales y adaptar el actitud del respeto mutuo. Por eso el papel del proyecto del Guía mencionada en la introducción es imprescindible en promoción de tolerancia étnica del pueblo autóctono y del pueblo extranjero. Uno de los elementos más importantes de integración exitoso según (Садохин, 2005) es tolerancia a los valores de personas de otras identidades culturales.

Al autor del presente trabajo le gustaría señalar, basándose en otros investigaciones, experiencia y datos de encuestas para recogidos en el curso del presente trabajo, que el desarrollo de la tolerancia étnica puede ganar inmensamente contando con conocimientos sobre los valores y costumbres de la otra cultura y sobre las diferencias culturales que existen entre las dos. Como está mostrado por varios estudios citados en este trabajo, las diferencias culturales no siempre son obvios porque personas actúan y hacen sus

conclusiones basándose en un concepto del mundo de modo automático o subconsciente y no siempre las diferencias se entienden con claridad y es el razón porque no siempre se aceptan fácilmente. En los siguientes capítulos investigaremos los marcos teóricos que proponen identificar las dimensiones de valores culturales universales, lo cual permite comparar las distintas culturas, utilizando estas categorías de valores. También intentaremos aplicar estas teorías para comparar el pueblo español y ruso. Al identificar las similitudes y diferencias de valores entre los dos pueblos, se propone intentar pronosticar las zonas potenciales de malentendidos y posibles fracasos de comunicación y los síntomas de fracasos debidos a las diferencias interculturales.

2. 1. 4. El concepto de fracaso y éxito en comunicación intercultural

La comunicación verbal utiliza lenguaje o el sistema de símbolos fonéticos como un código. Lenguaje es una forma de comunicación más universal porque utilizando éste método la pérdida del contenido es mínima (Gudkov). El lenguaje tiene dos papeles: fuente de información y medio de influencia al interlocutor. Por eso los elementos del lenguaje como fuerza de expresión, accesibilidad, comprensibilidad, la estructura de la frase, entonación, etc. son muy importantes.

El emisor del mensaje antes de codificar su mensaje la tiene que pensar y luego transmitirlo a través del sistema de símbolos. El receptor del mensaje el sentido del mensaje se entiende al mismo tiempo de su decodificación. El emisor puede entender si el receptor ha comprendido el mensaje correctamente solo después del cambio de los “papeles comunicativas”, es decir, cuando el receptor se convierte en el emisor y reacciona al mensaje recibido. El éxito del proceso de comunicación se determina a través de la orientación temática y su carácter bilateral. El lenguaje no solamente facilita el flujo de la información, sino ejerce la influencia entre los interlocutores con los fines de conseguir un cambio del comportamiento u opinión. Para conseguir el efecto deseado el receptor tiene que entender que información está siendo transmitida y que reacción se espera de él.

Entonces el emisor del mensaje debe contar con los conocimientos originales del receptor, los cuales aseguran el entendimiento del mensaje adecuado. El orador tiene que contar con el nivel intelectual de oyente, sus conocimientos culturales y las maneras típicas de expresión.

No obstante, pesar de que el interlocutor intenta contar con todos los factores, cabe la posibilidad de falta de entendimientos, malentendidos, especialmente en la situación de la comunicación intercultural. Al final el oyente realiza un trabajo enorme intentando interpretar el flujo de lenguaje y “reconstruir” la idea del orador, procesando el contenido de lo dicho y comprendido, relacionándolo con su modelo del mundo, los hechos reales y el comportamiento del orador.

Por eso el estudio del proceso y papel de comunicación se hace más eficaz mediante la integración de las disciplinas como lingüística, psicología, filosofía, culturología y otras disciplinas.

El elemento cultural en el proceso de comunicación causa la aparición de unas zonas específicas de falta de entendimiento producidas por inconciencia de significados de las frases hechas y unidades fraseológicas. Muchas veces falta de entendimiento surge por el uso de expresiones que no se traducen del modo literal.

Es imprescindible utilizar elementos del lenguaje que sirven como organizadores, facilitando la comunicación exitosa. Estos elementos incluyen expresiones metacomunicativas, las que indican el principio, el desarrollo y la interrupción y el fin del contacto. Hablando en los términos informativos, esta estrategia puede parecer excesiva, pero es necesario utilizarlos en la estructura del diálogo para aligerar el contrato del interlocutores.

El éxito de comunicación verbal puede ser definida como alcance de interacción verbal sin conflicto o incomodidades. La interacción verbal que carece de eficacia puede resultar en casos, llamados como fracaso de comunicación, conflicto comunicativo o incomodidad comunicativa (Мартынова 2000). B. U. Gorodetskiy propone la siguiente definición de fracaso de comunicación:

- General: cualquier tipo de fracaso o situación, cuando no se consigue alcanzar la meta práctica mediante el habla.
- Específico: el fracaso comunicativo, sucede cuando no se consigue alcanzar ni la meta práctica, ni la comunicativa. (Городецкий 1985)

Gorodetskiy, basándose en otras clasificaciones de los fracasos de comunicación, sintetiza varios grupos de fracasos valiéndose de consecuencias y procedencias: sencillos y complejos.

- Por las consecuencias
 - los fracasos globales: suponen la interrupción de proceso de comunicación, un resultado poco satisfactorio;
 - los fracasos particulares: suponen desvío del tema con el fin de superar el malentendido.
- Por las procedencias cuenta con el tesoro de los interlocutores y las particularidades del proceso de comunicación (el nivel de verbalización y entendimiento)
 - precedente remoto: desatención del interlocutor, ideas preconcebidas (falta de neutralidad), desconfianza, la naturaleza del tema poco común;
 - precedente cercano: violación de algún tipo de protocolo de comunicación.

El concepto de fracaso de comunicación está relacionado con el concepto de conflicto de comunicación, mientras que la incomodidad de comunicación puede estar presente no obstante de existencia de fracaso de comunicación. Los fracasos de comunicación si que pueden resultar en conflicto de comunicación. Este conflicto puede acabar en el triunfo de uno de los interlocutores o en un compromiso de comunicación.

La singularidad de comunicación intercultural se manifiesta más claro mediante el análisis del material negativo o de fracasos de comunicación.

Las causas de fracasos de comunicación de la punta de vista lingüística se puede dividir en los siguientes:

- el sistema lingüística (falta de conocimiento de los sistemas léxica, gramatical y fonética del idioma extranjero);
- diferencias individuales de los interlocutores
- factores pragmáticos (falta de conocimiento de las normas y protocolo de comunicación en distintas situaciones)
- interferencia externa: traslado del símbolo o significado de su propia sistema lingüístico cultural a la del otro, donde estos símbolos o significados no existen o se entienden de otra manera;
- interferencia interna: cuando uno de los interlocutores intenta utilizar los símbolos de otro idioma, pero lo hace de manera inadecuada. Por ejemplo, cuando expresiones de argot se utiliza en situaciones de todos tipos, aunque esta manera de expresarse se acepta solo en unos ámbitos específicos. También esto puede ocurrir, cuando la persona que no pertenece a la cultura malinterpreta el contexto de la situación.

Los errores discursivos se producen no debido a falta de conocimiento del idioma sino debido a falta de conocimiento de sus sistema, es decir, conocimiento del uso de los medios lingüísticos en unas situaciones concretas, de las normas y valores culturales. Se dividen en las siguientes categorías:

- Errores de etiqueta (falta de conocimiento de la etiqueta de habla, de las normas de arreglo a las personas de distintos rangos, tal como en las situaciones formales y informales)
- Errores de estereotipos socioculturales, causadas por la falta de conocimiento de los estereotipos de la cultura extranjera (el número 13 para los americanos, el silbo para los rusos, el III para los españoles)
- Errores de estereotipos mentales, causadas por los distintos modos de uso de las características zoomórficas de humanos. Por ejemplo, en Japón el cerdo se asocia con suciedad y no con la obesidad, para los españoles el cachorro es una persona amarga y gruñón, mientras para los rusos es una persona joven, sin experiencia.
- Errores enciclopédicos en causados por falta de conocimientos de trasfondo cultural (Don Quijote, Левша, Братец Иванушка).

2.1.5. Proceso de comunicación intercultural

Según la opinión establecido, el proceso de comunicación intercultural (PCI) se distingue del proceso de comunicación en general por el hecho de que los participantes pertenecen a las culturas distinta. Las diferencias culturales y las diferencias de los modelos de comportamiento y comunicación, tal como en valores y convicciones, pueden resultar en errores de percepción de algunos mensajes, es decir, en fracasos de comunicación.

Las teorías sobre PCI se desarrollan con la participación de los científicos de una gama de disciplinas muy amplia, incluyendo lingüística, antropología, sociología, psicología, etc. Esto sucede debido a la naturaleza del fenómeno multidisciplinario y a la existencia de “filtros” que impiden la recepción y transmisión del mensaje durante el PCI. Estos filtros surgen de las particularidades de los interlocutores de carácter psicológico, sociológico, cultural, y además la influencia del ambiente.

Los filtros se dividen en los psicológicos y sociológicos.

- Los psicológico incluyen valores, normas, normas y maneras de conducta, métodos de evaluación
- Los sociológico se presentan a través de la pertenencia a una estructura social, papeles sociales, status, etc.

La teoría de PCI se lanza a crear el marco de conceptos que permite superar las barreras, ofrecer modelos de comunicación efectiva y sistemas de evaluación del estos sistemas.

2. 2. “Concepto del mundo” nacional en comunicación intercultural

2. 2. 1. Cultura y comunicación

El proceso de comunicación intercultural da lugar y se manifiesta de manera obvia a la hora de intercambio de mensajes en un contexto intercultural. La característica más importante del proceso de comunicación multirracial es el hecho que representantes de dos distintas culturas al entrar a un proceso de comunicación actúan según las normas de la propia cultura de cada uno. La definición de este proceso propone E. M. Vereshagin y V. G. Kostomarov “La lengua y cultura”:

La comunicación intercultural se entiende como entendimiento adecuado y mutuo entre dos participantes del proceso comunicativo pertenecientes a distintas culturas. (Голубева).

La palabra clave de esta definición es “adecuado” porque es alcanzar el entendimiento adecuado es posible solo con la condición de que los interlocutores conozcan profundamente las bases culturales de su propia cultura y las de la cultura de su oponente.

Golubeva define el concepto de cultura como un conjunto de conocimientos, ideas, obras de arte y literatura, moral, ley, tradiciones, costumbres, capacidades adquiridos por una persona durante su vida en una cultura, dentro del marco de función de una sociedad.

Cultura sirve para una serie de fines importantes, incluso la creación de estereotipos, que, en su turno, sirven para consolidar y fijar en la memoria nacional

- las estrategias de comportamiento eficaces,
- la articulación del concepto del mundo general, reflejado en la conciencia lingüística.

Gracias a la cultura, se guardan y transmiten a nuevos miembros del grupo los estereotipos óptimos y eficaces del comportamiento dentro del marco de un grupo de personas o una nación. Uno de los medios de transmisión de estos estereotipos son los medios lingüísticos. T. N. Persikova compara los estereotipos con las pistas, que ayudan a los miembros de una sociedad orientarse en el mundo, lo cual es una razón para la firmeza y estabilidad de los estereotipos porque ellos proporcionan explicaciones listas y sencillas a actuaciones de gente, métodos para previsión de actuaciones del interlocutor, formación de base para la propia conducta de uno (Голубева). Es decir, que estereotipo es una pista para construir una opinión, estrategias de previsión y métodos de valoración de otras personas, o unas pistas para sobrevivir y funcionar en una sociedad concreta.

Según la opinión científica cultura cumple una de las funciones básicas, la función comunicativa. Según Bistrova A.N., cultura fija y establece formas y modos de comunicación y transmisión de información, tradiciones, experiencia acumulada, normativas, ideales, etc.

2. 2. 2. La conciencia lingüística

Investigando el proceso de comunicación intercultural es importante reconocer y entender la relación entre la cultura y la lengua. En su obra «Диалектика социального познания», Korshunov y Magnatov establecen que cultura es un sistema compleja semiótica y se manifiesta mediante la lengua. La lengua, en su turno, es una conciencia práctica y objetiva, una forma de memoria social, receptáculo de información sobre la sociedad concentrada en los significados de las palabras. La lengua es el ámbito de existencia de cultura y el medio que sirve para transmitirla, la lengua es un mecanismo organizador de cultura. Esta cualidad de la lengua permite, según U. Eko, analizar e investigar la cultura en el marco semiótico. Así todos los fenómenos de cultura pueden ser tratados como actos de comunicación y el significado de mensajes individuales se aclarar en relación con el código, es decir, con la lengua.

El hipótesis de que la lengua no es simplemente un código ha sido expresado por primera vez por el filósofo Wilhelm von Humboldt. Él decía que distintas lenguas no son distintos conjuntos de signos que significan la mismas cosas, sino son distintas perspectivas de la misma. Este concepto es fundamental a la hora de investigar problemas de comunicación intercultural. Tarasov E. F. vincula directamente las problemas de comunicación intercultural y de comunicación oral en general con el fenómeno de conciencia lingüística. El define la comunicación, incluso la comunicación oral, como un proceso de manipulación de conceptos existentes en conciencia con la ayuda de signos o códigos. Consecuentemente Golubeva señala, que la unidad de conciencias lingüísticas es un requisito obligatorio para el proceso de comunicación efectivo, mientras falta de la misma unidad es la causa principal de fracasos y conflictos de comunicación, particularmente de fracasos de comunicación debidos a la pertenencia de los interlocutores a distintas culturas.

La razón principal que coloca el tema de conciencia lingüística entre las temas cada vez más investigada en la esfera de interacción intercultural es el reconocimiento científico de su papel en comunicación intercultural y la actualidad del aspecto intercultural. Según los estudios de la Escuela psicolingüística de Moscú encabezada por Leontiev A. N. , ejecutados por los científicos como Sorokin U. A. , Tarasov E. F. , Ufimtseva N. V. , Pishalnikova V. A, etc. , a menudo los problemas de comunicación se producen no debido a disparidad en códigos lingüísticos, sino a la disparidad en conciencias lingüísticas de los interlocutores. E. F. Tarasov define el término “conciencia lingüística” como conceptos existentes de conciencia, impersonalizadas mediante los medios lingüísticos, es decir por lexemas, frases hechas, textos, tesauros asociativas, etc. En obras de Leontiev A. N. el concepto de conciencia lingüística está definida como reflejo de la realidad refractada a través de la prisma de significados comunes cultivadas por la sociedad. (Леонтьев 1972: 283).

Cada sociedad o nación dispone de su único concepto lingüístico del mundo. Determinados conceptos y percepciones de la realidad y ciertos de organización de la vida están expresadas y reflejados en la lengua y son característicos para cada nación y a menudo no coinciden entre distintas naciones. (Василевич)

El concepto de conciencia lingüística está estrechamiento vinculado a la noción de concepto del mundo. Según la definición de V. I. Karasik, el concepto del mundo es un sistema de representaciones mentales de la realidad, es un conjunto de valores o puntos de referencia importantes de la vida, elegidas como importantes por la sociedad, lo cual ha sido fijado en sus normas, estereotipas de comportamiento y textos culturales. Karasik dice, que concepto cultural está compuesto por los siguientes subconceptos:

- *dominantes culturales*: los valores más importantes para una cultura, los que se expresan en la lengua y en otros aspectos, percibidas por los representantes de esta cultura como sus signos identificativos
- *cúmulos culturales*: combinaciones específicas de unos signos de valores que representan particularidades de la cultura y que se manifiestan solo durante la comunicación intercultural

- *lagunas culturales*: signos relacionados con valores no relevantes para la cultura en cuestión, pero si relevantes para otras culturas.

Los representantes de una cultura normalmente no están conscientes de los estereotipos culturales y conceptos culturales características a su concepto del mundo nacional. Se manifiestan solo a la hora de comunicación intercultural, lo cual produce complicaciones o problemas en el proceso de comunicación, faltas de entendimiento y sentimientos de incomodidad.

2. 2. 3. Concepto del mundo lingüístico

Sheina I. M. en su trabajo «Межкультурная коммуникация как проявление лингвистического культурного опыта», señala, que la investigación del proceso de comunicación intercultural tiene que incorporar estudios de mecanismos cognitivos universales utilizados para adquisición y transmisión de información, también estudios de características específicas culturales de todos los componentes del mismo proceso. Especialmente es necesario contar con la influencia del concepto del mundo cultural de los participantes de comunicación, con la capacidad de los participantes extraer la información, recibida de varias canales y con las particularidades de su comportamiento comunicativo, formado por su cultura de origen.

Ter-Minasova S.G define el concepto del mundo cultural como la realidad refractada a través de la prisma de conceptos que fueron creados bajo la influencia de información adquirida por los órganos de sensaciones y procesada por la conciencias individual y colectiva. Es el imagen del mundo, creado por su experiencia física y espiritual, el concepto de filosofía del mundo, formado por esta experiencia.

