**Тема. 5 Гумор як елемент культури**

План

1.Сутність, види та особливості гумору.

1. Види використання гумору в ділових переговорах.
2. Гумор як культурний бар'єр.

1.Сутність, види та особливості гумору

**Гумор** — інтелектуальна здатність вбачати в предметах смішне, властивість викликати сміх, надавати розвагу. Фізична або вербальна дія, яка має на меті розсмішити. В основі лежить протиставлення кількох частин буття, вхоплених гумористом з контексту історичного розвитку. Поняття гумору ґрунтується на спостережливості та аналітичності мислення, тому бути в доброму гуморі — бути спостережливим та мислити філософськи — підмічати єдність та боротьбу протилежностей в межах однієї сутності.

Гумор в спілкуванні є важливим і небезпечним явищем, здатним як поліпшити, так і погіршити процес комунікації. Гумор може стати як зброєю проти публіки, держави, нації, етносу, будучи бар'єром в процесі міжкультурного спілкування. Так і універсальним способом для зняття напруги, дистанції в процесі спілкування. Одним з бар'єрів на шляху грамотної міжкультурної комунікації є гумор. Цілком природно, що для підтримки бесіди або в процесі ознайомлення з співрозмовником, людина прагне створити невимушене і неформальне середовище. Найчастіше вважається, що заручитися підтримкою слухача можна, розповідаючи йому веселі історії з життя, анекдоти або жарти. Такий варіант можливий, якщо культури обох партнерів досить близькі і жарт буде зрозумілий.

Гумор часто не є універсальним і не переноситься з однієї культури в іншу, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. З одного боку, в епоху глобалізації відмінності між культурами стають все більш зрозумілими і гумор стає більш універсальним. З іншого — у кожної соціальної групи є певні рамки, куди гумор не пускають. Наприклад, фанати футбольної команди не дозволять фанатам іншої футбольної команди сміятися над своїми кумирами, також, як віруючі не будуть сміятися над елементами своєї віри.

**Види комічного:** жарт, анекдот, іронія, оксюморон, пародія, сатира, графіка (карикатура, шарж), дотепність, гумор, сарказм

**Жартом** називають короткий текст або фразу гумористичного змісту. Вона може мати різні форми, наприклад, байки, питання або відповіді. У більшості випадків у жарти є кінцівка (кульмінаційний момент), що закінчує розповідь і робить його кумедним.

**Анекдот** - це невелика смішна історія, яка відрізняється несподіваною розв'язкою. Як анекдоту можуть виступати гра слів, значення термінів і понять, якісь асоціації. У деяких випадках для розуміння анекдоту потрібно володіти певними знаннями, наприклад, географічними, історичними, літературними, соціальними і т.п., Тому що анекдоти можуть стосуватися будь-якої галузі життєдіяльності людини. Також варто зауважити, що автори анекдотів майже завжди залишаються невідомими, а оповідачі ніколи не претендують на авторство.

**Іронія** - це використання слів в негативному сенсі, що суперечить буквальному, в результаті чого зовні позитивні висловлювання набувають негативний підтекст. Також іронією нерідко називають насмішку або навіть глузування. Сенс іронії полягає в тому, що об'єкту або ситуації приписуються відсутні риси, щоб почеркнуть це відсутність. Іронія дозволять надати негативний або комічний характер чого чи кому-небудь. Крім того, виділяють анти-іронію і самоіронію. У самоіронії людина сміється над самим собою, а в анти-іронії негативний посил передбачає зворотний, тобто позитивний підтекст.

**Оксюморон** називають також «розумною дурістю», тобто поєднанням непоєднуваних (протилежних за значенням) слів. У мистецтві часто використовується, щоб створити стилістичний ефект.

**Пародія** являє собою наслідування чогось відомому для створення смішного ефекту. Можна пародіювати поведінку відомих людей, гру акторів, виконання музикантів, звички, мова, міміку, жести і т.д. У мистецтві поширені пародії на музику, живопис, літературні твори.

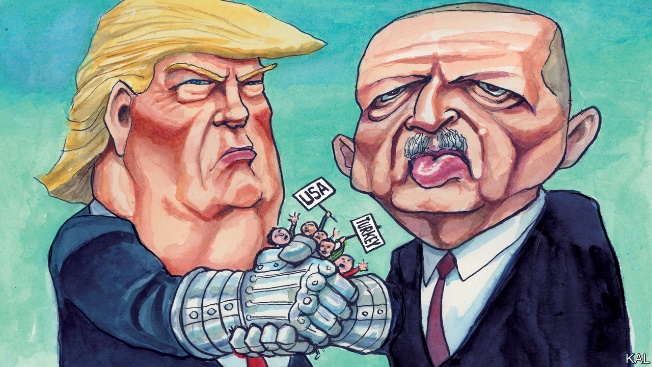
**Сатира** є своєрідним комічним пафосом, суворим викриттям і висміюванням негативних явищ в житті, соціальних і людських недоліків. Іноді сатира буває несмішною. Гумор же в сатирі застосовується для того, щоб сатиричний твір не сприймалося як пряма критика. Є кілька різновидів сатири: усна, театральна, літературна і графічна.

