

Przemysław Paweł Grzybowski

**Uśmiechnij się do Obcego!
Uśmiech na styku sfer prywatnej i publicznej
w warunkach różnicowania kulturowego**

Uśmiech jest zwierciadłem ducha.
sentencja arabska

Uśmiech można rozpatrywać w kategoriach fizjologicznych i kulturowych. Jako zjawisko kulturowe głęboko osadzone w danym miejscu i czasie, uśmiech jest istotnym czynnikiem komunikacji społecznej, co daje się szczególnie dobrze zauważyć w warunkach różnicowania kulturowego. Zwłaszcza na stykach sfer prywatnej i publicznej, znajdują wyraz osobiste, jednostkowe oraz grupowe emocje, idee i doświadczenia warunkujące występowanie i formę uśmiechu – zwłaszcza adresowanego do Obcych.

Treści wychowania dotyczące uśmiechu bywają dziś nieco kłopotliwym elementem koncepcji edukacji międzykulturowej. Dzieje się tak dlatego, że ukształtowany w sferze prywatnej szczery uśmiech może stać się uśmiechem konwencjonalnym i jako taki czynnikiem manipulacji i gry interesów, a nieznający jego znaczenia Obcy może być ofiarą nieporozumienia. W związku z tym pojawiają się pytania o zakres treści edukacji międzykulturowej w tym względzie; o granice konwencji uśmiechu w relacjach z Obcymi; i wreszcie o etyczność warsztatów i kursów kompetencji międzykulturowej, których celem jest „oswojenie” Obcego, by dobrze się czuł, kupował, konsumował i chciał wrócić do miejsca, w którym przyjęto go z uśmiechem¹.

¹ Wykorzystuję tu fragmenty monografii: P. P. Grzybowski: *Śmiech w edukacji. Od szkolnej wspólnoty śmiechu po edukację międzykulturową*. Kraków 2014, Oficyna Wydawnicza Impuls.

Sfera prywatna a sfera publiczna

Renata Dopierała postrzega prywatność jako „(...) zjawisko konstruowane społecznie i kontekstowo; sposoby doświadczania, odczuwania i praktykowania prywatności są bowiem konsekwencją regulacji aksjonormatywnych obowiązujących w danej zbiorowości (zwłaszcza w zakresie tego, co może być publicznie ujawniane, a co nie posiada takiego przyzwolenia), a także pozostają we wzajemnych oddziaływaniach z różnymi instytucjami (typu państwo, religia, gospodarka), wzorami kulturowymi czy wyobrażeniami dostarczanymi przez media”². Kategoria ta opisuje nie tylko mentalny i/lub fizyczny stan odosobnienia czy domenę indywidualnych działań jednostki, ale dotyczy również interakcji człowieka z jego najbliższymi (krewnymi, przyjaciółmi, bliskimi członkami grup rówieśniczych itp.), z którymi kontaktuje się i działa na zasadzie bezpośredniości i intymności. Cechą prywatności jest więc subiektywność, a jej indywidualne wzory wiążą się z poczuciem tożsamości i strukturą poznawczą poszczególnych osób oraz (współ)uczestnictwem w międzyosobowych pograniczach. Tak rozumianą prywatność można rozpatrywać w dwóch perspektywach czy odmianach:

- prywatność bliższa (ściśła) – dotyczy stanów związanych z ciałem jednostki, jej indywidualnych zachowań, sytuacji intymnych, emocji, uczuć itp. rozumiałych tylko dla niej lub osób, które dopuszcza do swej sfery prywatnej dzieląc się informacjami na swój temat – np. o znaczeniach uśmiechu w określonych sytuacjach;
- prywatność dalsza (otwarta) – dotyczy zachowań jednostki na określonym obszarze, związanych z obowiązującymi tam zwykle uwarunkowanymi kulturowo konwencjami (zasadami, ograniczeniami), a także mającymi początek w sferze bliższej prywatności, lecz głoszonymi i okazywanymi w sferze publicznej poglądami, zachowaniami, wytworami – np. formami uśmiechu konwencjonalnego³.

Sfera publiczna to według Tadeusza Lewowickiego: „(...) osoby, działania tych osób i wytwory działalności – intelektualne, ideowe, organizacyjne, materialne – służące na użytek publiczny, ogólnospołeczny oraz funkcjonujące w społeczeństwie, w różnych formach życia społecznego. (...) obszar życia społecznego ma złożony charakter i trudny do precyzyjnego wyznaczenia zakres.