El proceso de formación de experiencia y conocimiento está condicionado y limitado por las capacidades físicas de persona y por tipos de interacciones con su entorno y con otras personas. Como norma general la gente disponen de capacidades biológicos uniformes, dado el mismo medio ambiente, por lo cual los proceso de conocimiento condicionados por su factor físico son universales. Sin embargo existen diferencias en la experiencia cultural y es lo que contribuye a aparición de determinados distinciones en el concept del mundo. Entonces el concepto del mundo es el producto de la conciencia de la persona.

La particularidad de la percepción del mundo nacional y la conciencia lingüística se manifiesta claramente en las suposiciones características para la cultura de la persona, en los medios lingüísticos que reflejan estos suposiciones. Así se puede establecer ciertas correspondencias entre el concepto del mundo y los suposiciones características reflejados en la lengua. Los suposiciones culturales existen en los conceptos culturales en el forma de ideas y relaciones. Están unidos a ciertos conceptos y metaconceptos, que toman forma en las formas lingüísticas, que reflejan las características de actividad del pueblo y a cierto modo lo regulan.

Normalmente se entiende un mensaje mediante deducciones sobre el significado inferido, porque no toda la información está representada en el forma explícita. Por eso el sujeto del mensaje tiene que concordar la información recibida con su propia experiencia y realizar la tarea de interpretación continuamente. La revelación de los significados inferidos supone entendimiento de los intenciones comunicativos y la interpretación del comportamiento comunicativo del orador en general.

El proceso de interpretación de la información recibida se realiza a través del prisma del concepto cultural del mundo, formada por los estereotipos y convencionalismos adquiridos.

El autor del mensaje y el recipiente del mismo realizan a la vez la coordinación del proceso de comprensión. Esto sucede en el proceso de comunicación oral igual que escrito. El autor del mensaje construye su mensaje, contando con las cualidades específicos del receptor, mientras el receptor ajusta su percepción en caso que no esté de acuerdo con la conclusión.

Por fin, el proceso de comprensión es retrospectivo y prospectivo a la vez. Es decir, que puede conllevar la reevaluación de las declaraciones anteriores y creación de la base para la comprensión de las declaraciones futuras.

La elección de las estrategias, utilizadas para el proceso de interpretación se hacen según ciertos motivos. Antes de elegir una de las secuencias de actuaciones, es necesario saber con qué se puede relacionar la información recibida.

El proceso de comunicación intercultural es un fenómeno complicado y la investigación de este proceso supone recuento de la multitud de parámetros enmarcados en tres tipos de relaciones:

- signo - objeto,
- signo - signo,
- signo - persona.

Estos parámetros se manifiestan del siguiente forma:

- Las características socioculturales de los condiciones y participantes del proceso de comunicación;
- Los mecanismo cognitivos y las estrategias de comportamiento comunicativo, utilizados en el proceso de comunicación;
- Los medios verbales y no verbales de alcance de los objetivos de comunicación.

Hay que atender las particularidades de comprensión y creación de mensaje oral basándose en el hecho de que el proceso de comunicación se realiza dentro de un contexto determinado por la situación y que esté regulado por los participantes de la situación con sus propios identidades personales. Entonces el contexto de la situación y los participantes pueden ser examinados de distintos ángulos.

Valiéndose de las particularidades de función de los mecanismos cognitivos empleados en el proceso de comprensión, se puede concluir que la información se interpreta en relación con la información recibida anteriormente, con los participantes y el concepto del mundo individual de cada uno de los participantes, particularmente con:

- los conocimientos de antecedentes culturales sobre el mundo, el tema del mensaje, de la situación y el autor;
- la experiencia del receptor, relevante a la situación comunicativa;
- el sistema personal de valores;
- el sistema de normas y valores establecidos en la cultura del participante;
- la estructura de los estereotipos de la situación y el tema;
- el sistema de expectativas y suposiciones del receptor.

Los estudios muestran que durante el proceso de comprensión siempre están activos los mecanismos para hacer conclusiones y verificar las hipótesis. Se producen las conclusiones sobre los significados implicados, sobre los motivos, objetivos e intenciones del autor.

Las hipótesis se forman basándose en las relaciones entre la información con el concepto del mundo personal y también en las suposiciones sobre que contenido del mensaje corresponde a algún modelo del mundo y tiene sentido dentro del marco de este modelo. Estos mecanismos permiten al receptor del mensaje reconstruir los fragmentos del mensaje omitidos.

La información que viene a través de canal verbal está continuamente correlacionada con la información, que viene a través del canal contextual, incluso el comportamiento no verbal. La comprensión eficaz solo es posible contando con la información, que viene del canal contextual. Este mecanismo coordina el proceso de comprensión. En caso que la información que viene de distintos canales no se concorde, el receptor puede corregir sus conclusiones y hipótesis.

A partir de los mecanismos cognitivos universales, también están activados los elementos culturales formados por el concepto del mundo individual, tales como normas y valores, aceptadas en la cultura de uno, conocimientos y conceptos específicos culturales y sistemas de estereotipos formados bajo la influencia de cultura.

En este sentido se destaca lo que dijo Vigotski L.C. sobre que el camino de pensamiento a palabra no es recta, es mediante de la conciencia de uno. Antes de ser expresado en la habla, el pensamiento atraviesa varias etapas: del motivo que da el nacimiento al pensamiento a la formación del pensamiento, luego a su expresión en la habla interna, luego en las palabras internas y solo después en las palabras externas.

2. 2. 4. Antecedentes culturales

Cuando se interactúan distintos conceptos del mundo el aspecto problemático puede ser la diferencia en los antecedentes culturales, en los valores culturales y normas de comportamiento, incluso el comportamiento comunicativo. Los antecedentes culturales participan en el proceso de creación de una declaración, influyendo la selección del tema, en el etapa de programación interna y en el etapa de “categorización”. Los antecedentes culturales influyen la programación de significados mediante una serie de formas de organización de conocimientos. Estas formas pueden ser escenarios o frames. El proceso de categorización de fenómenos de la realidad es un mecanismo universal. Aun así la categorización está condicionada por los factores culturales. Por ejemplo volumen de una categoría depende de la cultura y los límites de la categoría pueden ser más o menos rígidas. Es inevitable que los antecedentes culturales de los interlocutores impiden la reconstrucción de modelo del mundo que está intentando crear y transmitir el orador. Dada la aplicación de la información recibida según los antecedentes culturales y los estereotipos de su sistema de valores nativa, el receptor del mensaje puede llegar a unos conclusiones y hipótesis erróneos sobre los significados inferidos por el orador.

El concepto del mundo lingüístico también forma parte importante del proceso de comprensión y concepción de un mensaje. Los frames de interpretación y las categorías en cada lengua corresponded a ciertas estructuras y clasificaciones dentro del marco del tesoro individual. Aparte de esto, la elección de temas también está determinada por la mentalidad, la lengua y la cultura materna de la persona. Las estrategias del discurso y otras técnicas retóricas también están condicionados por las normas del comportamiento y a la vez es expresan utilizando unas formas lingüísticas específicas, dependiendo de la lengua.

Para asegurar que las diferencias en los conceptos del mundo están bien explicadas es necesario analizar los distintos escenarios de la situación de comunicación intercultural.

1. El primer escenario es cuando la comunicación sucede en la lengua materna de uno de los interlocutores, pero es extranjera para el otro. En este caso el nivel de la competencia lingüística de la persona que conoce la lengua de comunicación como la lengua extranjera puede jugar un papel significativo.
2. El segundo escenario es cuando la comunicación sucede en el idioma intermediario (por ejemplo inglés), el idioma que no es materno para ninguno de los interlocutores. En este caso llegan a interactuar tres conceptos lingüísticos y culturales del mundo, que pueda complicar la comunicación. Pero, por otro lado, si la comunicación sucede entre las personas del mismo oficio, los interlocutores pueden llegar a entender uno a otro incluso en caso de un nivel de competencia lingüística bastante bajo.

3. El tercer escenario es cuando la comunicación sucede mediante un intérprete. El éxito del proceso de comunicación en este caso depende de la capacidad de interprete reconstruir la información explícita igual que la información inferida.

Hay un mecanismo de influencia a los interlocutores más. Este mecanismo conlleva el concepto cultural y lingüístico del mundo. Los interlocutores disponen de distintos conjuntos de los antecedentes culturales y las capacidades socioculturales, lo cual crea distintas sistemas de expectativas y suposiciones.

Los procesos de comprensión también pueden ser vistas como la interacción de distintos sistemas de expectativas. Sobre todo éste tipo de interacción influye los procesos de creación y verificación de hipótesis, los mecanismos de adivinación y formación de conclusiones sobre los sentidos inferidos.

También el autor del mensaje intenta pronosticar la reacción del interlocutor, en caso que quiere ser entendido. Encima, disponiendo de conocimientos de los antecedentes culturales, el autor puede formar el sistema de expectativas correspondiente al receptor del mensaje.

Por otro lado el grado en que se cuenta con el contexto, depende del factor cultural. Una de las causas de los fracasos de comunicación puede ser el bloque de comprensión debido a falta de capacidad de extraer la información adicional del contexto social y cultural y su correlación con el mensaje verbal. Este factor está determinado por la cultura porque, según la teoría de E. Hall, las culturas se dividen en las de contexto bajo y alto.

Cada de las situaciones comunicativas se basan en la interacción comunicativa entre interlocutores, donde cada uno contribuye a esta situación su propia experiencia. En general se puede decir, que los conceptos culturales y lingüísticos del mundo compartidos por los miembros de una comunidad lingüística se refractan en la conciencia de la persona y crean la base para el concepto del mundo individual. Por eso el concepto del mundo individual puede contener la experiencia de cultura y lengua ajena. El análisis todas las situaciones comunicativas debe incluir el prisma de la experiencia individual y los conceptos del mundo individuales de los participantes de la interacción.

Los estudios señalan que es necesario construir un modelo de comunicación intercultural exitoso que contaría el papel de los factores culturales de comunicación. Uno de los factores más importantes son los antecedentes culturales y conocimiento del sistema de

2. 2. 4. 1. Que son Antecedentes culturales

Normalmente los conocimientos de trasfondo cultural se entienden como distintos tipos de conocimientos, las que afectan el proceso de comunicación. Estos conocimientos participan en el proceso de comportamiento de comunicativo y afectan nuestros expectativas y presuposiciones, las que en su lugar forman parte de la situación comunicativa.

Los conocimientos de trasfondo cultural se puede considerar como “significados hechos” ofrecidos por la comunidad cultural y lingüística a sus miembros. Obviamente los “significados hechos” varían dependiendo del estatus social, la experiencia personal y otros factores.

El término “conocimientos de trasfondo cultural” es la traducción del término inglés “background knowledge” y en trabajos de los científicos americanos como R. Skllon, I. Kim, etc. se entiende como en el sentido de nuestros conocimientos completos sobre el mundo, aunque otros científicos consideran estos conocimientos característicos al región, sistemas económicas y políticas.

Este trabajo adopta la definición de I. M. Sheina, que supone que los conocimientos de trasfondo cultural incluyen los conocimientos que afectan el proceso de comunicación. Se basa en la definición de O. S. Ahmanova, según cual los conocimientos de trasfondo representan “el conocimiento mutuo de las realidades de los interlocutores, lo cual constituye la base de la comunicación verbal”(3). También los conocimientos de trasfondo representan el fondo socio-cultural, el que define la percepción de la habla.

El texto, siendo el producto de habla y pensamiento del autor y el interpretador es sobre todo la representación especial de conocimiento: verbalizado y de trasfondo.

Según la clasificación de T. A. van Deik en el proceso de comunicación participa el siguiente conjunto de conocimientos:

- sobre específica de la situación comunicativa
- percibidas de los actos comunicativos anteriores
- sobre el carácter de la interacción presente y su estructura de la situación comunicativa antecedente
- sobre el carácter general de interacción y normas, generalmente, pragmáticas
- otros tipos de conocimientos sobre el mundo

Además es necesario incluir que el carácter de los conocimientos de trasfondo está determinado por la sociedad y cultura. Los científicos R. Skllon y S. Vong Skllon destacan que nuestros conocimientos de trasfondo se forman durante el proceso de aculturación.

El otro investigador K. Kramsh nota que los interlocutores siempre entran en el proceso de comunicación teniendo en cuenta unas esquemas de comportamiento aceptadas en la dada sociedad, aprendidas mientras socialización y aculturación. Estas esquemas incluyen:

- conocimientos sobre las normas de comportamiento en unas situaciones estándares de la vida cotidiana con personas de distinta edad y estatus.
- entendimiento del comportamiento comunicativo de interlocutor
- expectativas de determinadas acciones del interlocutor (saludo, sonrisa, apretón de manos)

Aunque esta lista es la lista completa de los conocimientos de trasfondo, utilizados para el entendimiento correcto del texto y el mensaje. Se la puede completar con la clasificación de B. Hazet, la que distingue cuatro tipos de los conocimientos de trasfondo

1. “Conocimientos cotidianos” o “наивная картина мира”
2. Conocimientos culturales coherentes a los valores de su cultura nativa
3. Conocimientos sobre comportamiento apropiado en una situación dada
4. Conocimientos lingüísticos (competencia lingüística)

I. M. Sheina, explica en su artículo “El papel de los conocimientos dentro del marco del contexto del idioma extranjera” (Роль фоновых знаний в понимании иноязычного текста) que los conocimientos de trasfondo pertenecen al nivel no verbal de la conciencia mientras los significados de las palabras son unidades del nivel lingüístico. Ella está de acuerdo con Krukov, quien dice que los conocimientos de trasfondo existen en el forma de presuposiciones, no se agotan con los significados de los significados lingüísticos. El significado de palabra es una forma de representación y conservación actualizada de conocimientos en la conciencia individual. En la conciencia individual la realidad está fijada no solo como el conjunto de significados de palabras, sino como una serie de normas y estructuras de actividades distintas. La conciencia de cada persona contiene una cantidad de conocimientos acumulados sobre vínculos entre objetos y fenómenos, las que se han convertido en conocimientos estables a través de la experiencia. Estos vínculos estables nos permiten no tener que dar la información directamente, sino suponerla. Los conocimientos de trasfondo son el resultado de atribución por el individuo los valores materiales y espirituales.

2. 2. 4. 2. Conocimientos de trasfondo cultural y su papel en interpretación del contenido en el idioma extranjera

El papel de antecedentes culturales ha sido estudiado durante un experimento organizado por el equipo de investigación de I. M. Sheina. En el experimento participaban estudiantes de tercer año de la carrera con la especialización en filología inglesa, que todavía no daban el curso de sobre los sistemas sociales, económicas y políticas de países relevantes. Han participado 42 personas.

El experimento pretendía mostrar cuanto el contexto lingüístico cultural pueda facilitar el entendimiento correcto de un texto en el idioma extranjera proveyendo la carencia de los conocimientos de antecedentes culturales de receptor.

Los participantes tenían que leer trozos de la novela de P. Worren “All the King’s Men”. El texto contenía una serie de inferencias, que se pudieran entender, proveyendo conocimientos de algunos hechos históricos y obras literarias. La encuesta ha sido

compuesta contando con que algunos de los participantes pueden conocer los antecedentes culturales necesarios .

Las preguntas fueron diseñadas con el objetivo de identificar en el texto las palabras claves que permitiesen al lector llegar a las conclusiones correctas sobre el sentido de las inferencias dado que carece de los conocimientos de antecedentes culturales necesarios. El Anexo 2 contiene los 5 textos utilizados en el experimento y la interpretación de los resultados.

El experimento muestra que el receptor interpreta las presuposiciones culturales, correlacionando la información recibida con los conocimientos de antecedentes culturales adquiridos. Si el receptor dispone de los conocimientos previos necesarios y suficientemente profundos, es capaz de identificar las palabras claves que facilitan la interpretación de los significados inferidos, es decir que los conocimientos de antecedentes están vinculados con el contenido lingüístico para conseguir el resultado deseado. En caso que los conocimientos de antecedentes culturales no son completos, el receptor también intenta correlacionarlas con el contexto lingüístico. Como resultado el receptor desarrolla una serie de hipótesis sobre el significado de las inferencias basándose en las presuposiciones culturales. Esto ha sido mostrado durante el experimento a la hora de interpretar los textos 2 y 3. Las hipótesis pueden ser correctas, pero el receptor no alcanza el entendimiento completo. Por ejemplo, los participantes que disponían de los conocimientos de antecedentes culturales parciales han entendido que el texto 2 trataba de un discurso político, pero la ironía de autor, que constituye parte del contexto, no ha sido percibida por estos participantes.

En caso de carencia de los conocimientos de antecedentes culturales, se puede desarrollar las hipótesis correctas solo con la condición de que el contexto lingüístico sea suficientemente explícito. Precisamente por eso los participantes entendían que el texto 2 trataba del proceso de creación de un discurso político delante de un público. Pero no entendían los significados inferidos por el autor, incluso la actitud irónica a los esfuerzos del héroe.

En casos cuando el contexto lingüístico no es suficientemente explicativo, como era en los textos 3 y 4, el receptor que carece de los conocimientos de antecedentes culturales no es capaz ni siquiera de identificar las palabras claves.