**Сарказмом** називають їдкі та злісні глузування, жовчні зауваження, злу іронію над чим-небудь порочним. Як правило, сарказм (як і сатира) висміює людські недоліки і серйозні злочини, особливо вчинені чиновниками, політиками і високопоставленими особами.

**Графіка** - це особлива форма комічного, що відрізняється від письмового та усного його вираження. Найпоширенішими видами комічної графіки є комікси, шаржі та карикатури. Грамотна комічна графіка, зокрема політична, спрямована на підвищення соціального самосвідомості і громадянської відповідальності, виявлення політичних симпатій і антипатій.







**Дотепністю** називається будь-який твір комічного - сам акт творіння гумору, анекдоту, жарти, сатири і т.д. Комічного не може бути без дотепності. Дотепність відрізняється наявністю жарти, але відсутністю презирства, а також стислістю. Але однієї лише стислістю «гостроти» не добитися, тому що вона досягається за допомогою використання несподіваної думки.

Для розуміння ефектів впливу гумору на особистість, на спільноти і для визначення його захисно-адаптаційної ролі необхідно диференціювати **здоровий (конструктивний)** і **патологічний (деструктивний) гумор**. *Здоровий, конструктивний гумор* передбачає гнучкість особистих кордонів і здатність конструктивно взаємодіяти з іншими людьми. Навпаки, патологічний, руйнівний гумор пов'язаний з патологічною агресією, зниженою здатністю до контакту і ригідними особистими межами. Він проявляється у вигляді іронії та сарказму.

Р. Сільвер розробила спеціальну шкалу для оцінки різних видів гумору, що виявляються в образотворчій продукції, зокрема, при виконанні тесту Сільвер. Дана шкала дозволяє визначити сім видів гумору на основі аналізу образотворчої продукції пацієнта:

1. **патологічний**, або **«чорний» гумор** проявляється в глузування над помираючим або знаходяться в смертельній небезпеці персонажем. При цьому персонаж відчуває і відкрито висловлює страждання або страх;
2. **«чорний», але не патологічний гумор** проявляється в глузування над нещасним, вмираючим або знаходяться в смертельній небезпеці персонажем. При цьому на малюнку і в оповіданні не показано, що персонаж відчуває страждання або страх;
3. **зневажливий гумор** проявляється в глузуваннях над таким персонажем, який відрізняється від автора малюнка (наприклад, по підлозі) і при цьому представлений як непривабливий, розчарований, дурний, нещасний, але не знаходиться в смертельній небезпеці;
4. **самозневажливий гумор** проявляється в глузуваннях над таким персонажем, який схожий на автора малюнка або представлений від першої особи і при цьому зображений як непривабливий, розчарований, дурний, нещасний, але не знаходиться в смертельній небезпеці;
5. **амбівалентний або нейтральний гумор**. Перспективи розвитку ситуації для персонажа представляються як амбівалентні або неясні;
6. **помірно позитивний, життєстверджуючий гумор**. Зображений персонаж долає перешкоди, або фінал ситуації для нього сприятливий;
7. **виражений позитивний, грайливий гумор**, пов'язаний із зображенням персонажа або декількох персонажів, які успішно долають перешкоди, відчувають позитивні почуття. Гра слів, насмішка над абсурдом, подвійний сенс.

Різні види гумору обумовлюють різні психологічні ефекти і міжособистісну динаміку, мають різні «мішені» впливу. В одних випадках гумор служить зняттю емоційної напруги, подолання тривоги і страждання і навіть переживання позитивного емоційного стресу (еустресса). В інших випадках він дозволяє особистості захистити свої кордони, чинити опір тиску ззовні, підтримувати почуття внутрішньої гідності. Гумор і сміх часто виявляються при конфронтації особистості з соціальними авторитетами і нормами, які суперечать її інтересам. Не випадково відзначається схильність людей вдаватися до гумору в ситуації недостатньої зовнішньої свободи, в тому числі в умовах тоталітарного правління. Гумор дозволяє піддати осміянню опонента, його ідеї та систему цінностей, що, перш за все, справедливо по відношенню до глузування, пародії, іронії та сарказму.