² R. Dopierała: *Prywatność w perspektywie zmiany społecznej*. Kraków 2013, Zakład Wydawniczy „Nomos”, s. 8.

³ Patrz: tamże, s. 18–41.

Istotne jest przede wszystkim to, że osoby, działania, instytucje, wytwory – o których tu mowa – wykraczają poza sferę prywatności. Intencją aktywności ludzi i celem działalności osób i instytucji staje się możliwie wyraźne zaznaczenie swojej obecności w życiu społecznym i oddziaływanie na innych ludzi – na ich poglądy, zachowania. Co więcej – działania te (przynajmniej w założeniu) mają być prowadzone na użytek społeczny (przyjąć należy, że powinny być pozytywne, powinny mieć społeczną aprobatę). Oczywiście, w każdym – zróżnicowanym wewnątrznie – społeczeństwie poglądy na to, co jest potrzebne, pozytywne itd., są zazwyczaj także zróżnicowane. Stwarza to – z jednej strony – możliwość zgłaszania rozmaitych poglądów i działań, sprzyja pluralizmowi życia społecznego. Jednak – z drugiej strony – daje to pole do wystąpienia osób, idei i działań o wątpliwej wartości społecznej, niekiedy nawet szkodliwych⁴. Do najważniejszych obszarów sfery publicznej, to jest osób, instytucji, idei mocno oddziałujących (lub ewentualnie mogących oddziaływać) na różne wymiary i płaszczyzny życia społecznego, Autor zalicza m.in. te, w których uśmiech jawi się jako szczególnie istotny czynnik komunikacji: politykę i ideologię; moralność i prawo postrzegane jako normy regulujące życie społeczne; kulturę, naukę i oświatę; ludzi, instytucje, treści i sposoby ich działalności; środki masowego komunikowania; instytucje, organizacje społeczne, grupy społeczne głoszące jakies cele i zabiegające o ich osiągnięcie; Kościoły i organizacje wyznaniowe⁵.

Subiektywne granice między sferą publiczną i prywatną mają więc charakter pograniczny i interakcyjny, to znaczy nie tyle separują, co stanowią symboliczną lub realistyczną podstawę regulacji oraz kontroli zachowania jednostek i grup społecznych. Czynnikiem tej kontroli bywają między innymi postawy wobec określonych obiektów, których podstawy przekazuje się w procesie socjalizacji. Granice sfer prywatnej i publicznej oraz ich społeczne konsekwencje są płynne, podlegają historycznej zmienności terytorialnej i kulturowej, a ich radykalne i sztywne wyróżnienie nie jest możliwe, więc wymaga ich dookreślenia za każdym razem.

Na styku sfer prywatnej i publicznej szczególnie interesujące wydaje się rozpatrywanie uśmiechu w odniesieniu do jego funkcji komunikacyjnej. O ile bowiem jego wykorzystanie w sferze prywatnej, zwłaszcza w kręgu najbliższych, nie jest skomplikowane i nie budzi większych kontrowersji, to już w sytuacji zróżnicowania kulturowego kłopotliwa okazuje się wieloznaczność uśmiechu

⁴ T. Lewowicki: *Pedagogika wobec (nie)moralności sfery publicznej*. W: J. Rutkowiak, D. Kubinowski, M. Nowak (red.): *Edukacja. Moralność. Sfera publiczna. Materiały z VI Ogólnopolskiego Zjazdu Pedagogicznego PTP*. Lublin 2007, Oficyna Wydawnicza Verba, s. 35.

⁵ Tamże, s. 36.

oraz możliwość wykorzystania go jako czynnika manipulacji, czego ofiarą padają przede wszystkim Obcy.

Komunikacyjna funkcja uśmiechu

W przypadku uśmiechu nigdy nie dochodzi do aktywnej utraty kontroli nad własnym ciałem i otoczeniem (co występuje w przypadku śmiechu). Łatwe jest uśmiechanie się na żądanie, lecz umiejętność tę trzeba wyćwiczyć. Uśmiech towarzyszy człowiekowi na co dzień jako nieodzowny element życia społecznego, wiąże się też z wymuszaniem jego konwencjonalnej formy w określonych sytuacjach, mimo że uśmiechający się nie musi mieć nań ochoty. Uśmiech można więc wykorzystywać do okazywania uczuć i emocji deklarowanych, lecz niekoniecznie rzeczywiście odczuwanych. Ludzie z natury skłonni do uśmiechania się nie mają zwykle kłopotu z dostosowaniem się do obowiązujących norm. Niezależnie od uwarunkowanych kulturowo norm wykorzystywania uśmiechu w codziennych kontaktach i przestrzeni publicznej, skłonność i umiejętność uśmiechania się nie jest cechą trwałą. Jako taka jest jedną z treści socjalizacji i edukacji w zakresie formowania określonych cech osobowości⁶.