Entonces, los procesos mentales que ocurren durante la interpretación de habla consisten en la correlación de la habla con los conocimientos de antecedentes y experiencia. El hecho que la interpretación de habla es un proceso interactivo lleva a la conclusión de la importancia del contexto social y cultural, el que facilita la interpretación adecuada del texto en el idioma extranjero e identificación de los objetivos que intenta alcanzar el locutor nativo.

3. MUESTRA DE DATOS Y MÉTODO

El presente estudio está basado en una serie de datos incluso los datos secundarios, primarios y las fuentes periodísticas. A continuación se concreta los fuentes y datos.

3. 1. Datos secundarios cuantitativos

Datos secundarios cuantitativos

Los datos secundarios incluyen los datos de encuestas masivas realizadas dentro del marco de estudios etnométricos relacionados a las temas de diferencias interculturales y comunicación intercultural. Con el fin de proporcionar valor y seguridad científica en la medida de lo posible, al presente estudio, el autor elige utilizar datos masivos recibidos de encuestados de varias países y sobre todo de Rusia y España.

Estos incluyen resultados de análisis de datos recogidos dentro de marcos teóricos etnométricos de E. Hall (sobre el nivel de contextualización) y G. Hofstede (sobre 5 parámetros culturales).

Los resultados de la investigación de Hall son más generalizados y pueden ser aplicados de manera directa. Mientras los datos de la investigación según la metodología de Hofstede tenían que ser ajustados debido a los cambios culturales que tuvieron lugar entre el momento de la recogida de los datos originales y el momento actual por un lado y por otro lado debida a la extensión del país. La muestra original utilizada en el análisis de Hofstede carecía de la representación de la mayoría de las regiones del país.

Entonces, el presente trabajo utiliza los datos ajustados por científicos Latov y Latova. El método utilizado para manipulación de los datos está concretado en el artículo «Открытия и парадоксы этнометрического анализа российской хозяйственной культуры по методике Г. Хофстеда» (Латов, 2007).

El tercer fuente de datos es el European Social Survey (ESS <http://www.europeansocialsurvey.org>). Hoy en día es una encuesta científica con el enfoque social designada a identificar y explicar las interacciones entre los organismos Europeos y actitudes, convicciones y patrones de comportamiento de la población diversa de Europa. ESS ha sido fundado en 2001 por Roger Jowell y actualmente está en su sexta ronda, cubriendo 30 naciones y utilizando una metodología científicamente robusta.

En Rusia esta encuesta ha sido realizado por los científicos de Instituto de las investigaciones sociales comparativas (<http://www.cessi.ru>). Rusia se ha unido al proyecto de European Social Survey en la tercera ronda. La encuesta ha sido realizada en

septiembre de 2006 – enero 2007 y contaba con la participación de 2437 personas. El presente trabajo utiliza los resultados de análisis estadísticos realizados utilizando los datos de ESS por los sociólogos Magun. V y Rudnev M, investigadores de Higher School of Economics National Research University. La metodología de este análisis está expuesta en el artículo «Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами» (Магун 2008).

Datos secundarios cualitativos

- Fuentes periodísticas como artículos sobre la cultura y costumbres rusos y españoles.
- La literatura de instrucción y enseñanza como libros de textos especializados para una de las culturas estudiadas.
- Datos de estudios lingüísticos o culturales comparativos

3. 2. Datos primarios

El presente trabajo utiliza los datos primarios recogidos a través de

- una encuesta diseñada por el autor del presente trabajo orientada a los representantes de la cultura autóctona española (5 encuestados). Las encuestas y resultados están expuestos en el Anexo 3.
- una encuesta diseñada por el autor del presente trabajo orientada a los traductores ruso-españoles (7 encuestados). Las encuestas y resultados están expuestos en el Anexo 3.
- observación directa en el contexto natural
- entrevistas personales (8)

Las encuestas y las respuestas están adjuntados en Anexo

3. 3. Método y las etapas de investigación

1. En el primer etapa habían recogidos datos preliminares sobre las situaciones de comunicación intercultural entre el pueblo español y los ruso hablantes. Han sido realizados varias entrevistas personales de

- a. los representantes de la cultura autóctona española que no tenían contacto directo y prolongado con los representantes de la cultura rusa
- b. los representantes de la cultura autóctona española que tenían contacto inmediato y repetitivo con los representantes de la cultura rus

- c. los representantes de la cultura rusa que tenían contacto con los representantes de la cultura española
- d. los representantes de la cultura rusa que viven en España y están experimentando el proceso de aculturación

En esta etapa se formaban hipótesis de posibles problemas de comunicación que pueden ser obviamente vinculados a las diferencias interculturales, las diferencias en percepciones, prioridades y posibles factores “ocultados” en suposiciones de ambos pueblos.

2. Identificación de una serie de situaciones, síntomas o reacciones típicas de cada uno de los grupos entrevistados. Teniendo en cuenta estos datos se desarrolla una lista de zonas con potencial conflictivo o de fracasos comunicativos.
3. Análisis de datos de estudios científicos realizados sobre sistemas de valores y contrastación con los datos cualitativos recibidos de en el proceso de encuestas y observación a los cuantitativos.
4. Acumulación y síntesis de datos periodísticos en función de una experiencia acumulada.

3. 4. Limitaciones

1. En la parte analítica el estudio se limita a análisis y descripción solo de unos aspectos culturales específicos, las que fueron identificados como causantes de fracasos de comunicación por encuestados de las encuestas, en las entrevistas personales y a través de la observación.

En el curso de la investigación se mostró claramente que los factores de fracasos de comunicación tienen una extensión mucho más amplia y una investigación completa trataría de análisis de una lista de diferencias y similitudes más completa. Aun así los factores identificados parecen ser los más frecuentes y por eso análisis de los antecedentes culturales relacionados tienen un valor pragmático y las recomendaciones pueden ser aplicadas inmediatamente.

2. Debido a que el tema tratada por el presente trabajo es muy específica y enfocada en la comparación de dos culturas anteriormente relativamente “cerradas” debido a las situaciones políticos, la cantidad de estudios realizados en la esfera comunicación intercultural entre los pueblos español y ruso. Por otro lado, se encuentra una cantidad y la gamma de investigaciones en el tema de comunicación intercultural comparativa entre pueblos ruso y alemán, o ruso y americano. Se debe a la existencia de relaciones del carácter comercial entre Rusia y Alemania y Estados Unidos bastante duraderos y estrechos.

3. La cantidad de datos es muy limitada por eso no puede ser utilizada para cualquier tipo de análisis estadístico válido. Aun así los datos recogidos sirven como indicaciones de posibles “zonas” problemáticas.

4. ANÁLISIS/ RESULTADOS

4. 1. Comparación de parámetros etnométricos de pueblos ruso y español

En este capítulo vamos a realizar un análisis comparativo de dimensiones culturales, características a la cultura rusa y española. Este análisis nos dejará identificar unas zonas o aspectos culturales, que pueden conllevar el potencial de problemas de comunicación o integración a la cultura española. Los parámetros analizados son de carácter generalizado para cada de las naciones y los resultados serán de carácter genérico más que individual en la parte de dimensiones etnométricos (teorías de Hall y Hofstede). Aun así las tendencias y patrones identificados pueden ser utilizados para la creación del material educativo para los extranjeros que vienen a España para un periodo determinado o en la capacidad de residente.

La conciencia de las diferencias y similitudes generales en las dos culturas pondrán el proceso de aculturación en un contexto más explícito y aunque no será suficiente para obtener una idea completa y profunda sobre la cultura española en comparación con la rusa, servirá como guía general e indicará posibles vías de solución.

4. 1. 1. La tipología de culturas según E. Hall aplicada a Rusia y España

Una de las teorías que intenta identificar, clasificar y explicar las diferencias culturales es el concepto de Edward Hall. El modelo del Hall se trata de identificar y asignar las categorías del contexto cultural a culturas de distintos países.

E. Hall concluye que contextualización (contexting) es un elemento fundamental en el proceso de interacción de individuo con el mundo circundante. Contextualización consiste en la capacidad del cerebro humano completar la información que falta con la información recibida de los conocimientos de trasfondo, señales, traspasados por el sistema nerviosa, y también de los datos, sacados del contexto de la situación. Las diferencias en “formas” de contextualización causan los formas de comportamiento diferentes, lo cual, a su vez, lleva a las culturas de alto y bajo contexto.

Entonces, según E. Hall las culturas se diferencian dependiendo de la importancia que se atribuye a palabras. En los países de oeste de Europa y Estados Unidos clasificados como países de cultura de bajo contexto la habla se percibe de forma independiente del contexto y entonces se puede tratarla como un fenómeno que no relacionado al contexto social. El orador y el oyente son independientes y las relaciones entre ellos se entienden mediante las manifestaciones orales.

Esto no significa que en las culturas de bajo contexto no se da la importancia a las medias no verbales y otros elementos contextuales, pero se da por hecho que se puede conocer al orador a través de su manera individual de influir mediante las palabras al interlocutor.

Al contrario en las culturas asiáticas, donde el contexto es muy importante las palabras se consideran simplemente como uno de los elementos que constituyen el contexto de comunicación en general, incluyendo las características personales de los participantes y el tipo de las relaciones entre ellos.

España y Rusia, los dos países son de culturas de alto contexto, no tan alto como países asiáticos, pero más alto que otros países europeos. España tiene está caracterizada según la categorización de Hall como un país con el nivel de contexto todavía más alto que Rusia.

Para las culturas del contexto alto es típico cuando no toda la información se expresa literalmente, una parte de la información viene “entre renglones”. Lo que ocurre en culturas de contexto alto, es que mensajes suelen tener relativamente poca cantidad de información factual, pero aun así puede ser interpretando de varias manera con variaciones muy amplias, porque contiene un contenido codificado a través de otros vehículos que no son palabras.

La característica más típica de culturas de alto contexto es el significado y el uso del idioma no verbal. Puede ser que la información la que no ha sido verbalizada contenga el significado más importante. En las culturas de contenido alto lo más importante puede ser no lo dicho, sino la manera de decirlo, la situación, el contexto, etc. Por ejemplo, la cultura considerada como la cultura de contexto más alto es Japón, donde la manera de expresión es muy alegórica y asociativa.

La gente de países de contenido alto se enfocan más en las relaciones personales y confianza, evitando la competición excesiva. A veces se tarda bastante tiempo para establecer un nivel de confianza necesario para buen entendimiento.

Además el conflicto se considera como fuerza destructiva y expresión de disgusto en muchas culturas del contexto alto es inaceptable. Los factores exteriores como origen, filiación a algún grupo social, edad o género, a veces suponen más significado, que las cualidades personales. Trabajo y la vida personal están muy vinculados.

La tipología de E. Hall aunque esta criticada, propone un modelo de comparación bastante eficaz, teniendo en cuenta que será complementada por otros modelos para conseguir una idea más amplia y profunda sobre las diferencias culturales.

España y Rusia pertenecen a la misma categoría de culturas, por eso, identificar las zonas que pueden producir choques culturales y fracasos de comunicación, utilizando la teoría de Hall, es complicado. Aun así, el hecho de que ambas culturas pertenecen a la misma categoría nos permita entender que en ciertos aspectos modelos de comportamiento y sobre todo comportamiento comunicativo nativos a una de las dos culturas comparadas, serán bien aceptadas en la otra y que esta características de las dos culturas servirá del puente a la hora de comunicar y a la hora de integrar en la sociedad.

Según la teoría de Hall, las características culturales compartidas entre la cultura rusa y española:

- tendencia a evitar conflictos, sí se trata de comunicación profesional o social
- orgullo, es importante mantener “buena imagen” en público
- el contacto personal y las relaciones personales tienen mucho valor y sirven en muchos casos como un punto de referencia más importante, que cualquier otro
- los favores son bienvenidos y se devuelven siempre

Sin embargo hay que tener en cuenta que el contexto en ambas culturas tiene un papel significativo en la comunicación, esto es la similitud, pero las problemas comunicativas pueden ser causadas por la diferencia en contextos. Cada de las dos culturas considera el contexto y mensajes supuestos como un elemento importante en el proceso de comunicación por eso es para realizar una comunicación eficaz dentro del marco de la cultura Española, es imprescindible conocer “el contexto” autóctono. Carencia de aquel conocimiento resultará en falta de entender por completo el mensaje, porque, una parte del mensaje puede estar “codificada” en el contexto.

Para una persona de origen rusa, es decir que viene de una cultura de contexto alto también el “peligro” de fracasos de comunicación puede ser todavía más grande, porque

1. carecerá de conocimiento del contexto local en caso si no tenía una formación previa enfocada en sugerencia cultural, y
2. siendo de la cultura donde la palabras y acciones tienen una gama de significados amplia, intentará interpretar los comportamientos y expresiones utilizando el “patrón” de cultura rusa.

Basándose en la expuesta comparación y los resultados de la observación, realizada en curso del presente trabajo, se puede concluir y recomendar al pueblo de origen ruso, que viene a vivir o estar en España y estarán pasando por un periodo de integración social evitar dar por hecho

- que sus expectativas van a ser entendidos sin la necesidad de aclarar y sobre todo cumplidos,
- que sus intenciones van a ser entendidos correctamente,
- que el mismo va a entender correctamente las intenciones de los españoles.

Al final, es recomendable participar activamente en la vida social española para asimilar al contexto local y aprender interpretar los mensajes de manera adecuada.

En el siguiente apartado vamos a introducir dimensiones etnométricas adicionales para conseguir profundizar la comparación de las características comunicativas de las culturas rusa y española. Vamos a proceder con el análisis según el modelo de E. Hofstede.

4.1.2. La comparación de las dimensiones etnométricas según la teoría de G. Hofstede

Gert Hofstede, el científico holandés, está meritoriamente considerado como el padre de “etnometría”. Ha sido el primero en empezar recoger datos cualitativos para los bases de datos según la mitología, desarrollada por el mismo.

La teoría de Hofstede está criticada sobre todo por su aplicación limitada. Cada de las culturas forma su propia programa de actuaciones para sus miembros que es única y se distingue del programa de otras culturas. Por eso hay tanto interés a las diferencias culturales y no se limiten a los dimensiones de la teoría de Hofstede. Aun así los parámetros de las diferencias culturales identificados por Hofstede permiten acercarse a la comprensión de las diferencias culturales de modo más simplificado. La competencia proporcionada por los conocimientos de las dimensiones de Hofstede permite ser flexible y reaccionar con más tolerancia a unas acciones inesperados de los participantes del proceso de la comunicación intercultural, lo cual permite evitar conflictos y fracasos de comunicación intercultural.

Hofstede al principio ha identificado 4 dimensiones culturales y ahora las ha expandido hasta 6. El presente trabajo se enfoca solo en las 5 dimensiones elegidas. Para cada de los dimensiones se calcula un índice, que indica la posición de una cultura en la escala de cada dimensión cultural. Cada de las dimensiones tiene una serie de características.

1) Individualismo (IDV) – indica si la gente prefieren cuidar solo de ellos mismos y sus familias o tienen la tendencia a unirse a grupos, que asumen la responsabilidad a por las persona a cambio de su lealtad.

La cultura individualista es donde los miembros individuales dan más prioridad a los objetivos individuales, que sociales. Individualismo es característico a las sociedades con una estructura social liberal (no rígida), donde cada uno tiene que cuidar de si mismo y de su familia.

Mientras en cultura colectivista, los objetivos sociales dominan sobre los objetivos individuales. Colectivismo es característico a una estructura social rígida (estricto) segregada estrictamente en grupos sociales. Estando dentro un grupo social el individuo puede contar con atención y cuidado al cambio de lealtad absoluta.

Según Hofstede la mayoría de gente vive en las sociedades colectivistas, donde los intereses del grupo prevalecen sobre los intereses del individuo. El carácter colectivista

determina que el poder sobre el individuo tiene el grupo en vez del gobierno. Las culturas que pertenecen a este tipo de culturas son las culturas asiáticas, africanas, del Europa sureño y americana latina. Estas culturas tradicionalmente se preocupen mucho sobre los asuntos familiares y sociales. Desde su primer día la persona se encuentra en su primer grupo, la familia. En la mayoría de las culturas colectivas las familias son numerosas y a menudo viven todos juntos. Puede incluir hijos, padres, abuelos, tíos y otros familiares. Entonces estas personas son los primeros árbitros de la vida de su miembro y ellos marcan la dirección de su desarrollo y la manera del comportamiento. Si hijos crecen en familias de este tipo, desde principio se perciben como parte del grupo «nosotros». Cada de las familias se distingue de otros grupos de la sociedad y es la razón para crear su propia identidad. Aquí se desarrolla relaciones de dependencia. El propio grupo protege el individuo durante toda su vida, pero al cambio demanda su lealtad.

