

УДК: 81.243.221

## РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ УСМІШКИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ДІЛОВОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сокол Г. Р.

*У статті обґрунтовано важливість не тільки фахового володіння іноземною мовою для здійснення успішної міжкультурної комунікації, але й засвоєння знань про застосування такого чинника невербальної комунікації як усмішка в західній та східній культурах. Доведено, що певні культурні відмінності можуть створювати значні перешкоди для взаєморозуміння в процесі обміну інформацією.*

*Ключові слова: усмішка, невербальні засоби спілкування, стереотипи поведінки, міжкультурна комунікація.*

*В статті обґрунтовано важливість не тільки професійного владення іноземною мовою для здійснення успішної міжкультурної комунікації, але й усвоєння знань про застосування такого фактора невербальної комунікації як усмішка в західній та східній культурах. Доказано, що деякі культурні відмінності можуть створювати значні перешкоди для взаєморозуміння в процесі обміну інформацією.*

*Ключевые слова: усмилка, невербальные средства общения, стереотипы поведения, межкультурная коммуникация.*

*The article argues for the importance of professional foreign language fluency for providing successful multicultural communication as well as knowledge of such means of non-verbal communication in western and eastern cultures as smile. It is proved that some cultural differences can cause significant obstacles for mutual understanding in the process of information exchange.*

*Key words: smile, means of non-verbal communication, behavior stereotype, multicultural communication.*

Сьогодні в умовах підвищеного інтересу до проблем міжнаціональної, міжкультурної комунікації особливої актуальності набуває дослідження інтерпретації невербальних засобів, як стереотипів поведінки та елементів невербального культурного коду. Подібність або відмінність моральних, етичних вимірів, звичаїв, мовних і немовних стандартів може призвести до виникнення проблем у міжкультурній діловій комунікації. Тому в наш час стає важливим не лише оволодіння іноземною мовою, а й набуття навичок спілкування з представниками різних народів. Зараз йде мова про існування національного стилю спілкування – найбільш поширених особливостей мислення і стереотипів поведінки представників різних етносів. Використання усмішки у спілкуванні також етнічно обумовлено, тому її національна знаковість повинна бути сприйнятою та вивченою, як і природна мова.

У всіх культурах усмішка є знаком, котрий виконує цілком визначені, проте різні функції. Виникає закономірне питання, яку ж роль відіграє усмішка, як один з чинників невербальної комунікації, в різних комунікативних культурах. Феномен усмішки досліджували В. Бурчинський, Т. Грушевицька, І. Ладанов, В. Попков, В. Пронніков, А. Садохін, І. Стернін, С. Тер-Мінасова, М. Токарева.

Метою статті є обґрунтувати важливість не тільки фахового володіння іноземною мовою для здійснення успішної ділової міжкультурної комунікації, але й засвоєння знань про застосування такого чинника невербальної комунікації як усмішка в західній та східній культурах, оскільки певні культурні відмінності можуть створювати значні перешкоди для взаєморозуміння в процесі обміну інформацією.

Єдиним універсальним засобом позитивно налаштувати до себе співрозмовника чи партнера є усмішка, вона використовується і правильно сприймається в будь-якій країні та культурі. Усмішка є найефективнішою формою спілкування і найкращим компліментом, який ми можемо зробити своєму співрозмовнику, буде щирим виявом цікавості до його особистих проблем. Ми погоджуємось з думкою

Г. Крейдліна та О. Чувиліної [3, с. 67], що в наш час усмішка є винятково важливим соціальним і культурним феноменом. Це пов'язано, в першу чергу, зі значущістю соціальних і культурних ритуалів у сучасному суспільстві. Йдеться про такі важливі соціальні ситуації спілкування, як офіційне знайомство, ділові зустрічі, ведення комерційних, дипломатичних і політичних переговорів, офіційні візити та прийоми, відвідання банків, магазинів, юридичних контор, медичних та інших громадських закладів. Слід зазначити, що неправильна інтерпретація реципієнтом "усмішки" часто призводить не тільки до комунікативних збоїв, але й до серйозних конфліктів.