Avner Ziv zakłada, że uśmiech jest swoistym językiem, za pomocą którego można wyrażać różne rzeczy i dawać coś do zrozumienia – przy czym komunikaty te są zmienne w formach i tonach⁷. Typy i odmiany uśmiechu są zawsze uwarunkowane kulturowo oraz związane z niepowtarzalnym, indywidualnym doświadczeniem życiowym człowieka. Ponieważ istotą uśmiechu jest subtelność i zakorzenienie w indywidualnym doświadczeniu jednostki (zarówno uśmiechającej się, jak i obserwującej czyjś uśmiech), typologie te są względne i otwarte. Przykładowe cechy wzmacniane przez uśmiech w różnych kulturach to towarzyskość, inteligencja, atrakcyjność, sympatyczność, życzliwość, uroda. Uśmiech pozytywnie wiąże się z zachowaniami społecznymi, takimi jak współpraca, perswazja, udzielanie wsparcia i pomaganie – nawet gdy chodzi o osoby zupełnie obce. Szczerzy, wspólny uśmiech jest oznaką pojawienia się więzi społecznej oraz przełamania bariery w kontaktach interpersonalnych⁸.

Paweł Szarota szczegółowo charakteryzuje 21 najczęściej używanych w polskiej kulturze typów uśmiechu (uszeregowane od najczęściej do najrzadziej stosowanych): radosny, życzliwy, porozumiewawczy, uprzejmy, figlarny, swo-

⁶ P. Szarota: *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa*. Gdańsk 2006, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, s. 18–56.

⁷ Patrz: A. Ziv: *L'humour en éducation. Approche psychologique*. Paris 1979, ESF, s. 16.

⁸ Patrz: P. Szarota: *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa*. cyt. wyd., s. 194–204.

bodny, ironiczny, czuły, zalotny, nieśmiały, przepraszający, przymilny, dumny, dobrotliwy, ośmielający, przekorny, przebiegły, współczujący, złośliwy, lekceważący, zuchwały. Jako uśmiechy uniwersalne wymienia tylko uprzejmy, przepraszający, przekorny i ironiczny – pozostałe zależą od kontekstu, w którym są stosowane i płci osoby uśmiechającej się, co ma istotne znaczenie dla interpretacji zachowania. Do powyższej listy można dodać uśmiech marzycielski, nieobecny, nostalgiczny, sarkastyczny, ironiczny i humorystyczny, uduchowiony, zakochany, diaboliczny, pobłażania, samoironii, spokoju, subtelnego żartu, zachęty, pewności itp.⁹ Podobne typologie można by tworzyć w odniesieniu do poszczególnych kręgów kulturowych, przy czym w każdym z nich uśmiech konwencjonalny może mieć różne – niekiedy wręcz przeciwstawne znaczenia.

Uśmiech pełni przede wszystkim funkcję komunikacyjną. Przy jego pomocy uczestnicy interakcji informują, że o czymś wiedzą; łączy ich coś lub dzieli; sygnalizują swój tryumf lub klęskę, przewagę lub podporządkowanie, pewność lub zakłopotanie, wyższość lub pokorę itp. Porozumiewawczy uśmiech będący reakcją na określoną sytuację, pozwala komunikować stosunek do niej osoby uśmiechającej się, przekazywać ważny komunikat o emocjach, ale też stanowi formę aprobaty, sympatii, niechęci, ataku itp., wskutek czego uśmiech może być rozpatrywany jako środek łagodzenia lub eskalacji konfliktów. W sytuacjach wiążących się z doświadczaniem niepokoju i niepewności, odpowiedni uśmiech może być wyrazem wstydu, skromności, niewinności, zdumienia i osłupienia, rozpoznania i wątpliwości itd.

Uśmiech i recepcja jego znaczenia w każdej kulturze jest sprawą konwencji, co wiąże się z licznymi następstwami społecznymi. Oto przykłady.