En las culturas colectivistas la gente perciben el mundo y construyen su actitud basándose en los intereses del grupo. Para colectivismo es típica una estructura social rígida, donde hay una separación clara en «los míos» y «los otros». Las normas de la sociedad y las responsabilidades están establecidos por el grupo y las relaciones personales son más importantes que el alcance del objetivo. Se apoya los valores compartidos por todos y los que destacan a un individuo del grupo. La importancia de la persona depende más bien de su posición en la jerarquía social que de sus cualidades personales. La cultura enfatiza la pertenencia de cada uno a un grupo.

La menor parte de la humanidad viven en las sociedades donde los intereses individuales prevalecen sobre los del grupo. Estas sociedades Hofstede llama individualistas. En estas sociedades las relaciones entre personas dependen de los intereses individuales y las ambiciones de sus miembros, lo que explica los cambios en las relaciones dependiendo de las ambiciones e intereses. En estas sociedades la persona elige su estilo de vestir, su amigos, ocupaciones y parejas relativamente libremente y no la elección no depende de las opiniones del lado de la familia u otras personas. Esto no significa, que las personas en estas sociedades no experimentan la influencia de los demás. Pero su grado en las sociedades individualistas es únicamente menor, que en las culturas colectivistas.

Debido a lo expuesto, en países que pertenecen a las de cultura individualista, como Alemania, E.E.U.U., Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Holanda, las relaciones entre personas tienen menos importancia. Aquí lo más importante es el alcance del objetivo y esto prevalece sobre las relaciones personales. El nivel de lealtad en estas sociedades es muy bajo, las personas suelen pertenecer a varios grupos y pasar de una a otra dependiendo de los intereses. Aquí prevalece la competición sobre cooperación y colaboración. Sobre todo se valora los derechos del individuo y su opinión. Es favorable la capacidad de tomar las decisiones independientemente.

2) Distancia del poder (PDI – Power Distance) – la distancia en relación al poder – es el grado de voluntad de la gente aceptar el hecho de que poder está distribuido de manera poco uniforme en los organismos y entidades.

En las culturas con el índice de PDI alto, el poder es visto como algo dado, algo que tiene una base fundamental. Por eso los representantes de este tipo de cultura suponen, que el poder es la parte más importante de la sociedad y los que tienen poder suelen tratar sus subordinados como personas distintas de ellos mismos. Hay que señalar que en las culturas de este tipo normalmente el poder se toma de manera forzada. En sociedades con PDI alto se valora responsabilidad, puntualidad, conformismo, las orientaciones autoritarias, y forma de gobernar dura.

La pregunta sobre la legitimidad del poder en estas culturas no es tan importante, porque hay una convención en la sociedad en general de que el mundo tiene y debe tener ciertos desigualdades y que cada uno debe ocupar el sitio a cual está destinado. Ciertas culturas tienen una estructura jerarquía vertical y otras culturas la estructura jerárquica es menos pronunciada o el sistema que se utiliza es horizontal. En las sociedades con PDI alto los subordinados están dispuestos a aceptar la falta de igualdad en la distribución de las responsabilidades y se someten a todos los que ocupan los puestos superiores. Se suele mostrar mucho respeto a los que disponen de poder y se suele actuar con obediencia en su presencia. Estas culturas no toleran contradicciones abiertas, igual que la crítica dura o resistencia directa.

En culturas con PDI bajo predomina el punto de vista, según que la igualdad en la sociedad tiene que ser minimizada. Los representantes de este tipo de cultura considera que jerarquía es una manera condicional que sirve para establecer desigualdad en la sociedad. Por eso el mayor valor aquí tienen la igualdad en las relaciones, libertad personal y respeto al individuo. Los subordinados consideran que los directivos y ellos son personas del mismo nivel. Por eso la comunicación en estas culturas es mucho menos formal, la igualdad de los interlocutores es mucho más pronunciada y el forma de interacción suele ser más consultativa.

En culturas donde PDI es bajo la distancia emocional entre los directivos y subordinados suele ser mínima. Por ejemplo los trabajadores siempre puede acercarse al jefe para expresar su opinión o expresar alguna duda o crítica. Se ve normal desacuerdo y la resistencia abierta aquí. Al revés en la culturas con el PDI alto se establece una dependencia entre el directivo y subordinado. Los subordinados tienen que aceptar el potestad el directivo o tienen que rechazarlo por completo y cortar las relaciones con el directivo. En este caso la distancia emocional entre el directivo y el subordinado es muy grande. Los trabajadores pueden hacer preguntas en casos exclusivos y casi nunca se crítica al directivo.

3) Índice de evitación de la incertidumbre (UAI – Uncertainty avoidance) – el índice del grado de tolerancia de situaciones poco claras, intentos de escaqueárselas mediante creación de unas normas concretas, la fe en la verdad absoluta e intolerancia de comportamiento de desviación.

Evitación de incertidumbre es una de las reacciones de miembros de alguna cultura a la amenaza o peligro para ellos mismo o debido a una situación poco clara. El proceso de evitación supone eliminación de contactos con personas que conlleva un peligro potencial

o explícito. La importancia de esta dimensión tiene que ver con que la humanidad no conoce su futuro y siempre busca opción para conocerlo.

Entonces el sentimiento de incertidumbre es una parte innata a los seres humanos porque el humano no tiene la capacidad de predecir los eventos del futuro próximo o lejano. A la medida de lo posible la gente siempre buscaban la solución para poder predecir el futuro para rebajar el nivel del incertidumbre de su vida. Sin embargo las estrategias de evitación de incertidumbre se distinguen dependiendo de la cultura y dependen de la importancia que se atribuye al incertidumbre en la cultura correspondiente. Entonces Hofstede divide culturas en las con la dimensión UAI bajo o alto.

En las culturas de UAI alto la gente en situación de incertidumbre se estresan y experimentan miedo. Según Hofstede el alto nivel de incertidumbre se manifiesta no solo en nivel de estrés elevado, sino también en la liberación de una cantidad de energía grande. Por eso las culturas con UAI alto suelen ser más agresivas y para descargar esta energía crean unas vías especiales.

Los representantes de culturas con UAI alto intentan protegerse del incertidumbre creando multitud de normas que tiene que ser cumplidas religiosamente, creen en una verdad absoluta. No toleran personas con un patrón de comportamiento distinto, resisten cambios, no soportan ambigüedad, se preocupan sobre el futuro e intentan no arriesgar. Su comportamiento muestra claramente la tendencia al acuerdo dentro del grupo. Son bastante desasosegados y se preocupen por las cuestiones de la seguridad, experimentan una necesidad en instrucciones escritas, normas que garantizan algo de estabilidad en su vida. Las personas que pertenecen a culturas de este tipo prefieren los objetivos claros, tareas detalladas, horarios rígidos y planes de acción.

En las culturas con el índice de UAI bajo la gente están más dispuestas a arriesgar en las circunstancias desconocidas y por eso su cultura se caracteriza por un nivel de estrés y miedo más bajo. Entonces teniendo un nivel de miedo del incertidumbre bajo la gente no estarán contentos con demasiado reglamentación, normas y instrucciones. En las sociedades de este tipo las normas se establecen solo en casos de la necesidad absoluta. Dicho esto se encuentran más cómodo en las situaciones que abren más oportunidades para unas soluciones creativas. En estas culturas se considera que debe haber la menor cantidad de normas posible y todos deben contar con sus propias capacidades. Miembros de estas cultura perciben más fácil el factor de incertidumbre de la vida, no les asustan las actuaciones extrañas e ideas nuevas, exhiben tolerancia a todos fenómenos poco comunes, valora la iniciativa y están dispuestos a tomar riesgo.

4) Masculinidad (MAS – Masculinity) – es la valuación de la tendencia de la gente a ser tenaz y duro, enfocado en el éxito material a coste de los intereses de otras personas.

Las culturas con el índice de MAS los dominantes son los siguientes valores: tenacidad, poder, independencia, éxito material, apertura. En trabajo se valoran los trabajadores según la contribución real.

Las culturas con MAS bajo valoran conexiones emocionales entre personas, preocupación por otros miembros de la sociedad, la persona en sí. Hombres en estas culturas están obligados a ser tenaz, se espera que jugarán el papel activo en educación y cuidado de los niños. Entonces la educación en países con culturas con el índice de MAS bajo promueve solidaridad y modestia. Aquí se predicen la igualdad social, empatía a los infortunados, los conflictos se solucionan mediante negociación y compromiso. En el trabajo se valoran los trabajadores según el principio de igualdad.

En las culturas con el índice de MAS alto se tiende a utilizar los patrones de comunicación agresivos, mientras en las culturas con MAS bajo no es así. En las culturas con MAS bajo los miembros se enfocan en la dependencia mutua y la ayuda.

5) LTO

Orientación a corto-largo plazo Si la sociedad tiene el índice LTO alto, significa que los miembros de la sociedad están preparados para vivir en aras del futuro. Los miembros de culturas con LTO alto pueden renunciar a la satisfacción de sus necesidades en el presente con el fin de invertir en los futuros proyectos y programas, que incluso terminan tras varias generaciones. Están preparados para cambios y resultados, incluso negativos. Esto significa que la gente que pertenece a estos tipos de culturas toma con tranquilidad fracasos y esperan que vendrán los cambios positivos en futuro. Es posible que existirá más de una «verdad», dependiendo de los eventos actuales. Las tradiciones tampoco son sagradas e inquebrantables, se adaptan a la situación real. Las relaciones entre personas se determinan por el status. Aun así existen ciertos límites para cumplir las obligaciones, relacionados con status y condición social. Se valoran las cualidades como tenacidad, paciencia, perseverancia, capacidad de ahorrar, pragmatismo. La orientación a largo plazo es característica para los países del Este.

En casos de la orientación a largo plazo se valora más el pasado y el enfoque está en el momento presente. Los valores importantes son tradiciones, cumplimiento de deber, observación de la convencionalidad social. Debido a la presión de la sociedad se nota la ambición de vivir igual de bien que los demás, incluso si uno no se lo puede permitir y nunca perder su dignidad. Es característico la búsqueda de la «verdad». Perseverancia no es uno de los valores importantes.

Los estudios etnométricos se empezaron en 1990 y durante los próximos 20 años actualizaban los datos con estratos más amplios y variados, de distintas capas sociológicas, y en varias ciudades. España ha participado en esta investigación desde principio y ya tiene una base de datos acumulados y con un nivel de confianza bastante alto. Al cambio Rusia ha sido incorporada en la investigación relativamente recientemente y en justo en la época precedente de unos cambios sociales y culturales, relacionados con el desarrollo del país en el entorno post soviético. A pesar de eso, los datos recogidos originalmente eran representativos solo de una clase de personas muy restringida y no contaba con las diferencias territoriales. Por eso los datos disponibles en la base de datos de Gert-Hofstede necesitan ser actualizados y manipulados para realizar una comparación válida.

Los investigadores U. V. Latov y N. V. Latova han analizado varios estudios realizados en Rusia según la teoría de Hofstede y fueron capaces de sintetizar una base de datos que puede ser aproximadamente representativa de Rusia en general y permite hacer comparaciones estadísticamente válidos entre países.

Los índices para Rusia tienen un nivel de certeza relativamente alto dependiendo de datos disponibles.

Tabla 4. 1.

Índices de Hofstede	Valor	Comentarios
IDV – individualismo	50-60	en algunas zonas de Rusia puede ser más alto
PDI – distancia del poder	40-50	puede variar bastante en ambas direcciones
MAS – masculinidad	30-40	probabilidad alto de desviaciones al extremo más bajo, i. e. tiende al menos de 35
UAI – evitación de la incertidumbre	90 -110	bastante seguro
LTO – orientación a largo plazo	40-50	bastante seguro

Debido a la falta de estudios más rigurosos con datos suficientemente representativos de todo el país de Rusia, teniendo en cuenta el tamaño del país y las diferencias culturales regionales, es necesario operar con intervalos en vez de valores singulares, hablando de valor de los índices.

Tabla 4. 2

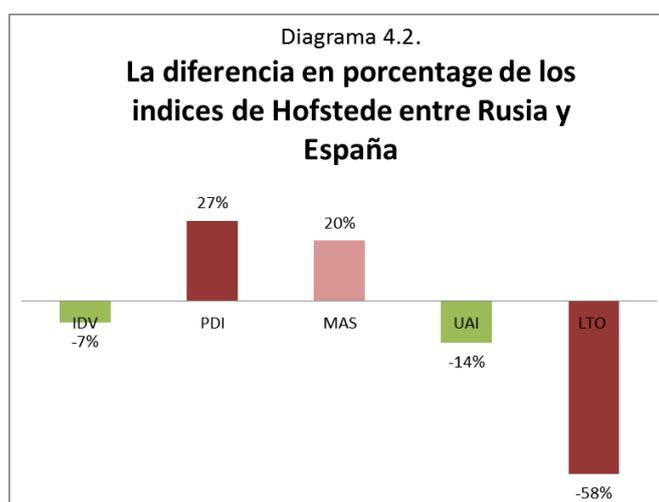
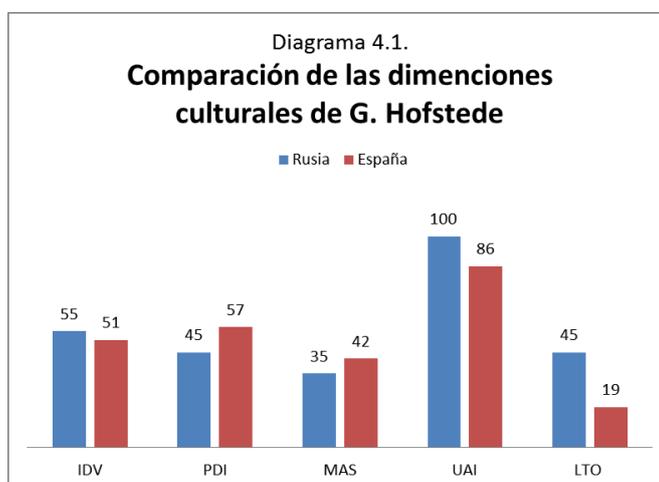
Índices de Hofstede	Rusia intervalo	Rusia	España
IDV – individualismo	50-60	55	51
PDI – distancia del poder	40-50	45	57
MAS – masculinidad	30-40	35	42
UAI – evitación de la incertidumbre	90 -110	100	86
LTO – orientación a largo plazo	40-50	45	19

Para facilitar la comparación de los índices entre Rusia y España vamos a utilizar los valores de los índices para Rusia ajustados medianos¹ y los valores de índices para España directamente de la base de datos de Hofsted Center². Diagrama 4. 1. representa los índices para cada de los cinco dimensiones según la teoría de Hofstede.

¹ Latov, Latova, 2007.

² <http://geert-hofstede.com/spain.html>

Se puede observar que en todos los dimensiones etnometricos menos LTO España y Rusia muestran valores bastante parecidos. La mayor diferencia se nota en valor LTO, donde el índice de España es 19 y de Rusia es 45.



Para entender mejor las diferencia relativas para cada de los dimensiones vamos a calcular el porcentaje de la diferencia entre los países para cada uno de los índices. Los resultados del cálculo están representados en el Diagrama 4. 2. Las dimensiones con la diferencia más pronunciadas son Distancia del poder (PDI, 27%) y Orientación a largo plazo (LTO, -58%). La dimensión de masculinidad (MAS, 20%) también muestra bastante diferencia aunque, teniendo en cuenta que los datos tienen un margen de error bastante elevado, y no podemos decir con toda la seguridad que la diferencia de 20% es significativa.

Hay que tener en cuenta, que los datos ajustados para el pueblo ruso señalan un nivel de inseguridad bastante alto y puede causar aspectos contradictorios en la interpretación de las comparaciones contradictorias. Debido a esta limitación vamos a destacar solo los aspectos cuya validez ha sido confirmada mediante las encuestas, entrevistas personales y la observación y tomar y utilizar los datos como direccionales.

Comparación por la dimensión Distancia de poder (PDI)

Ambas culturas, rusa y española, se encuentran con un nivel mediano en la escala de dimensión PDI. Aun así España en comparación con Rusia se encuentra con el índice de PDI un 27% más alto. Entonces, según las características corencuestados a la dimensión PDI descritas anteriormente, se puede concluir que, estando en España, los rusos pueden sentir que en comparación con Rusia hay más formalidades, menos tolerancia a desviaciones de normas y a la gente de comportamiento muy distinto, menos disposición a aceptar cambios o innovaciones. Estas características pueden ser frustrantes y crear tensión y estrés adicional al que está experimentando una persona viviendo en un país extranjero.

En las entrevistas varios encuestados de origen ruso han comentado que muchas veces se encontraban en situaciones cuando el nivel de formalidad y la cantidad de normas les resultaba frustrante. Sobre todo estos comentarios se referían a la rigidez de los sistemas públicos y oficiales, a la hora de formalizar visados, incorporación en las entidades educativas y durante la interacción con representantes de bancos.