С. Тер-Мінасова виділяє наступні види усмішки: формальну, комерційну та щирі [8, с. 326]. У всьому світі усмішка несе позитивну інформацію – людина щаслива або приємно здивована чи хоче сподобатись. Проте в деяких країнах усмішка під час ділового спілкування трактується як неповага і допустима тільки для неформальних зустрічей.

У західному світі взагалі й в англомовному особливо усмішка – це культурний знак, традиція, звичай, щоб довести, що у вас немає агресивних намірів. Це спосіб формальної демонстрації оточуючим своєї приналежності до даної культури, до даного суспільства. Спосіб досить приємний, особливо для представників тих культур, у котрих усмішка – це вияв природного щирого ставлення, симпатії, гарного настрою, як у східнослов'янській етнокulturі.

Фахівці говорять про так звані "етикетні усмішки", які віддзеркалюють культурно-специфічні нормативи виявлення емоцій і відносин у процесі спілкування. Наприклад, в американському суспільстві вже не одне десятиліття поширене гасло "Keep smiling!" – "Усміхайтесь!" Напускний оптимізм у будь-якій ситуації (don't worry, be happy! Keep smiling!) – ось та риса американського національного характеру, яка офіційно схвалюється і просувається усіма засобами [8, с. 342]. Усмішки клерків, представників влади, адресовані громадянам традиційно прийняті в культурі невербальної комунікації Англії та Америки. Це сигнал увічливості, ознака готовності виконувати службові обов'язки. Ю. Прохоров та І. Стернін вказують на те, що усмішка в процесі діалогу сигналізує про ввічливість до співрозмовника, про те, що співбесідники слухають один одного [5, с. 218].

Девіз "Keep smiling!", запозичений в Америці, знаходить широке визнання і в Німеччині. В той же час для німців нехарактерна усмішливість американців. Усмішка у німців є неодмінною при зустрічі та привітанні.

У французів вона – візитна картка. Ось що пише про них В. Бурчинський: "Саме усмішка, що адресована іншому і виражає співучасть, завжди помітна: легка, відкрита чи стримана, вона полегшує людські стосунки, пом'якшує докори та покращує настрій. Можна все говорити з усмішкою" [1, с. 137].

Самі ж європейці сприймають інколи людей зі Сходу як лицемірів або дволичних, оскільки з їхніх облич майже ніколи не сходить усмішка, навіть тоді, коли для цього, здавалось би, немає жодних підстав. У китайців є прислів'я: "На серці образа, а на обличчі усмішка". У росіян же, навпаки, стан душі, переживання відображаються на обличчі: "Что в сердце варится, в лице не утаится", "Горечи сердца не усладишь улыбкой".

В Японії вважається, що слід усміхатись у будь-якій ситуації, навіть у тому випадку, коли людина потрапила в біду чи переживає якесь горе. Японці зустрічають труднощі різного роду з усміхненим обличчям.

Під час ділової поїздки до Китаю слід бути готовим до того, що китайці звертатимуть особливу увагу на партнерів у бізнес-спілкуванні і посміхатимуться. В такій ситуації варто відповідати їм взаємністю. Відсутність усмішки у відповідь може призвести до комунікативних збоїв у міжкультурній комунікації. На Сході усмішка демонструє ввічливість у сфері бізнесу.

Специфіка усмішки ставить Росію в особливе положення по відношенню до Заходу та Сходу. Російська усмішка відрізняється від американської, французької, англійської, китайської, японської та інших за комунікативною поведінкою і ситуаціями використання. Росіяни, наділені такими національними якостями, як доброзичливість, гостинність, хлібосольство, не належать до усміхнених народів.

У росіян не прийнято усміхатись незнайомим людям на вулиці, на роботі, в магазині. Це вважається відхиленням від норми, яке може бути неправильно інтерпретовано. Усміхаються росіяни лише під час зустрічі знайомих людей, тобто

колег по роботі, партнерів по бізнесу, друзів, сусідів. Усмішка росіян демонструє особисту приязнь. Вона завжди хороша, бо відкриває простий внутрішній світ людини. Для росіянина усмішка повинна бути осмислена і мати на те підстави: "Смех без причини – признак дурачини".