Uśmiech konwencjonalny i różnice kulturowe

W Stanach Zjednoczonych skonwencjonalizowany uśmiech w sferze publicznej to symbol uprzejmości i dobrego samopoczucia, który jednak nie zawiera – jak często błędnie sądzą turyści – zachęty, spoufalenia czy zażyłości. Również w Indonezji uśmiech stanowi przedmiot skrajnej konwencji, mogąc pokrywać rozczarowanie, złość lub smutek, których otwarte wyrażanie jest niedopuszczalne i niezgodne z dobrymi obyczajami. Indonezyjczycy uśmiechają się nieświadomie i bez wysiłku we wszelkich okolicznościach – nawet wobec obcych.

⁹ Patrz: tenże: *Uśmiech. Instrukcja obsługi*. Gdańsk 2012, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne; C. de Bartillat: *Le livre de sourire. Sourire des dieux, sourire des hommes*. Monaco 1995, Éditions du Rocher.

Dlatego też wielu turystów jest mylnie przekonanych, że ludzie w Indonezji są wyłącznie szczęśliwi, gościnni i uprzejmi¹⁰. Podobne przykłady można mnożyć.

Jak pisze Arlie Rusell Hochschild: „Jedna z moich studentek z Korei podarowała mi kiedyś dwie maski przedstawiające twarze z otwartymi na oścież oczami i szerokimi uśmiechami. Maski te, wyjaśniła, nakładają koreańscy chłopci, kiedy stają twarzą w twarz z właścicielami ziemskimi; w uśmiechniętych maskach mogli ich swobodnie obrzucać obelgami i występować z pełnymi gorzkościami. Maski wyrażały emocjonalny szacunek dla właścicieli ziemskich, a chłopcom pozwalały mówić i odczuwać, co chcieli”¹¹. Opowieść ta wiąże się ze współczesnym charakterem obecności uśmiechu w sferze publicznej, a dokładnie z uwikłaniem w ten fakt pracowników rozmaitych sektorów gospodarki, którzy na co dzień bywają ofiarami komercjalizacji uczuć i emocji. Z jednej bowiem strony mamy do czynienia z odpowiadającymi konwencjom miejsca, czasu i kultury zachowaniami uwikłanymi społecznie – z drugiej zaś, z indywidualnymi aktami wyrażania uczuć, możliwymi do odczytania i zrozumienia wyłącznie przez pryzmat jednostkowych stanów, unikalnych pod każdym względem, bo opartych na doświadczeniach wyniesionych z intymnych warstw sfery prywatnej¹².

Kształcenie umiejętności uśmiechania się i odpowiadania na uśmiech zwłaszcza obcej osoby, uznano za istotną wartość w biznesie. Dzieje się tak szczególnie w koncernach przemysłowych, których kadre stanowią menedżerowie wywodzący się z różnych kręgów kulturowych, a produkty trafiają do odbiorców zagranicznych¹³. Z sondażu przeprowadzonego przez Richarda Cronina w 1986 roku wśród kadry kierowniczej 329 wielkich amerykańskich firm wynika, że aż 97% z nich przywiązuje wagę do poczucia humoru swych pracowników i uważa

¹⁰ Patrz: P. Szarota: *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa*. cyt. wyd., s. 243.

¹¹ A. R. Hochschild: *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*. Warszawa 2009, Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 89.

¹² Szerzej: Tamże, s. 9–12.

¹³ Szerzej: P. Bradney: *The joking relationship in industry*. „Human Relations” 1957, nr 10, s. 179–187; J. -P. Frappier: *Le travail par le rire*. Villeneuve d’Ascq 1998, Presses Universitaires de Septentrion; tenże: *Les succursales du rire. De l’usage du comique en entreprise*. Paris 1999, Imago; J. Harazińska: *Humor jako kategoria nieodzowna w pracy skutecznego menedżera*. W: S. Dżereń-Głowacka, A. Kwiatkowska (red.): *Humor. Teorie – praktyka – zastosowania*. Tom 2: *Zrozumieć humor*. Piotrków Trybunalski 2009, Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie, s. 347–359; M. J. Hatch, S. B. Ehrlich: *Spontaneous humor as an indicator of paradox and ambiguity in organizations*. „Organizational Studies” 1993, nr 4, s. 539–560; M. J. Hatch: *Irony and the social construction of contradiction in the humor of a management team*. „Organization Studies” 1997, nr 3, s. 275–288.