Este resultado puede ser muy práctico, si está en conocimiento de los inmigrantes residentes o temporales. Al estar preparado para el hecho que muy probablemente se van a encontrar en las situaciones burocráticas, que pueden ser tediosas y que les van a exigir cumplir estrictamente las normas establecidas, que muchas veces las normas van a tener la prioridad sobre las circunstancias y razones lógicas de uno, el inmigrante tomara un actitud más colaboradora y tomará las medidas necesarias para evitar situaciones frustrantes como la necesidad de reponer las solicitudes, esperas prolongadas y tomará la iniciativa de informarse en más detalle sobre los requisitos.

Comparación por la dimensión Masculinidad (MAS)

Según los datos el índice de masculinidad en la cultura española es 20% más alto, que en la cultura rusa. Unos de las indicaciones de esta diferencia se puede observar en el estilo de comunicación, que según la teoría de Hofstede es más agresivo en las culturas con el índice de masculinidad más alto. Es cierto, que los españoles en comparación con los rusos hablan más alto, con más intensidad, hablan mucho e interrumpen, intentando conseguir que cada uno participe en la conversación y exponga su opinión activamente.

Este conocimiento debe ser de interés y valor practico para los inmigrantes rusos. Sobre todo, es importante entender, que este estilo de comunicación ha sido formado por la cultura de España y que

- no puede ser interpretado con el marco cultural ruso, porque puede llevar uno a la conclusión, que el interlocutor español está mostrando falta de respeto, mientras en realidad él o ella no tiene esta intención, simplemente se está portando según las normas de comportamiento comunicativo de su propio país;

- es importante formar la capacidad de comunicación que podría encajar mejor con los patrones de comunicación españoles para evitar que los españoles hagan unas conclusiones equivocadas, tales como falta de interés en la comunicación por parte del interlocutor o que disgusten al oyente, y para facilitar el desarrollo de vínculos sociales, las que van a ser de ayuda para integración a la sociedad española más exitosa.

Otro aspecto es independencia vs. dependencia mutua. Como la cultura española tiene un índice de masculinidad más elevado en comparación con Rusia, en España se valorará más la independencia que la dependencia mutua y solidaridad. Según los resultados de las entrevistas y la observación, la diferencia en entendimiento de independencia en la vida cotidiana causa conflictos y reacciones adversas. Por ejemplo, si se trata de una pareja donde el hombre tiene origen español y la mujer origen ruso, la mujer puede sentirse abandonada porque el hombre, aparte de actividades comunes, va a planear sus actividades independientes y pasar su tiempo libre, incluso vacaciones, con sus amigos sin que la mujer esté presente. En Rusia no es tan común y a veces hasta mal visto. Las parejas suelen planear y hacer casi todo juntos, creando un círculo de amigos mutuos. Parecidos malentendidos se puede encontrar en relaciones amistosas o familiares.

De parte de la persona que está intentando integrar en la sociedad española, es importante reconocer que este tipo de comportamiento es característico de los españoles, refleja los valores nacionales y sociales y no es la muestra de la actitud personal.

La dimensión LTO será analizado más adelante en relación con otros factores determinados durante el proceso de investigación.

4. 1. 3. European Survey de Valores

El siguiente párrafo está basado en datos de “Encuesta Social Europea”, un estudio internacional comparativo, ejecutado en 25 países.

The European Social Survey (the ESS) is an academically-driven social survey designed to chart and explain the interaction between Europe's changing institutions and the attitudes, beliefs and behaviour patterns of its diverse populations. The ESS was established in 2001, and was led by its founder and coordinator Roger Jowell until his death in December 2011. (<http://www.europeansocialsurvey.org/>)

Dentro del marco de este trabajo el autor plantea exponer los resultados de un estudio sobre los valores del pueblo ruso y compararles con los valores del pueblo español. El estudio ha sido realizado por los científicos Magun V. y Rudnev M. (mira los detalles en el apartado 3.1.). Los datos utilizados en este análisis fueron recogidas de manera escrupulosa y de acuerdo con los requisitos científicos.

El estudio de Magun y Rudnev define los valores humanos como convencimientos en importancia para la persona individualmente, es decir que este estudio está investigando los valores personales. Aun así no se debe olvidar, que los valores personales pueden ser suelen ser determinados por convencimientos sociales.

Valor – es sinónimo a no indiferencia de una persona a algún aspecto o fenómeno de la realidad. Aquí la realidad normalmente se hace constar cuando algún concepto, hecho u objeto, necesario para el desarrollo y preservación de humano, no está presente (por ejemplo el empleo o libertad de expresión), o en caso cuando el objeto o concepto está presente, pero su presencia se percibe como un fenómeno temporal, como algo que no se percibe como dado.

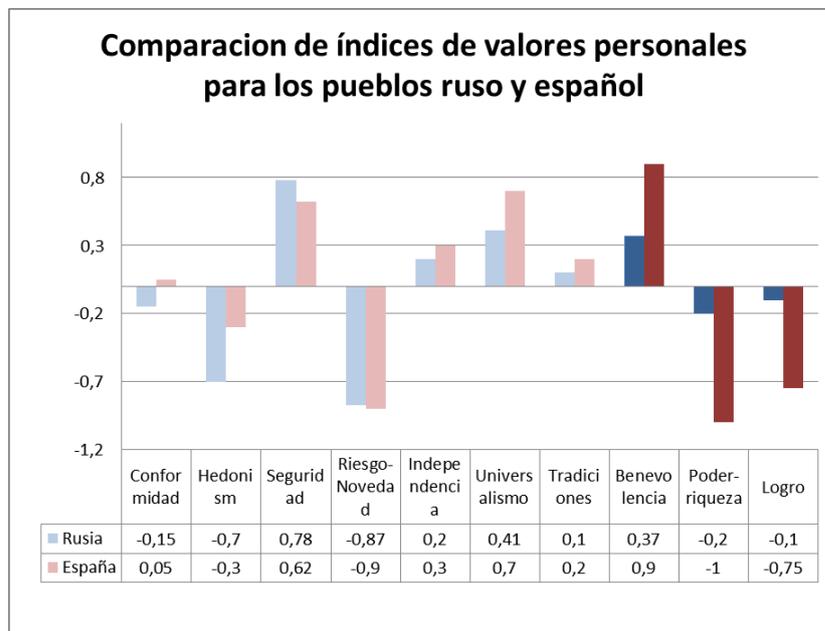
La comparación de Rusia con otros países europeos en índices de 10 valores tipológicas.

Tabla 4.1.3A: Jerarquía de índices de valores, según la metodología de Sh. Shvartz.

Ejes de valores	Categorías generalizadas	Valores tipológicos	Las frases originales propuestas a los participantes
Apertura a los cambios - Conservación	Preservación	Seguridad	Es importante vivir en un entorno seguro. Evita a todo lo que pueda amenazar a su seguridad. Es importante que el estado garantiza su seguridad en todos los aspectos. Quiere que su estado sea fuerte y capaz de proteger a sus ciudadanos.
		Conformidad	Está convencido de que la gente tienen que hacer lo que les digan. Opina que la gente siempre tienen que seguir las normas, incluso en casos cuando nadie está vigilando. Es importante siempre portarse correctamente. Intenta no cometer los actos que podrían ser mal vistos por los demás.
		Tradiciones	Es importante ser humilde y modesto. Intenta no llamar mucha atención. Valora tradiciones. Intenta seguir los costumbres religiosas y familiares.
	Apertura a los cambios	Independencia	Es importante inventar algo nuevo y tratar todo de manera creativa. Le gusta hacer todo a su manera única y personal. Es importante tomar sus propias decisiones sobre sus acciones. Le gusta ser independiente y libre de los demás.
		Riesgo-Novedad	Le gustan las sorpresas, siempre está buscando nuevas actividades. Opina que lo importante de la vida es probar muchas cosas distintas. Busca aventuras, le gusta arriesgar. Quiere vivir una vida llena completa y repleta de eventos.
		Hedonismo	Es importante pasar el tiempo bien, disfrutar. Le gusta mimar a sí mismo. Aprovecha cualquier momento para disfrutar y divertirse. Es importante hacer lo que le gusta.
Salida fuera de los	Autorrealización	Logro	Es importante mostrar sus capacidades. Quiere que la gente admiran de lo que hace. Es importante ser muy exitoso. Espera que los demás reconocerán su logros.

		Poder-riqueza	Es importante ser rico. Quiere poseer mucho dinero y objetos caros. Es importante que los demás le respetan a él. Quiere que la genta haga como él diga.
Salida fuera de los límites de su propio "yo"	Benevolencia	Es muy importante ayudar a los demás. Quiere cuidar de su bienestar. Es importante ser fiel a su amigos. Le gustaría dedicarse a las personas allegadas. Es importante que todas las personas del mundo estén tratados de la misma manera. Está convencido que todos deben disponer de las mismas oportunidades.	
	Universalismo	Es importante escuchar a la opinión de otras personas, diferentes de él. Incluso en casos de que no esté de acuerdo con ellos, quiere llegar a entender su punto de vista. Está convencido que las personas tienen que cuidar de su entorno natural, de la madre naturaleza. Es importante cuidar del medio ambiente.	

La comparación de los índices de valores personales de los rusos y los españoles, indica que de los 10 valores examinados en el estudio, se destacan tres valores con los índices drásticamente diferentes entre los dos pueblos. El Diagrama 4.1.3.A ilustra las



diferencias, exponiendo el valor del índice en la eje vertical y el valor correspondiente en la eje horizontal (si el coeficiente de valor es negativo, esto significa que el índice es bajo que la media).

Se ve claramente, que los valores con los índices más diferentes entre los dos pueblos son Benevolencia, Poder-riqueza y Logro. Dos de estos valores, Poder-riqueza y Logro,

Diagrama 4.1.3.A

forman la categoría Autorrealización y en total es la categoría donde los índices se difieren más entre los dos pueblos analizados.

Interpretando los resultados y basándose en la interpretación de los valores utilizados en este estudio se puede decir que para los españoles como un grupo de individuos es mucho menos importante que para los rusos:

- mostrar sus capacidades
- recibir felicitaciones de los alrededores
- ser reconocido por sus logros
- llegar a tener
- asegurar que la gente hace lo que él dice
- ser rico
- tener mucho dinero y cosas de valor alto
- ser respetado

Aun así, los datos de la investigación de Magun y Rudnev muestran, que los dos pueblos consideran los mismos valores como los más importantes. Los diagramas 4.1.3 B y C exponen los valores sorteados según su importancia para cada uno de los dos pueblos. Resulta que los tres valores más importantes para los dos pueblos son iguales y son Seguridad, Universalismo y Benevolencia. Sin embargo para los españoles el valor más importante es el de Benevolencia, mientras para los rusos es Seguridad. La Seguridad para los españoles ocupa el tercer puesto y Universalismo ocupa el segundo puesto para los dos pueblos.

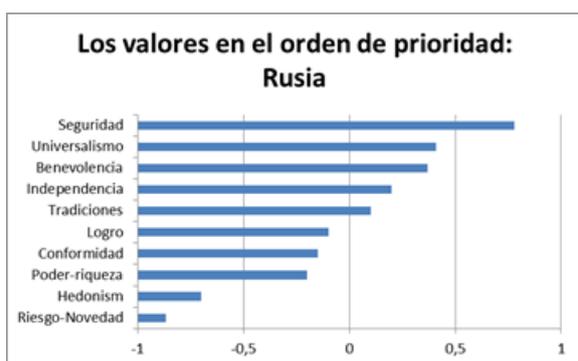


Diagrama 4. 1. 3 B



Diagrama 4. 1. 3 C

Por lo tanto se puede decir que para los rusos y para los españoles unas de las cosas más importantes son:

- vivir en un entorno seguro
- evadir todo lo que pueda amagar a su seguridad

- que el estado garantiza su seguridad en todo aspectos, que sea fuerte y capaz de proteger su seguridad
- escuchar el opinión de otras personas con opiniones distintas y incluso cuando no esté de acuerdo con ellos, quiere entender su punto de vista
- convencido de que la gente tienen que proteger la naturaleza, se preocupa a por el medio ambiente
- ayudar a los en su alrededor
- ser fiel a su amigos, le gustaría dedicarse a sus personas más cercanas
- que cada persona este tratada de la misma manera, está convencido que todo el mundo debe tener las mismas oportunidades en la vida

El hecho de que los dos pueblos coinciden en nombrar los mismos valores como los más importantes nos lleva a concluir que las culturas rusa y española tendrá bastante poca distancia cultural.

Además se puede notar, que para los españoles la categoría (mira la Tabla 4.1.3. esta categoría incluye valores Benevolencia y Universalismo) de valores más importante es la Salida fuera de los límites de su propio “yo” y para los rusos esta categoría es la más importante después de la Seguridad.

Parece ser que estos valores también tienen la prioridad universal, porque para muchos de los países incluidos en el análisis la categoría Salida fuera de los límites de su propio “yo” se encuentra entre los tres primeros, combinada con la Seguridad, Independencia u otra. Lo cual muestra que son valores universales a cierto punto para los países europeos incluidos en la encuesta.

Los investigadores decidieron ir un paso más adelante y “limpiar” los datos, disponibles en la base de datos en ESS, de los probables efectos de otros variables. Así fueron capaces de conseguir identificar cuáles de los 10 valores analizados se determinan por factores nacionales y cuales por otros factores personales. Para realizar la “limpieza” o más bien control estadístico, han incluido en los modelos del análisis de regresión otros factores, los que manifestaban su relación a los valores elegidos en los estudios anteriores. Estos factores incluyen edad, genero, pertenencia a la memoria étnica, características personales de los padres como la educación universitaria, existencia de relaciones con padre, con madre y otros. Son todas las características que puedan influir a los índices de valores del encuestado, pero no tienen el efecto recíproco.

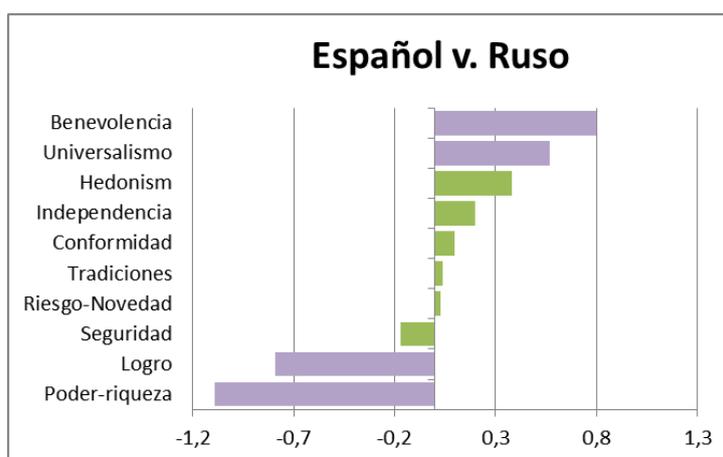
La primer y la más importante conclusión que fue sacado por los investigadores es que existe relación entre los factores nacionales y personales y los valores investigados. Las características demográficas – el género y la edad tienen correlación estadísticamente significativa con todas de los 10 valores investigados. Los otros factores también muestran correlación pero solo con ciertos valores y del grado menor.

Para determinar la influencia del factor nacional a los valores, los investigadores han tomado los datos de encuestados rusos como un grupo de control y han derivado los coeficientes de regresión para todos los países en relación con Rusia. El análisis mostró

que prácticamente todos los coeficientes son estadísticamente significativos. Es decir que la diferencia en índices de valores depende significativamente del país del origen del encuestado.

El diagrama 4.1.3. D muestra los índices de comparación de valores personales entre el pueblo ruso y español al nivel individual, en vez de la comparación al nivel nacional comentada antes. Todos los índices derivados en análisis de Magun y Rudnev están disponibles en el Anexo 2 del presente trabajo.

Diagrama 4. 1. 3 D



En este diagrama estamos observando que las diferencia más pronunciados en los índices de valores son para los siguientes valores:

- Benevolencia,
- Universalismo,
- Logro y Poder-riqueza.

En general las conclusiones que podemos sacar de la comparación de índices al nivel individual coinciden con los conclusiones recibidos de la primera comparación al nivel nacional.

Es interesante notar, que el valor de Poder-riqueza está percibido en Rusia de una manera bastante peculiar en comparación con otros 23 países investigados, lo cual significa que esta diferencia es más bien universal comparando con la mayoría de los países europeos y no específica para España.

A continuación Magun y Rudnev proponen todavía otra manera de analizar los datos, uniendo los índices en dos eje “Apertura a los cambios – Conservación” y “Salida fuera de los límites de su propio “yo” – Autorrealización” (mira la Tabla 4.1.3A). Luego investigan si hay presencia de unas relaciones estadísticamente significativos entre estos dos ejes de valores y los factores demográficos, mencionados antes.

Resulta, que la eje de “Apertura a los cambios – Conservación” es bastante más determinada por los factores demográficos como edad y genera, mientras su nacionalidad aunque tiene influencia, es del grado bastante menor. El coeficiente de la influencia del factor “edad” es 0,43 y el coeficiente de nacionalidad no supera 0,09.

Por otro lado la eje “Salida fuera de los límites de su propio “yo” – Autorrealización” al contrario es determinado bastante más por la nacionalidad que por los factores demográficos. El coeficiente estandarizado para el parámetro del género es 0,08 y de edad -0,01, mientras el coeficiente medio (modulo) de pertenencia a la nacionalidad es 0,16.