Усмішка у росіян повинна бути доречною ще й з точки зору оточення, відповідати комунікативній ситуації. Більшість стандартних комунікативних ситуацій російського спілкування не санкціонують усмішку. Не прийнято усміхатись, якщо поруч є люди, про яких відомо, що вони чимось серйозно засмучені, хтось хворіє, переймається особистими проблемами [5, с. 225]. Для усмішки та сміху у росіян існує інший час: хвилини радості, легкості душі під час спілкування з близькими та друзями, на відпочинку.

В українському суспільстві ситуація доволі схожа зі східними сусідами. Якщо ви претендуєте на високу посаду, то маєте продемонструвати оточуючим, що ви людина серйозна, розумна і, відповідно, усвідомлюєте, яка важлива справа вас очікує. Усмішка в такій ситуації недоречна, вона лише покаже, що така людина легковажна, не вміє відповідати за свої справи тому довіритися їй не можна.

Проте усмішка просто незамінна у створенні власного особистого іміджу, оскільки саме вона дає шанси на довірливі та дружні стосунки в бізнесі та діловому спілкуванні.

Комерційна усмішка, властива західним культурам, у цілому не є елементом української чи російської комунікативної традиції. Проте останнім часом з'являється новий стиль поведінки продавців та обслуговуючого персоналу, яких навчають посміхатися клієнтам. Усмішка є найважливішим елементом спілкування в сучасній західній культурі. Більше того, вона, мабуть, являє собою найважливіший пункт у переліку нових патернів, які слід засвоїти представникам української культури в процесі психологічної адаптації в західному суспільстві.

Хочеться зазначити, що усмішка завжди супроводжує нас під час комунікативних дій, тож необхідно пам'ятати, що не можна виміряти чуже життя своїми мірками, не можна завжди спиратися тільки на звичну нам систему цінностей та критеріїв, бо вони далеко не універсальні, як і граматичні норми нашої рідної мови.

Невербальні явища, що беруть участь у спілкуванні, будучи біологічно і культурно детермінованими, нерозривно пов'язані із загальною моделлю людської поведінки. У такому розумінні невербальні засоби є сукупністю типових дій, закріплених національно-культурними традиціями в певному мовному колективі, використовуваних у різноманітних соціально-комунікативних ситуаціях. Як бачимо, незважаючи на глобалізацію інформаційних систем, розвиток міжнародних, політичних, економічних та культурних зв'язків, несловесні символи зберігають етнічні особливості і так само, як і вербальна мовна система, мають обов'язковий характер і передаються від покоління до покоління як частина загальної матеріальної і духовної культури.

Саме тому вивчення ділової іноземної мови повинно відбуватись одночасно з засвоєнням невербальних засобів спілкування цієї мови. В іншому випадку існує небезпека бездоганно опанувати обрану мову, але не зуміти правильно та адекватно скористатися своїми знаннями в ситуації іншомовного спілкування. Знання невербальних засобів спілкування дозволяє тим, хто вивчає мову, почувати себе більш упевнено та комфортно у здійсненні акту ділової міжкультурної комунікації. Таким чином, ці знання полегшують формування та розвиток комунікативної компетенції, а також відіграють суттєву роль у білінгвістичному та бікультурному розвитку особистості.

#### Література

1. Бурчинский В. Н. Деловое и повседневное общение. Правила поведения во Франции / В. Н. Бурчинский. – М. : АСТ : Восток – Запад, 2006. – 356 с.
2. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 352 с.
3. Крейдлин Г. Е. Улыбка как жест и как слово (к проблеме внутриязыковой типологии невербальных актов) / Е. Г. Крейдлин, Е. А. Чувилина // Вопросы языкознания. – 2001. – № 4. – С. 66–93.
4. Пронников В. А. Язык мимики и жестов / В. А. Пронников, И. Д. Ладанов. – М. : ИПО Профиздат, 1998. – 212 с.

5. Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – М. : Флинта, 2006. – 326 с.
6. Стернин И. А. Почему русские мало улыбаются? / И. А. Стернин // Практика. – 1996. – № 2. – С. 5–6.
7. Стернин И. А. Улыбка в русском коммуникативном поведении / И. А. Стернин // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 53–61.
8. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учебное пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 624 с.