tę cechę za zdecydowanie pożądaną¹⁴. Dostrzeżono związek między umiejętnością uczestniczenia w uśmiechu partnera lub klienta, a powodzeniem negocjacji i wzrostem sprzedaży towarów. Zaczęto nawet organizować warsztaty, w ramach których personel uczy się uśmiechania w odpowiednich okolicznościach. Przykładem może być projekt „Lodołamacz różnic”, którego celem jest kształtowanie i optymalizacja form komunikacji społecznej w środowiskach zróżnicowanych kulturowo. Dzięki dokładnej diagnozie stylów komunikacji, funkcjonowania w grupie poszczególnych jej członków oraz preferowanych stylów rozwiązywania problemów, prowadzący warsztaty stawiają ich uczestników w potencjalnie kłopotliwych sytuacjach. Prowadzi to do refleksji i świadomego stawiania pytań, udzielania odpowiedzi, słuchania oraz uśmiechu i śmiechu. Jednym z celów warsztatów jest wykształcenie umiejętności zamiany uśmiechu niepewności i zażenowania, na uśmiech i śmiech wspólnotowy z radości doświadczenia przyjemnej sytuacji. Jest to możliwe tylko dzięki wniknięciu w sferę kultury Obcego będącego współuczestnikiem relacji. Treningi z wykorzystaniem zabawnych materiałów pomagają efektywniej organizować i prowadzić spotkania w grupach, rozładowywać napięcia i konflikty, współpracować w zróżnicowanym kulturowo środowisku itp.¹⁵ Przed zimowymi igrzyskami olimpijskimi w Vancouver w 2010 roku, wolontariusze z Kolumbii Brytyjskiej uczestniczyli w szkoleniach w ramach programu WorldHost „Służba ponad uśmiech!” zainicjowanego w Ministerstwie Pracy Kolumbii Brytyjskiej. Program ten pierwotnie został opracowany przed planowanym napływem turystów do Vancouver na „Expo 1986”. Gdy okazało się, że jest bardzo efektywny, zrobiło się o nim głośno i od tamtej pory licencję na jego wykorzystanie sprzedano do około 20 państw. W trakcie zajęć uczy się grzecznego podejścia do gości – zwłaszcza cudzoziemców, m.in. poprzez uśmiechanie się, uważne słuchanie, pomaganie niepełnosprawnym, poprawianie nastroju itp.¹⁶

W tak zwanej pracy emocjonalnej, pracownik komercjalizuje swoje uczucia i emocje zachowując się zgodnie z obowiązującymi w danym kręgu kulturowym zasadami poprawności politycznej, zakładając maski skonwencjonalizowanego uśmiechu, byleby tylko za wszelką cenę (nawet ukrycia własnych opinii i odczuć) zadowolić klienta i pośrednio przyczynić się do zwiększenia dochodu przedsiębiorstwa. Nikt bowiem nie chce mieć do czynienia z opryskliwą kelnerką, stewardessą czy urzędnikiem bankowym¹⁷. Oto kolejny przykład

¹⁴ Patrz: H. Lethierry: CORHUM (red.): *Rire en toutes lettres*. Lille 2001, Presses Universitaires du Septentrion, s. 46.

¹⁵ Szerzej: bjornzekelund.wordpress.com (29.05.2014).

¹⁶ Patrz: E. Renzetti: *Grzeczniej proszę!* „Forum” 2012, nr 24, s. 32–33.

¹⁷ Patrz: tamże, s. 99–144.

narzucania pracownikom skonwencjonalizowanego uśmiechu: „Stewardesy uczęszczające na szkolenia okresowe w Delcie usłyszały: «Kiedy wściekacie się na jakiegoś gościa, który żąda od was uśmiechu, wściekacie się tak naprawdę dlatego, że koncentrujecie się na sobie, na tym co WY czujecie. Odwróćcie myśli od siebie. Pomyślcie, jak sytuacja wygląda z JEGO perspektywy. Najczęściej nie chce wam zrobić przykrości, a poza tym nie można liczyć, że tego rodzaju zachowania szybko ustaną. Dlatego nie należy z tego powodu wpadać w gniew». Kiedy w takiej sytuacji stewardesa złości się na pasażera, o czym ta złość świadczy? Według instruktorki szkolenia okresowego wskazuje, że stewardesa NIEWŁAŚCIWIE postrzega swoje miejsce w świecie, że niewłaściwie interpretuje zachowanie mężczyzny, który domaga się uśmiechu – jest przerażliwiona. (...) Mówi, że coś złego dzieje się z pracowniczką, a nie z założeniami czynionymi przez klienta lub przedsiębiorstwo¹⁸.