Utilizando los resultados de la investigación de Magun y Rudnev se puede decir que, para pronosticar la orientación de una persona en valores del eje “Apertura a los cambios – Conservación” es más importante saber su edad y género, mientras para pronosticar la orientación de una persona en valores del eje “Salida fuera de los límites de su propio “yo” – Autorrealización” es más importante saber en qué país vive, o su nacionalidad.

Ahora volvemos a referirnos al diagrama donde se compararon las diferencias en valores entre rusos y españoles al nivel individual. Como ha sido mencionado antes, las valores con más diferencia son Benevolencia, Universalismo, Logro y Poder-riqueza. Resulta que son los cuatro valores que forma la eje de “Salida fuera de los límites de su propio “yo” – Autorrealización”.

Entonces podemos concluir que los valores que se perciben del modo distinto los pueblos ruso y español están determinados por el factor nacional. El factor nacional significa el país donde vive la persona, es decir la sociedad de su país. Al mismo tiempo, los valores que se perciben del modo más parecido están determinados por los factores demográficos, o en otros palabras universalmente dependen de la persona.

Esta conclusión nos lleva al hipótesis que para facilitar la interacción intercultural entre españoles y rusos, se debe empeñar en los estudios y entender el sistema social del otro país. Sin embargo, no se puede aminorar la importancia de la capacidad de entender y saber el idioma local, pero por ejemplo asegurando el entendimiento lingüístico mediante sus propios conocimientos o a través del interprete, los interlocutores deben prestar atención a los aspectos de comunicación, relacionados con el sistema social del otro país.

Los valores del eje “Apertura a los cambios – Conservación” la que incluye Seguridad, Conformismo, Tradición, Independencia, Riesgo-novedad, Hedonismo van a ser percibidos por un ruso y por un español de una manera bastante parecida en los términos de importancia. Las pocas diferencias que hay van a ser determinados por el factor demográfico, es decir el factor individual, como edad o género.

Al cambio la mayor diferencia cultural viene de la percepción de los valores del eje “Salida fuera de los límites de su propio “yo” – Autorrealización” la que incluye Logro, Poder-riqueza, Benevolencia y Universalismo. Según los datos de la encuesta el español en comparación con el ruso es:

- mucho más benevolente

- mucho más universal
- mucho menos se preocupa por los logros
- mucho menos se preocupa por el poder-riqueza

Además las cuatro de estas características están determinados sobre todo por el factor nacional. Al tener una percepción tan distinta de los dichos 4 valores, se puede suponer, que las causas de fracasos de comunicación y malentendidos pueden venir de estas diferencias porque los valores forman parte de los antecedentes culturales.

Vamos a hacer una hipótesis de unas situaciones donde la percepción de los valores diferentes podrían causar unos malentendidos.

Universalismo

Según la encuesta el valor Universalismo está definido por las siguientes frases: “para él es importante escuchar la opinión de otras personas, distintas de el mismo, aunque no esté de acuerdo con su opinión le interesa entenderle”. En otras palabras se puede decir que las personas que viven en las sociedad con el valor de universalismo tan pronunciado, como los españoles, dan por hecho que la opinión de cualquier persona esté respetado y están acostumbrados a respetar la opinión, decisión, actuación, etc. de otras personas y esperan lo mismo en respeto a sí mismo. Este actitud favorece que los miembros de la sociedad se sientan libres en sus actuaciones y expresiones. Esto se manifiesta en la sociedad español al nivel cotidiano, cuando por la norma general el español no se va a callar cuando esté indignado, preocupado, curioso, etc. y no va a sentirse incomodo a pedir o preguntar algo.

El grado de esta libertad se hace más obvio en comparación con el comportamiento de los rusos. Para ellos hay muchas situaciones cuando la persona no va a decir o hacer algo porque está mal visto, por algún tipo de limitación impuesto por la sociedad claro o supuesto. Se puede decir que la continencia y la vergüenza son virtudes incentivados en la sociedad rusa en todos los partes de vida e interacción. Los rusos no se sientan tan libres en expresarse, porque siempre encontraran algunos obstáculos sociales que les van a impedir serlo.

Entonces a la hora de interacción entre un ruso y un español podrían producirse el siguiente incomodidades y posiblemente fracaso comunicativas:

el español puede sentirse reprimido por el ruso porque el ruso no está acostumbrado a dejar tanto libertad a actuación, y espera que todo el mundo subordina a las pautas sociales consideradas como norma social por el ruso.

El típico ejemplo de la vida cotidiana es cuando la pareja rusa exige que el español haga una serie de cosas y el español lo toma como una repromisión de su libertad personal.

Benevolencia

Según la encuesta de ESS el valor Benevolencia está definido por las siguientes frases: para él es muy importante ayudar a los alrededor, le apetece cuidar de su bienestar, es importante para él ser fiel a sus amigos, le gustaría dedicarse a su gente cercana. Es importante para él que todo el mundo esté tratado de la misma manera. Está convencido que todo el mundo tiene que disponer de las oportunidades iguales en la vida.

Otra vez, aunque este valor para los rusos está dentro de los 3 valores más importantes, igual que para los españoles, la diferencia se muestra en la magnitud de la manifestación de este valor. La diferencia de magnitud de manifestación del valor Benevolencia consta 80% entre los españoles y los rusos.

¿En qué situaciones se puede experimentar esta diferencia cultural? Como el ejemplo de la vida cotidiana puede ser el concepto de hospitalidad. Para los españoles el invitado debe sentirse cómodo, es lo más importante (“le apetece cuidar de su bienestar”) y si no se fuma en la casa de anfitriones y el invitado fuma, le ofrecerán a fumar y no mostraron ningún disgusto. Al cambio los rusos son gente muy hospitalales, pero las normas de la casa deben ser respetados por todo el mundo, incluso por los invitados, y los anfitriones no tendrán ningún problema ofrecer al invitado a salir a la calle a fumar.

Las diferencias en los valores de Logro y Poder-riqueza en general significan que los inmigrantes del origen ruso suelen ser más ambiciosos. Dentro del marco del presente estudio no se encontraron las zonas en el aspecto de comunicación intercultural que pueden causar unos fracasos de comunicación intercultural. Aun así esta diferencia puede ser un tema de futuras investigaciones y experimentos que pueden revelar unos patrones de comunicación intercultural digamos “escondidas” en la subconsciencia de los representantes de las dos culturas.

4. 2. Identificadas diferencias de antecedentes culturales entre españoles y rusos, que causan fracasos de comunicación intercultural

En esta capítulo se expone los antecedentes culturales que fueron identificados mediante el análisis de los fuentes primarios y secundarios. Se destacan tres temas principales donde el autor fue capaz de identificar y justificar los causantes de fracasos de comunicación. El primer caso y uno de los más importantes es el uso de patrones lingüísticos para de realizar la solicitud directas e indirectas y las denegaciones. El siguiente es las diferencias en el entendimiento del concepto de corrupción y por último es el papel de la comunicación fática en la cultura española.

4. 2. 1. Distintas percepciones de solicitudes directas dependiendo de la cultura

El estudio realizado por Eva Ogiermann se trata de análisis de formas de solicitudes utilizadas en distintas culturas. Particularmente Ogiermann distingue entre las de solicitud directas, tan comunes en culturas Rusa y Polaca, y solicitud indirecta, más utilizados en culturas inglesas y alemana.

La propia acción de solicitud es bastante estudiada en la esfera de investigaciones multiculturales. Esto se debe al hecho de que la función social que conlleva la acción de solicitud. Al realizar la solicitud se pretende que el receptor de la solicitud haga algo para el orador, lo cual supone un “coste” para el receptor. Hay que tener en cuenta que la acción de solicitud impone al receptor la posibilidad de “quedar mal” y supuestamente hacer algo que no es resultado de su propia voluntad y que pone límites sobre sus acciones. Entonces el objetivo del orador saber expresar la solicitud de una manera apropiada dentro del dado marco social y cultural. Los estudio interculturales sobre los aspectos pragmáticos manifiestan que las formas de realizar solicitud se difieran en distintas culturas y a veces drásticamente (los estudios como House and Kasper: 1981, Blum-Kulka: 1987, 1980; Sifanou: 1992, Barron: 2008, etc.).

La variedad intercultural de solicitar: imperativo v. interrogativo

Las teorías de cortesía pragmática (como las de Leech: 1983, Brown and Levinson: 1987) suponen que existe una correlación entre cortesía, o digamos buena educación, y ausencia del uso de solicitudes directas. Según los estudios de Leech, utilizando la forma indirecta para hacer una solicitud, implica que el receptor tiene más opciones al responder y que menos directa es la solicitud, que más cortes es el orador.

Sin embargo la teoría de Brown y Levinson no cuenta con que en algunas culturas la claridad pragmática es más apreciada, porque la manera directa de realizar la solicitar se asocia con la honestad, un valor de alta nivel en aquellas culturas. Mientras las solicitudes indirectas para los representantes de estas culturas ofrecen más opciones de interpretación de la solicitud (Blum-Kulka 1987, 133) e incluso pueden crear la impresión de que el orador está intentando manipular el receptor. Esta forma de interpretar la manera indirecta de realizar la solicitud es muy común en cultura Rusa, la que se basa más en los principios de honestad y sinceridad que en preocupación de mantenimiento de “buena imagen” (Rathmayr 1994, 271). Todavía más, las maneras más indirectas de hacer solicitud pueden ser percibidas como pérdida del tiempo del receptor (Zemskaja 1997, 297) y pueden provocar la reacción que significa el rechazo a participar en un juego de manipulación, iniciado por el solicitador, lo cual lleva al fracaso de comunicación. Ha sido mostrado también que el receptor ruso no percibe la solicitud directa como imposición sobre su libertad personal y la opción de rechazo supone menor grado de sentimiento o preocupación de “quedar mal”.

Aun así la teoría de Brown y Levinson reconoce, que todos los oradores preocupen por la imagen que producen y que la interacción verbal afecta al imagen de los dos interlocutores. Las estrategias indirectas permiten al orador evitar la responsabilidad por sus acciones, lo cual no es posible en caso cuando se utilizan las estrategias directas (Brown y Levinson 1987, 73). Las estrategias indirectas permiten a mantener la “buena imagen” al orador y receptor, incluso en caso cuando el receptor elige rechazar la solicitud simplemente ignorando la pista y el orador puede continuar la conversación como no hubiese hecho la solicitud.

En las culturas donde la manera indirecta de hacer solicitud es más común y está asociada con la buena educación y cortesía, se entiende así el receptor tiene la oportunidad de evitar crear mala imagen por no tener que rechazar de manera explícita, mientras en las culturas donde el estilo de conversación es más directo, la manera indirecta de hacer solicitud se entiende como el intento de orador evitar crear la imagen negativo, lo cual aumenta la imposición para el receptor. La falta de expresar su solicitud directamente puede ser interpretada como la intención de manipular el receptor y ponerle le en unos circunstancias cuando se verá obligado tomar la iniciativa de cumplir el deseo del orador. En este caso la opción de ignorar la solicitud implícita no se aplica porque el receptor se ve obligado actuar y no tiene ninguna oportunidad de rechazar la solicitud porque no ha sido expresa directamente, mientras ignorando la solicitud implícita para la persona de la cultura donde esta aceptada la manera directa de solicitar será falta de educación.

En caso de la lengua rusa, es más común encontrar una solicitud formulada como imperativo y no será entendida como forma maleducada. Para suavizar el significado de la solicitud suelen utilizar diminutivos y cambio de entonación. Aunque en otros idiomas como inglés, alemán o español esta manera de expresarse y sobre todo hacer solicitud puede ser interpretada como la manera maleducada.

Según los datos de este estudios los ruso hablantes utilizaron 35% de imperativos para hacer la solicitud (las formas imperativas son más común en el contexto formal, caracterizado por mucha distancia social) en comparación con ingles hablantes que utilizaron 4%, alemanes 5% y españoles 10% de frases imperativas. La diferencia es drástica, y es curioso que en 97% de casos los ingles hablantes y 88% los alemanes han utilizado la frase en forma de integración para hacer la solicitud, mientras los rusos han utilizado la forma de integración solo 65% de casos.

Se puede concluir que los rusos también utilizan las formas interrogativas para hacer la solicitud y las utilizan más que las formas con imperativo, lo cual significa que no tendrán problema de interpretar esta forma de expresar la solicitud por una persona extranjera. Al cambio los ingleses y alemanes al no tener en su cultura de habla formas educadas de hacer la solicitud utilizando imperativo, probablemente no sabrán interpretar correctamente una solicitud expresada en forma de imperativo.

Curiosamente los resultados de la investigación de Ogiermann coinciden con los resultados de las dimensiones etnometricas de Hofstede. Las culturas con el índice de Orientación a Largo plazo bajo, como Inglaterra y Alemania, experimentan mucho presión de la sociedad

y una de los valores es preservar la “buena cara” o la “buena imagen” y es la explicación fundamental porque se las solicitudes se hacen de forma indirecta según Ogiermann y los otros estudios citados por ella.

Ahora bien, que la valor de dimensión de LTO atribuida a la cultura española era 19 según la teoría de Hofstede, lo cual sitúa España entre los países como Inglaterra y Alemania en términos de LTO dimensión y se puede hacer la generalización que en España se utilizará las formas de realizar solicitudes indirectas dentro del marco de lo que está considerado de buena educación y aceptada por la sociedad.

Sin embargo la dimensión LTO para Rusia es 45, 58% más alto que de España. Esto marca una diferencia drástica en términos asociados con la dimensión LTO, uno de ellos siendo la preocupación a por la “buena imagen”.

Careciendo el conocimiento sobre la descrita diferencia cultural, una persona de origen ruso que sabe expresarse en español, no estará asegurada de que no surgirán las situaciones incómodas e incluso negativos a la hora de interacción con el pueblo español debido a que utilizará las formas de realizar la solicitud utilizados en Rusia, simplemente traduciéndolos al Español.

La importancia del receptor

El análisis destaca que las construcciones interrogatorias pueden ser formuladas con la 1ª o la 2ª persona, por lo cual representa la perspectiva del orador o de receptor (Blum-Kulka et al. 1989, 19). Ha sido mostrado que la elección de la 1ª o 2ª persona puede afectar la fuerza la expresión. Según Blum-Kulka evitando nombrar el receptor como el actor puede reducir el grado de obligación que supone la forma de realizar solicitud.

Por otro lado, Leech propone que la solicitud también puede ser suavizada si la expresión omite el “coste” al receptor. Es decir, “Could I borrow this drill?” es una forma más educada que “Could you lend me this drill?” (Leech 1983, 134) en inglés.

Es interesante notar que en inglés existen dos verbos distintos que significan la acción de préstamo, pero un verbo se refiere al concepto de préstamo del punto de vista del receptor (borrow) y el otro verbo – del punto de vista del actor (lend). Ni en español, ni en ruso no existen equivalentes para los dos verbos, en ambos idiomas se utiliza el mismo verbo. Por eso, hay que tener cuidado presumiendo que la interpretación de los papeles del orador y receptor son iguales en todas las culturas.

En culturas que valoran más la independencia y prefieren la manera indirecta de expresión, formulando la solicitud en la 1ª persona será percibido con un cierto grado de probabilidad como el intento de suavizar la imposición. A la vez, en culturas que valoran más la franqueza, el hecho de representar el orador (solicitador) como el responsable del resultado positivo de su propia solicitud, puede ser interpretado como manipulación.

Según los datos del estudio había solo 4% de las solicitudes formuladas en la 1ª persona en ruso, en comparación con 76% en inglés y 63% en alemán, lo cual comprueba lo dicho anteriormente.

Aunque en ruso no es imposible hacer la solicitud en la 1ª persona, ha sido expuesto, que la habla a la hora de realizar una solicitud de la 2ª persona se considera en general más educada que de la 1ª persona, así se refleja la parte importante de la cultura rusa – reconocimiento del papel del receptor de la solicitud (Nikolaeva 2000, citado en Ogiermann). Ofreciendo al receptor claramente el poder decisivo sobre el resultado positivo o negativo de la solicitud se muestra el respeto al receptor de la solicitud.

Se puede concluir que las estructuras en imperativo y las que toman la perspectiva del receptor se encuentran más a menudo en Europa Este que Oeste. Esto puede significar que en las culturas eslavas una solicitud no se toma como la amenaza a la imagen del receptor de la solicitud, pero en las culturas de la Europa Oeste una solicitud directa supone imposición.

En conclusión podemos suponer que en caso que una persona de origen ruso utiliza los mismos patrones para realizar una solicitud estando en España en la lengua española, cada cuarta solicitud resultará de mala educación desde punto de vista de los españoles (la diferencia entre 35% de veces los rusos utilizan imperativo a la hora de realizar solicitud, 10% los españoles utilizan imperativo a la hora de realizar solicitud. La diferencia de frecuencias es 25%).

Esta conclusión muestra la necesidad de aprender las maneras educadas utilizadas por los españoles. En este caso se trata sobre las formas de realizar solicitud en concreto, pero es muy probable que otros aspectos de habla también pueden tener unas diferencias drásticas y necesitan ser investigados precisamente con el enfoque ruso-español. Como la manera de habla es una acción instintiva y aprendida desde nacimiento, probablemente ninguno de los dos participantes no está consciente sobre las formas específicas de expresarse, es la razón porque no va a ser suficiente simplemente enseñar las formas utilizadas, será necesario las explicaciones de nivel cultural y cognitivo.

4. 2. 2. Corrupción

Según el análisis comparativo ejecutado por la organización Transparency International, Corruption Perceptions Index (CPI) tiene correlación positiva con el índice de Hofstede PDI. Es decir que mayor es el valor de índice, que más elevada es la percepción de corrupción.

Aplicando esa relación a los índices independientes de Rusia y España, resulta que en España se percibe el nivel de corrupción más elevado que en Rusia. Aun así eso no indica que el nivel de corrupción en España es más alto, que en Rusia, sino refleja las actitudes de

la población. Es más probable, que los rusos perciben ciertos casos de corrupción como algo normal, o más bien como una realidad, y aunque están conscientes de que es corrupción lo aceptan. Es cierto que en Rusia existe corrupción no solamente al nivel estatal o burocrático, sino al nivel cotidiano y es bien sabido que para ir al médico, entrar a la universidad, solucionar un ticket de tráfico es preferible llevar algo como un regalo o pagar directamente. Esta práctica es tan común en Rusia, que hasta existen cuotas informales para sobornos. Por ejemplo hay cuotas de sobornos para una todas las violaciones de tráfico, para ingresar a la universidad, con el desglose de “tarifas” para cada universidad, para formalizar la educación de hijos en la guardería elegida, para servicios sanitarios, etc.

La situación de corrupción en los dos países es uno de los antecedentes culturales, que determinan diferencias culturales a la hora de interacción intercultural. La presencia de corrupción a la escala pequeña es tan común que el patrón de comportamiento una persona rusa puede utilizar subconscientemente y recibir una reacción inesperada o simplemente crear una situación incómoda, lo cual será un factor complementario negativo en el proceso de integración, perjudicando la confianza y capacidad de la persona a adaptarse a su entorno.

Este hallazgo teórico se comprueba por datos primarios de la encuesta de los traductores ruso-españoles y has sido revelado durante las entrevistas personales.

Sería de mucha ayuda, teniendo en cuenta, la disparidad de realidades culturales entre los dos países en el aspecto de corrupción, provenir información orientativa sobre los costumbres y normas en España en esta esfera.

4. 2. 3. Comunicación fática

Es importante crear la conciencia sobre las particularidades de su propia cultura, que al ser absorbidos desde el nacimiento no se constan obvios.

Una de las maneras es estudiar las reacciones y percepciones de los extranjeros. Ellos pueden reflejar basándose en sus estereotipos y tradiciones culturales y notaran seguramente los aspectos que les resultan extrañas. Aunque también habrán aspectos que ellos interpretarán como una característica universal para un pueblo extranjero, la cual en realidad es una interpretación incorrecta de expresiones tradicionales del otro pueblo.

Por ejemplo los españoles en general consideran los rusos como “secos”, es decir gente de pocas palabras, a veces bruscas en sus expresiones, la gente que no motivan seguir hablando y parece que quieren deshacerse de su interlocutor lo más antes posible. Un ejemplo contado por uno de los participantes de las entrevistas:

“Por ejemplo, cuando voy a aparcar en un aparcamiento corporativo hay dos vigilantes, uno español y otro ruso. Cuando me toca el día con español, surgirá el siguiente dialogo:

- ¡Buenas días, señor González! ¿Qué tal el día?
- Buenas días, Pepe! ¿Todo bien, que tal por aquí?
- Bien, bien, aquí estamos. Mucho trabajo. Mira, señor González, puede aparcar aquí en la esquina, que allí casi no pasa nadie, estará tranquilo su coche, o en este hueco que hay sombra. Donde usted quiera.

Al cambio cuando está el vigilante ruso, el dialogo será bastante más corto:

- Buenas días.
- Buenas días.
- Donde puedo aparcar.
- Aquí, por favor.

Y parece que la persona es muy seca, que no le apetece hablar conmigo e incluso es maleducada. ”

Esta percepción puede crear barreras de comunicación y la causa no será obvia a ninguno de los dos interlocutores.

Para los españoles el proceso de “charla” con personas conocidas o desconocidas, no es simplemente el proceso de intercambio de información, es un proceso de interacción importante, el que permite crear relaciones, las que puedan transformarse o no de la relación superficial a una relación más profunda. Como en cultura Española el papel de relaciones personales es muy importante, se refleja en uso de estructuras de comunicación fáticas excesivo en comparación con la cultura rusa.

Por un lado la comunicación fática, en comparación con la comunicación informativa, permite revelar características de carácter psicológicas, sociales e individuales de los interlocutores, incluso sus otras capacidades. Esto significa que la comunicación fática es el tipo de comunicación que nos permite acercarse a la personalidad del interlocutor. (Волкова)

El estudio de Soldatova O. S. del uso de las estructuras lingüísticas con función fática han mostrado que los ingleses usan estas estructuras en modos muy diferentes. Los ingleses suelen dar valoración de eventos, hechos, etc. , mientras rusos tienden ser más informativos y utilizar menos frases.

Aunque no ha sido posible durante de la investigación encontrar unos fuentes científicos, que muestren las diferencias entre los patrones de comunicación fática entre los españoles y rusos, se puede comparar los datos de la investigación de Soldatova con los resultados de la observación y entrevistas personales realizados dentro del marco del presente trabajo. Ya sabemos que los rusos suelen utilizar menos palabras en sus patrones de comunicación fática y utilizar expresiones más información en vez de evaluativos, es decir, que utilizan patrones más pragmáticos.

Al cambio, los españoles, suelen utilizar los patrones de comunicación fática con la cantidad de palabras más alta, menos informativo y con un contenido más emocional y personal. Siendo una cultura, donde se valoran altamente las relaciones personales en todas las esferas de vida, la comunicación fática tiene un significado y función más amplia, que puede tener en Rusia. Los españoles subconscientemente utiliza la comunicación fática para conocer la persona, entender su disposición, evaluar las posibilidades de relaciones, entender sus motivaciones y crear y mantener una relación social, el fundamento de la interacción y función de la sociedad Española.

Este conocimiento es crítico sobre todo para los inmigrantes del origen ruso, porque es algo a que no se da mucho importancia, pero resulta ser un factor importante a la hora de integración en la sociedad Española. Además al estar acostumbrados a utilizar otros patrones de comunicación fática, a las personas rusas puede resultar incómodo participar en este tipo de interacción de manera española. Esto suele causar la intención de terminar demasiado pronto o ni siquiera empezar el “small talk” con un vecino, un compañero de clase o una recepcionista. El resultado, según las entrevistas es que los rusos son gente cerrada y fría, lo cual es una característica si no negativa, pero la que impide el proceso de comunicación.

En el opinión de autor, la capacidad de hacer el “small talk” español es una capacidad que se puede desarrollar igual que la capacidad de leer y comprender la lengua española. Sabiendo la importancia de factor de la comunicación fática en España los inmigrantes beneficiarán y probablemente estarán dispuestos e interesados en este tipo de aprendizaje.

4.3. Observaciones sobre la cultura Española

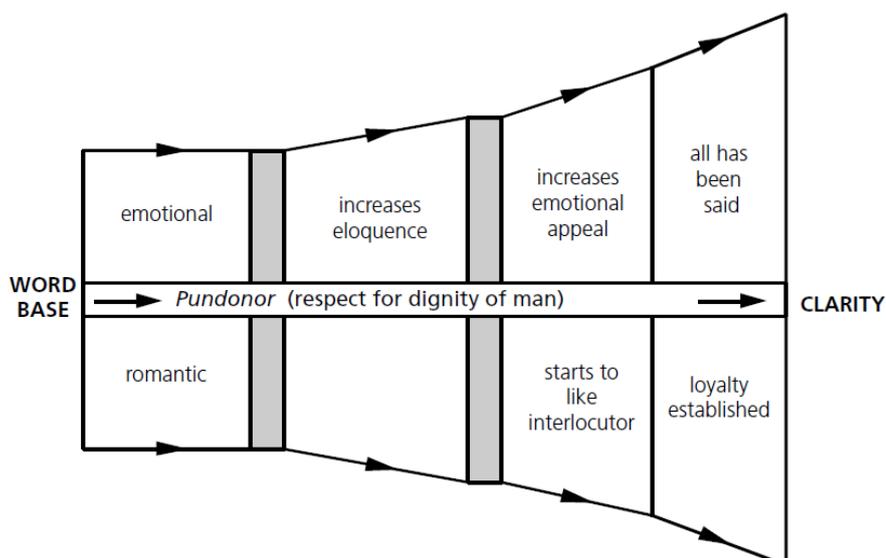
Prohorov U. E. en su libro «Русские: коммуникативное поведение» especifica como uno de los métodos de comparación cultural artículos sobre una cultura de carácter publicitado y descriptivo. Normalmente son escritas por antropólogos o gente que vivía un periodo de tiempo bastante prologado en una cultura extranjera. Aunque, señala Prohorov, estos artículos contienen opiniones subjetivos, son bastante informativos y pueden dar pistas útiles, especialmente en combinación con otros fuentes sobre la cultura en cuestión. Entendemos que no se puede entender una cultura y conseguir una integración exitosa simplemente siguiendo una lista de cosa que se puede y no se puede hacer. Es necesario desarrollar la comprensión y conocimiento sobre la cultura más profunda y luego aplicar cuidadosamente los consejos que se encuentra en los fuentes periodísticos.

El presente trabajo está enfocada en proporcionar unas pistas sobre la cultura española que pueden facilitar comunicación intercultural entre los españoles y rusos, sobre todo en contexto de inmigración, es decir en casos, cuando la persona está traspasando el proceso de aculturación en España.

Nos dirigimos a dos fuentes que en la opinión del autor proporcionaban una información objetiva y útil en términos de patrones y estrategias de comunicación. El de Lewis R. D. en su libro “When Cultures Collide” da consejos desde punto de vista más objetiva y multicultural, pero tiende a comparar los españoles a las culturas nórdicas, mientras el artículo de Alexia Peterson en su artículo “It's my treat today: Hitting the right tone in Spain”³ toma la perspectiva de una persona de origen alemán. En el siguiente apartado vamos a sintetizar las recomendaciones de los dos fuentes y presentar las que se ven relevantes a pueblo ruso y el proceso de integración en la sociedad española.

El patrón de comunicación en la cultura española

Lewis R. señala que los españoles son oradores expresivos y prolijos en la habla. Utilizan discursos largos lo que les permite llegar a conocer su interlocutor bien y desarrollar unas relaciones interpersonales y la lealtad como una base para unas relaciones más profundas y duraderas.



En general los españoles son amables y cordiales, muy hospitalarios cuando hacen de anfitriones. Normalmente cualquier tipo de interacción se precede por una comunicación fática entusiástica y socialización. A la hora de formular estrategias sus propuestas suelen contener solo unas ideas generales y difusas al principio. Hay que aceptar que los españoles viven según unas morales y valores que no siempre coinciden con los de otros países europeos y los tiempos modernos. Perciben a personas de una manera un poco anticuada y están más interesados en la persona como persona que en los beneficios materiales que les pueda contraer.

Lo expuesto por Lewis está relacionado con algunas conclusiones de la presente investigación, incluso el nivel de Benevolencia (p.) en la cultura Española y el papel de la comunicación fática.

³ http://www.aspetersen.de/spain_e.html

Tambien Peterson A. señala:

In contrast to German meetings, Spanish meetings are often not for decision-making but about exchanging opinions and collecting information, and for strengthening interpersonal relationships. In fact, important decisions can often be made at the casual dinner table.

En la cultura rusa se valoran las relaciones personales también e igual que en España se puede resolver algunas situaciones a través de las conexiones personales de manera más eficaz y segura que a través de otras vías más formales. Las relaciones personales forman una parte de cultura muy importante y las personas de origen ruso están acostumbrados de desarrollar sus propias redes de conocidos, parientes y amigos. Mientras este aspecto del patrón de comunicación encaja bien con la cultura española y debe producir ningún tipo de choque cultural o fracaso de comunicación, por otro lado la manera de desarrollo de discurso es distinta, y es donde los inmigrantes de origen ruso deben fijarse más e intentar distinguir y aprender interpretar correctamente los patrones de discurso españoles para facilitar la integración. Los rusos suelen hablar menos y proporcionar más bien los datos que tienen algún tipo de información factual, mientras que los españoles habla más y sobre temas más generales, especialmente al principio de formación de las relaciones.

Crítica

Hay estar muy consiente de maneras utilizados para expresar crítica, quejas o un deseo. Hay que acordar que todo lo que se dice, la persona que viene de una cultura del contexto alto, lo percibe de manera personal. La crítica y quejas, aun expresadas de una manera neutral en opinión de una (basado en hechos o técnico) puede ser percibida como bruta y fría, incluso causar una ofensa personal. Hay que utilizar un tono y manera de expresión más suave y menos directa. (Peterson A.)

Este aspecto no ha sido estudiado en detalles, pero teniendo en cuenta, que en la cultura española está considerado mal visto cualquier tipo de imponencia o amenaza a “buena imagen” de uno, entendemos que las criticas deben ser expresados en una forma muy suave y posiblemente lo más indirecta posible. Mientras, como ha sido mostrado en el estudio de Ogiermann, en la cultura rusa no se toma como amenaza o imponencia las solicitudes directas, y podemos decir que las críticas directas tampoco. Teniendo en cuenta esta diferencia cultural, es aconsejable que los inmigrantes rusos tengan en cuenta y aprenden evitar las maneras directas de criticar o solicitar.

Comunicación fática (small talk)

Como ha sido mostrado en el apartado 4. 2.3. , la función de comunicación fática en la cultura Española es muy amplia, es importante y se hace de una manera distinta en

comparación con la de cultura rusa. Peterson A. refleja en su artículo sobre la tema de comunicación fática:

If you are asked a personal questions (e.g. family, personal experiences) take that as a cue as these topics are favourable small talk topics.

Hay que estar preparado para la comunicación fática más elaborada de que puedes esperar o a que está acostumbrado uno en cultura de su origen. Es imprescindible entender la función que cumple en la cultura española.

Peterson A. señala que hay temas más y menos apropiados para la comunicación fática en España. Por ejemplo hablar sobre familia y la gente mutuamente conocida nunca va a fallar. Es un tema muy común en España, y hay que mencionarlo explícitamente, porque no todas las culturas comparten esta característica. Por ejemplo, en Rusia se habla sobre familia normalmente con las personas más cercanas. Otro tema muy común en “small talk” en España es sobre vacaciones, viajes y fiestas. Les encanta compartir sus experiencia y lo suelen contar con mucha emoción y bastantes detalles, con la atención especial a la comida local. Los españoles son muy orgullosos sobre su comida, es un tema muy común en cualquier tipo de reunión de españoles y por eso les interesa comparar y saber más sobre los platos de otros países. Deporte es otro gran tema y no solo futbol, suelen ser informados sobre los deportistas y eventos famosos mundialmente y es la razón porque el tema de deporte puede servir como “icebreaker” en las situaciones con participantes de varios países. Al cambio no se suele hablar en detalles sobre el trabajo o algunos problemas o dificultades.

Como conseguir la disposición de los españoles

Hay que enseñar que «tienes corazón» y que no tomas todo en serio. Su «distancia de comodidad» es mucho más corta que en muchas países europeas y les gusta el contacto físico y contacto visual. Los españoles son muy humanos. A la hora de conversar es mejor ser más relajado, dejar de preocuparse por los límites de tiempo, admitir que en el país de tu origen también hay bastante travesura, confesar en algunos pecados privados o fechorías y hacer unas preguntas bastante personales.

Factores motivadores

- Las relaciones humanas valen más que lógica o eficacia. Se les puede influir mediante atracción personal en vez de normas o fechas límites.
- Puedes ser lo más íntimo que quieras, pero hay que mantener la dignidad personal.
- Acepta el contacto físico, comportamiento táctiles.
- Esta bienvenido el humor un poco bruto. Los españoles no son muy delicados con estas temas.

- Los españoles más bien sientan las situaciones en vez de analizarlas. Por eso
- se puede contar que la relación y appeal personal tendrá mucho relevancia. “My grandfather did business with your grandfather” es un argumento valido para los españoles.
- Es necesario socializarse activamente. Casi siempre socialización está vinculado con consumición de bebidas o con comida.
- Es bueno mostrar unos conocimientos históricos sobre España, incluso literarura y arte español.
- No les gusta sentir apresurados, limitados, impedidos o cercados. Hay que darles espacio y tiempo.
- Es importante evitar de confundir el comportamiento «mañana» con la pereza.