Za najbardziej rozpowszechniony w kulturze masowej symbol pozytywnych emocji uznaje się uśmiechniętą buźkę (ang. *smiley*). Wykorzystywana jest jako logo, element graficzny na znaczkach, koszulkach, plakietkach itp., emotikon z wirtualnej korespondencji, a także podnoszący na duchu i wywołujący pozytywne emocje znak rozpoznawczy kampanii społecznych itp. Poświęcona buźce strona na Facebooku ma ponad cztery i pół miliona polubień (tzw. lajków)¹⁹. Z symbolem tym wiąże się jednak wiele nieporozumień. W niektórych krajach nie należy zeń korzystać w miejscach publicznych i w korespondencji; nie powinno się także nosić ozdobionych buźką naszywek czy plakietek. Amerykańska nauczycielka Genelle Morain wspomina: „Kiedyś popełniłam fatalny błąd, sprawdzając pracę afrykańskiego studenta z Burkina Faso. Chcąc dać wyraz swojego uznania dla udzielonej przez niego dowcipnej odpowiedzi, narysowałam na marginesie uśmiechniętą buźkę. Po zakończeniu zajęć student podszedł do mnie wyraźnie rozżłoszczony. Wskazał na rysunek i spytał, dlaczego to zrobiłam. «Dlatego, że twoja odpowiedź była nie tylko poprawna, ale też bardzo inteligentna» – wyjaśniłam zaskoczona. Trochę udobruchany, przyznał, że poczuł się głęboko urażony, gdy zobaczył mój rysunek, ponieważ w jego kraju symbolizuje on głupiego człowieka²⁰.

¹⁸ Tamże, s. 208–209.

¹⁹ Szerzej: A. Sooke: *Uśmiech za milion*. „Forum” 2012, nr 11, s. 38–39.

²⁰ Za: P. Szarota: *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa*. cyt. wyd., s. 11.

* * *

Nieporozumienia związane ze skonwencjonalizowanym uśmiechem adresowanym do Obcych w sferze prywatnej są nieuniknione, stanowiąc nieodłączny element procesów socjalizacji i inkulturacji. Poszukiwanie ich źródeł, treści i okoliczności występowania wymagają dogłębnych analiz poszczególnych środowisk i osób w nich funkcjonujących lub pojawiających się tylko czasowo.

Konwencjonalny uśmiech zrodzony w biurach specjalistów od reklamy i sprzedaży, opiera się na wyrachowanej manipulacji uczuciami, emocjami i zachowaniami potencjalnych klientów. Towarzyszy mu niebezpieczeństwo komercjalizacji zachowań i przeniesienia występujących w handlu wzorów uśmiechu do sfery prywatnej, w której z czasem, dla osób podatnych na marketingowe gry, mogą się stać elementami codziennego zachowania opartymi na obłudzie i dążeniu do zysku. Zagrożenie to dotyczy także systemu oświaty coraz mocniej związanego z funkcjonowaniem korporacji handlowych. Nie dziwi fakt, że za obietnicę odpowiedniej pensji w bliżej nieokreślonej przyszłości, dzieci i młodzież wychowywani w komercyjnym „raju” reklam i hipermarketów coraz łatwiej przyjmują konwencjonalny, wyuczony uśmiech stewardessy i ekspedientki wymagany w wyścigu szczurów nie tylko od uczniów, ale także od dbających o ich pozycję rodziców czy troszczących się o posadę nauczycieli. Tym istotniejszy staje się postulat propagowania i realizowania powrotu do szczerego uśmiechu zakłopotania wobec Obcości i uśmiechu radości z dokonania odkrycia lub poznania we wspólnym doświadczeniu Innych i Obcych na kulturowych pograniczach.

Dlatego szczególnie istotne wydaje się podejście do uśmiechu w perspektywie międzykulturowej. Nieporozumienia w komunikacji, wynikające z uwarunkowanych kulturowo stereotypów i uprzedzeń, plotek na temat przedstawicieli innych kultur; nieznamomości i niezrozumienia wartości religii; różnic znaczenia tych samych i/lub podobnych wyrazów, gestów (w tym uśmiechu) oraz kłopotów z poprawnym tłumaczeniem ich na języki obce to wyzwania nie tylko dla Obcych, ale także dla osób opracowujących koncepcje edukacji międzykulturowej.

Bibliografia

- Bartillat C. de: *Le livre de sourire. Sourire des dieux, sourire des hommes*. Monaco 1995, Éditions du Rocher.
bjornzekelund.wordpress.com.
- Bradney P.: *The joking relationship in industry*. „Human Relations” 1957, nr 10.
- Dopierała R.: *Prywatność w perspektywie zmiany społecznej*. Kraków 2013, Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Frappier J.-P.: *Le travail par le rire*. Villeneuve d’Ascq 1998, Presses Universitaires de Septentrion.
- Frappier J.-P.: *Les succursales du rire. De l’usage du comique en entreprise*. Paris 1999, Imago.
- Grzybowski P. P.: *Śmiech w edukacji. Od szkolnej wspólnoty śmiechu po edukację międzykulturową*. Kraków 2014, Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Harazińska J.: *Humor jako kategoria nieodzowna w pracy skutecznego menedżera*. W: S. Dżereń-Głowacka, A. Kwiatkowska (red.): *Humor. Teorie – praktyka – zastosowania*. Tom 2: *Zrozumieć humor*. Piotrków Trybunalski 2009, Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Hatch M. J., Ehrlich S. B.: *Spontaneous humor as an indicator of paradox and ambiguity in organizations*. „Organizational Studies” 1993, nr 4.
- Hatch M. J.: *Irony and the social construction of contradiction in the humor of a management team*. „Organization Studies” 1997, nr 3.
- Hochschild A. R.: *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*. Warszawa 2009, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lethierry H., CORHUM (red.): *Rire en toutes lettres*. Lille 2001, Presses Universitaires du Septentrion.
- Lewowicki T.: *Pedagogika wobec (nie)moralności sfery publicznej*. W: J. Rutkowiak, D. Kubinowski, M. Nowak (red.): *Edukacja. Moralność. Sfera publiczna. Materiały z VI Ogólnopolskiego Zjazdu Pedagogicznego PTP*. Lublin 2007, Oficyna Wydawnicza Verba.
- Renzetti E.: *Grzeczniej proszę!* „Forum” 2012, nr 24.
- Sooke A.: *Uśmiech za milion*. „Forum” 2012, nr 11.
- Szarota P.: *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa*. Gdańsk 2006, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Szarota P.: *Uśmiech. Instrukcja obsługi*. Gdańsk 2012, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Ziv A.: *L’humour en éducation. Approche psychologique*. Paris 1979, ESF.

Uśmiechnij się do Obcego!
Uśmiech na styku sfer prywatnej i publicznej w warunkach
zróżnicowania kulturowego
Streszczenie

Szczery uśmiech jest jednym z przejawów humoru i postawy wobec poszczególnych elementów rzeczywistości. Na styku sfer prywatnej i publicznej – na przykład podczas kontaktów z cudzoziemcami czy klientami, człowiek bywa zmuszany do uśmiechu konwencjonalnego. Często kłóci się to z jego skalą wartości i budzi wewnętrzny opór. Skoro jednak jest to cena za zadowolenie Obcego i jego dobre samopoczucie, nie dziwi fakt, że coraz częściej elementem programu warsztatów dotyczących kompetencji międzykulturowej jest właśnie konwencjonalny uśmiech. Rodzą się wówczas pytania o etyczność tego rodzaju szkoleń, a idea edukacji międzykulturowej za wszelką cenę (nawet wbrew sobie) nie jest już taka oczywista.

Słowa kluczowe: edukacja międzykulturowa, uśmiech, sfera publiczna

Smile at the Other!
Smile in the contact point of the private and public sphere
in conditions of cultural diversification
Summary

A sincere smile is a manifestation of good mood and good attitude to particular elements of the reality. In the contact point of the private and public sphere, for example in contacts with foreigners and clients, people are often forced to smile inauthentically. This frequently does not agree with their system of values and triggers inner resistance. However, if this is the price of the Other's satisfaction and wellbeing, no wonder that – with growing frequency – the conventional, inauthentic smile becomes an element of workshops concerning intercultural competence. This raises doubt about ethical aspects of such trainings and the idea of intercultural education at any costs (even against oneself) is not so evident any longer.

Key words: intercultural education, smile, public sphere

Translated by Agata Cienciała