5. CONCLUSIÓN

En la situación cuando un país practica la política de aceptar flujos de inmigrantes o se enfrenta con la situación inmigración ilegal, el resultado más cómodo para el país receptor y deseado sería la asimilación completa de los inmigrantes en su sociedad, recordamos, que este proceso supone renuncio de su identidad étnica original. Pero hay que tener en cuenta que es un proceso duradero y según los estudios interculturales puede durar hasta tres generaciones debido a la supuesta necesidad de hacer un cambio interno profundo, adoptando su concepto del mundo cultural y lingüístico, aprendiendo no contar con los antecedentes culturales originales y utilizar nuevos patrones de comportamiento comunicativo. Se complica más si el estado receptor no propone ningún tipo de medios educativos que podrían facilitar este proceso. Otro escenario para el proceso de aculturación es “integración”. Si adoptado por la sociedad este proceso permite preservar la identidad étnica original y a la vez conseguir la identidad asociada y aprendida dentro del marco de la cultura receptor. Esta opción permite a los inmigrantes insertarse en la sociedad más rápido y de manera más eficaz y menos conflictiva.

Prohorov dice, que el comportamiento de la personas que pertenecen a otras culturas no es algo impredecible, se puede estudiar, investigar y pronosticar. Aprendiendo sobre otras culturas, sus normas y costumbres, sus modos de funcionamiento y desarrollo enriquece la persona, le transforma y cambia su percepción del mundo, de otras personas e incluso puede cambiar su percepción de algunas situaciones.

A la vez para asegurar el éxito en el proceso de comunicación intercultural no es suficiente conseguir la competencia lingüística y el dominio del código lingüístico. También es necesario dominar el código socio-cultural, conseguir los conocimientos de los antecedentes culturales de la base cognitiva de este pueblo extranjero y de los conceptos compartidos por los miembros de esta sociedad.

La descripción de comportamiento comunicativo de una nación tiene valor linguodidactico, porque forma parte de conocimiento de la cultura, no solo la lengua. La enseñanza sobre comportamiento comunicativo tiene que ser realizado a la par con la enseñanza lingüística en el marco de estudios de una lengua extranjera. Comportamiento comunicativo es un aspecto de la enseñanza lingüística igual de importante que otros aspectos como capacidad de leer, escribir, hablar, comprender y traducir).

Es necesario enseñar el comportamiento comunicativo en el aspecto receptivo en un nivel profundo porque el extranjero tiene que ser capaz de entender adecuadamente las maneras de comportamiento comunicativo en las situaciones comunicativas estándares (el protocolo de comunicación), en las situaciones comunes de vida cotidiana y procesos de comunicación cor encuestados (comunicación en establecimientos educativos, oficinas de servicios públicos o sanitarios, en tiendas, transporte, etc.) y también las maneras de comportamiento comunicativa en contextos y situaciones donde están establecidas ciertas

normas y conceptos de cortesía y estatus. Es imprescindible enseñar métodos de argumentación y convención características para la cultura en cuestión.

N. Seeley (en su libro *Teaching Culture* (Seeley, p. 34)) se refiere la obra de científico americano Nostrandt F. I. G. y especifica una serie de capacidades que hay que desarrollar durante el proceso de aprendizaje de los estereotipos de una cultura, incluyendo la capacidad de pronosticar la reacción en una situación concreta, la capacidad de explicar cómo está relacionado un patrón a otros patrones conocidos, etc. Todos los capacidades mencionados en *Teaching Culture* son de la naturaleza receptiva y pueden ser enseñados y practicados dentro de un marco de enseñanza tradicional, los resultados pueden ser evaluados a base de grado de asimilación por los estudiantes. Pero es cierto, que la metodología para la enseñanza de patrones de comportamiento comunicativo todavía tiene que ser desarrollada.

El objetivo del presente trabajo ha sido identificar y analizar los problemas de comunicación intercultural entre el pueblo autóctono español y los inmigrantes de origen ruso. Mediante el análisis de los estudios realizados a base de encuestas multiculturales como las de G. Hofsted, E. Hall y ESS fue posible determinar que las diferencias culturales entre los dos pueblos no son numerosas en comparación con las diferencias entre otras naciones y que se manifiestan en una la siguiente serie de parámetros:

1. El nivel del contexto de la cultura fue identificado como alto en ambas culturas
2. Las dimensiones etnométricas según G. Hofstede mostraron diferencias principales en 3 de las 5 parámetros, cuales eran PDI, MAS y LTO.
3. La percepción de valores personales según los datos de ESS analizados por Magun y Rudnev relativamente coinciden en 6 de los 10 valores, y estos 6 valores pertenecen al eje de valores “Apertura a los cambios – Preservación”⁴. El hecho de que los dos pueblos coinciden en nombrar los mismos valores como los más importantes nos lleva a concluir que las culturas rusa y española tendrá bastante poca distancia cultural.
4. Los valores que se perciben de distintas maneras según los datos de ESS y el análisis de Magun y Rudnev en Rusia y España son 4 y pertenecen al eje de valores “Salida fuera de los límites de su “yo” – Autorealización”. Curiosamente resulta que los valores que están percibidos de modos distintos dependen sobre todo del factor nacional, es decir de la sociedad donde ha crecido el encuestado.

La hipótesis 1 ha sido comprobado mediante la comparación enometría, aplicada la metodología de Hofstede y sobre todo los datos del European Survey manipulados por el equipo de la Escuela de psicolingüística de Moscú. Las dos comparaciones nos han mostrado los valores y conceptos en cuales los percepciones de los rusos y españoles muestran una disparidad significativa.

⁴ Mira página para identificación utilizado para los valores en la encuesta de ESS

La hipótesis 2 ha sido comprobado mediante el análisis de los fuentes secundarios como artículos científicos y periodísticos, libros del texto y los datos primarios, es decir los resultados de las encuestas realizadas y las entrevistas. Sobre todo se destacan los aspectos de la comunicación fática, corrupción, los patrones para realizar una solicitud y la expresión de crítica.

5.1. “Zonas de peligro” para la comunicación intercultural entre los españoles y rusos y recomendaciones para materiales educativos

El presente análisis toma la perspectiva de los inmigrantes rusos que enfrenten la necesidad de integración cultural en España. Esta perspectiva permite generar una serie de recomendaciones sobre comportamiento comunicativo que facilita el proceso de integración cultural e posiblemente previene problemas adversas relacionados a choque cultural y discriminación étnica. Según los objetivos del trabajo, fueron determinados los aspectos de las diferencias culturales que pueden resultar en un fracaso de comunicación.

Según la metodología de E. Hall las dos culturas, rusa y española, son culturas de contexto alto, lo cual supone una serie de similitudes en los comportamientos comunicativos, pero a la vez crea doble capa de dificultades, porque una persona de origen ruso puede interpretar los significados de acciones o expresiones, utilizando el marco del contexto ruso. Esto podría causar fracasos de comunicación y malentendidos. Para los inmigrantes rusos en España se recomienda minimizar los suposiciones sobre los significados de los acciones de españoles y socializar activamente para conseguir la competencia social lo antes posible.

Según la metodología de Hofstede fueron identificados diferencias significativos en dos dimensiones: Distancia del poder y Masculinidad.

Masculinidad (MAS): España está caracterizada por el índice de MAS más alto, que Rusia. Una de las manifestaciones de esta diferencia es el estilo de comunicación, que es más “agresivo” en percepción de una persona de origen ruso. Es necesario aprender a distinguir entre el estilo de comunicación innato a la cultura española para evitar sacar conclusiones erróneos.

Distancia del poder (PDI) en España es significativamente más pronunciada que en Rusia. Una de las maneras como se puede manifestar es en la percepción de un inmigrante ruso, que encontrará un exceso de rigidez en las estructuras burocráticas y sociales, menor disposición a aceptar cambios e innovaciones. De parte del inmigrante ruso hay que ser preparado para ésta situación y saber adaptarse a ella, sobre todo siempre verificando la información recibida, confirmando y comprobando todo.

Según el estudio de Magun y Rudnev, los españoles sobre todo son diferentes en la percepción de Universalismo. Esta característica es mucho más pronunciada en la cultura española, lo que hace españoles ser más libres en sus expresiones y actuaciones. A los españoles les resultará imponente el probable actitud de las personas de origen ruso, que

suele esperar la subordinación a las pautas y normas social dentro del contexto ruso. Es necesario entender, que los opiniones y actuaciones de los españoles son también determinados por su cultura y normas sociales.

Según otros estudios lingüísticos y etnográficos

Formas de realizar solicitud. Hay que estar consciente de que en Español se utilizan otras formas de realizar solicitudes, más indirectos en comparación con las formas que se utilizan en la cultura rusa. Al utilizar las formas directas, uno puede transmitir el actitud de imposición y violación de libertad e independencia de uno. Para los españoles rechazar alguna solicitud se considera de mala educación, entonces haciendo una solicitud de forma que no permite no cumplir la solicitud sin rechazar directamente, se toma como una manera muy pesada y imponente. Por lo cual habrá una percepción negativa e incluso conflictiva. Los rusos deben estar conscientes de esta diferencia porque según los datos cada cuarta solicitud (25%) realizada por una persona de origen rusa utilizando los patrones típicos rusos será percibida de modo negativo. Es imprescindible desarrollar la capacidad de utilizar las formas indirectas para una persona de origen ruso.

Corrupción. Debido a la disparidad de percepción de corrupción y la situación real en las dos países, es recomendable provenir una información detallada y explicativa sobre los costumbres y normas de España en este aspecto. Por ejemplo explicar o reconfirmar que ofreciendo un regalo o soborno a un médico en la oficina de seguridad social no garantizará mejor trato, sino creará una situación incómoda para el médico.

Comunicación fática (small talk). Ha sido establecido, que la cultura española valora relaciones personales en todos los aspectos de la vida social y una de las maneras de desarrollar y mantener las relaciones sociales es el uso del patrón de la comunicación fática. Como en la cultura rusa el patrón de la comunicación fática es muy distinto, es importante aprender sobre los patrones y desarrollar la capacidad para utilizarlos.

Relaciones interpersonales es la base de la sociedad Española y en este aspecto las dos culturas, rusa y española, se coinciden, aun así los rusos deben enfocarse en los métodos y las estrategias comunicativas utilizadas por los españoles en discurso, porque allí sí que se presentan las diferencias culturales

Crítica. La crítica no se suele expresar de manera directa en la cultura española. Está relacionado con el concepto de que imponencia está mal vista y se percibe como una amenaza a "buena imagen" de la persona y se suele percibir como una crítica personal en vez de objetiva. Para los inmigrantes rusos este aspecto puede necesitar una adaptación, porque en la cultura rusa la crítica directa, expresada en una forma educada, no se toma de una manera mala y además, en caso que de la crítica esté velada, se puede llegar a fracaso de comunicación debido a malentendido.

En conclusión cabe señalar que a pesar de existencia de las guías supuestamente genéricas sobre la cultura española, hay que tener en cuenta que normalmente la guía está escrita

desde el punto de vista de una cultura en concreta y suelen ser anglo-sajones o estadounidenses. El presente trabajo muestra, que las diferencias que pueden ser importantes para los autores e investigadores de origen anglo-sajón no se aplican a las diferencias que existen entre la cultura española y la rusa. Por eso, la información presentada en éstas guías puede resultar poco útil o incluso desorientador para los inmigrantes del origen ruso. La necesidad fue confirmada por los encuestados del origen ruso a pesar de que son traductores y llevan tiempo viviendo en España.

ANEXO 1

Tabla 1 “Coeficientes de probit-regresión para 10 ecuaciones de regresión”

Tabla 2 “Coeficientes de la regresión lineal para 2 ecuaciones de regresión”

ANEXO 2

El experimento de I.M. Sheina sobre el papel de los conocimientos de antecedentes culturales

ANEXO 3

Las encuestas y respuestas

BIBLIOGRAFIA

Fuentes en inglés y español

- (Guía)2009. "Pistas metodológicas para la sensibilización intercultural". Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Edita y distribuye: Subdirección General de Información; <http://www.mtas.es>.
- Blum-Kulka, Shoshana. 1987. Indirectness and politeness in requests: same of different? *Journal of Pragmatics* 11: 131-146) (citado en Ogiermann 2009)
- Hofstede, G. 2001. *Cultures' Consequences*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Leech, Geoffrey N. 1983. *Principles of Pragmatics*. New York: Longman (citado en Ogiermann 2009)
- Lewis, R. D. 2006. *Lewis When Cultures Collide. LEADING ACROSS CULTURES, A Major New Edition of the Global Guide*, Boston. London.
- Ogiermann, E. 2009. "Politeness and in-directness across cultures: A comparison of English, German, Polish and Russian requests". *Journal of Politeness Research* (5) 189-216
- Rathmyr, Renate. 1994. Pragmatische und sprachlich konzeptualisierte Charakteristika russischer direkter Sprechakte. In *Slavistische Linguistik 1993*, Hans Robert Mehlind, 251-277. Munchen: Otto Sanger (citado en Ogiermann 2009)
- Soma Pillay, Nirmala Dorasamy. 2010. "Linking cultural dimensions with the nature of corruption: An institutional theory perspective". *International Journal of Cross Cultural Management* (10) 363-377.

Fuentes en Ruso

- Быстрова, А.Н. 2004. Проблема культурного пространства (опыт философского анализа). Новосибирск: Изд-во СО РАН. 240с.
- Василевич, А.П.2010. "ОТКУДА БЕРЕТСЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О НАЦИОНАЛЬНОМ ХАРАКТЕРЕ?". *Вопросы психолингвистики*, 2010, 2(12)
- Волкова, Л.Г. "Фатическая функция и синтаксические средства ее реализации: Формальный, семантический, коммуникативно-прагматический аспекты". Тема диссертации и автореферата по ВАК 10.02.01.
- Голубева, С.С. 2005. "Проявление культурных различий сознания в русскоязычных и испаноязычных коммуникантов в межкультурной коммуникации". *Вестник ЮУрГУ* (11), 8-12.
- Городеский Б.Ю., Кобозева И.М., Сабуров И.Г. 1985. К типологии коммуникативных неудач. Диалоговое взаимодействие и представление знаний. Новосибирск. С.
- Гудков, Д.Б. 2000. *Межкультурная коммуникация: проблемы обучения*. Изд-во Московского университета.
- Карасик, В.И. 2000. "Ценностная картина мира: Межкультурный аспект". *Языковое сознание: содержание и функционирование*, под ред. Е.Ф. Тарасова М., 2000, 106-107.
- Коршунов А.М., Магнатов, В.В. 1988. *Диалектика социального познания*. Политиздат., С.313
- Кочетков, В.В. 2001. *Психология межкультурных различий*. ПЕР СЭ
- Кошкарлова, Н. Н. "Фактор непонимания, или почему возникают коммуникативные неудачи". *Русская словесность в контексте мировой культуры*. Материалы Международной научной конференции РОПРЯЛ. - Нижний Новгород: Изд. Нижегород. ГУ, 2007. - С. 234-238.
- Латов, Ю.В., Латова, Н.В. 2007. "Открытия и парадоксы этнометрического анализа российской хозяйственной культуры по методике Г. Хофстеа". *Мир России* (4) 43-71.
- Латов, Ю.В., Латова, Н.В. 2009. "Ментальные карты мира". *Сборник докладов X Международная конференция по проблемам развития экономики и общества.(III)* 214-226.
- Леденёва, Н.В. 2011. "Аккультурация как процесс межкультурного взаимодействия".

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СИБИРИ, Братский
Государственный университет (Братск), 144-151.

Леонтьев, А.Н. 1972. Проблемы развития психики. Изд. 3-е. М., С. 283.

Мартынова, Е.М. 2000. Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога. Дис. кандт. филологических наук. Орел.

Прохоров, Ю.Е. и Стернин, И.А. 2011. Русские: коммуникативное поведение. Москва, "Флинт".

Магун, В., Руднев, М. 2008. "Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в равнении с другими европейскими странами". Вестник общественного мнения (1(93)), 33-58.

Садохин, А.П. 2005. Введение в теорию межкультурной коммуникации: науч. изд. М.: Высш. шк., 310 с.

Тарасов, Е.Ф. 2000. "Актуальные проблемы анализа языкового сознания". Языковое сознание и образ мира. М., 38.

Шеина, И.М. "Виды коммуникативных неудач в ситуациях межкультурного общения" Вестник пятигорского государственного лингвистического университета. 2009. № 2. С. 143-148.

Шеина, И.М. 2008. "Знаки культуры как фактор формирования межкультурной коммуникативной компетенции", Вестник рязанского государственного университета им. С.А. Есенина, Рязань (1).

Шеина, И.М. 2009. "Роль фоновых знаний в понимании иноязычного текста". Вестник Поморского университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. (6) С. 111-117.

Шеина, И.М. 2010. "Межкультурная коммуникация как проявление лингвистического и культурного опыта". Автореф. Дисс. докт. филол. наук. М., 2010. Место защиты: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ)

Fuentes de Internet

<http://www.europeansocialsurvey.org/>

<http://www.upf.edu/ess/cuestionario/>