У певних випадках гумор дозволяє більш вільно поглянути на речі, «грати» з ідеями і образами, розкриває творчий потенціал особистості. Можна відзначити також значиму роль гумору в розблокуванні неусвідомлюваних, витіснених переживань, а також в прийнятті та усвідомленні латентних (прихованих) якостей особистості. Він може обумовлювати розрядку сексуальної енергії і вираз агресії. Крім того, гумор може сприяти встановленню контактів, створенню більш невимушеної атмосфери для спілкування, а також згуртовування людей.

**До найважливіших функцій гумору** можна віднести забезпечення психологічної інтеграції, подолання внутрішнього конфлікту особистості. Він дозволяє їй прийняти свої внутрішні суперечності, наявність в собі як плюсів, так і мінусів - «світла» і «тіні», осягнути складність і разом з тим багатство свого внутрішнього світу і людських відносин. Він також сприяє трансформації раніше відчужених аспектів «я» в повноправні аспекти цілісної особистості, але при цьому «уникнути відвертої ідентифікації з ними».

Є думка, що гумор пов'язаний з наступними п'ятьма основними функціями: вираз агресії; вираження сексуальної енергії; захист; опрацювання інформації і рішення проблем; включення в соціальний контекст.

1. Види використання гумору в ділових переговорах

Культурне розуміння гумору ґрунтуються на трьох ключових філософських теоріях:

* сміх як механізм влади або контролю в теорії переваги;
* шоковий або несподіваний елемент гумору, що лежить в основі теорії невідповідності;
* психологічні фактори, підкреслені у теорії полегшення.

Огляд цих трьох теорій підкреслює ***три парадокси, які лежать в основі соціальної та дисциплінарної функції гумору:***

1. Гумор є універсальним та особливим, оскільки всі суспільства розуміють гумор, але не для всіх він є однаковим;
2. Гумор може бути соціальним та антисоціальним, оскільки він може як розвивати соціальні зв'язки, так і сприяти їхній деградації;
3. Гумор одночасно загадковий і зрозумілий. Таким чином, крім розкриття культурних процесів, гумор має підривний потенціал, завдяки чому він може послабити домінуючу ідею, виявляючи її негативні сторони. Гумор може - на краще чи на гірше - змінити хід розмови, змінити очікування та стосунки.

Гумор як механізм контролю використовується для того, щоб змусити людей дотримуватися певних моделей поведінки. Наприклад, дражнити чи жартувати, щоб змусити поводитись так як іншій стороні вигідно або підштовхнути до певної девіантної поведінки.

Гумор також може використовуватися для передачі схвалення чи навпаки розчарування, в наслідок якихось дій людини, або як засіб дисципліни. У переговорах диференційованих за силою, використання гумору для отримання більшого контролю, як правило асоціюється з учасником який вже має певний контроль над переговорним процесом. Тобто найбільш ефективний спосіб вирішення конфлікту через гумор, коли його використовує сторона з більшим впливом. Зміна стилю ведення переговорів призводить до того що співрозмовники не впевнені, як вони повинні реагувати, і також зміцнює позицію сторони. Навіть використання глузування з боку більш домінуючих представників під час переговорів можуть впливати на менш домінуючих партнерів або придушувати небажану поведінку. У цих випадках більш потужна сторона використовує гумор для прояву контролю за обговоренням та співпрацею з менш потужною. І використання гумору задля нав'язування певних форм поведінки підсилює своє домінуванння в переговорному процесі.

Гумор також може бути ефективним способом "Створювання контролю". Використання гумору у формулюванні аргументів може атакувати позицію чи версію реальності протилежної сторони і делегітимізувати їхню вимогу. Якщо використовувати гумор в менш прямолінійній манері, то він може доносити повідомлення до іншої сторони про співвідношення сил, та одночасно призводити до практичних результатів переговорів. Гумор, який використовується тут маскує авторитетний характер повідомлення.

Навіть незважаючи на тісний зв’язок використання гумору як засобу для здійснення контролю з більш домінуючою групою, протилежна група може також використовувати його для впливу на поведінку сильніших. Наприклад, вони можуть використовувати гумор для отримання прихильності або схвалення тих, хто має більше влади.

Гумор може надати можливість менш домінуючій стороні зайняти кращу позицію в переговорах. За допомогою нього можливо виражати протести, незадоволення і незгоду по відношенню до пропозицій іншої сторони, при цьому робити це у незагрозливій манері, таким шляхом не компроментуючи вже існуючу позицію. Або ж використати гумор для завуальованого виклику домінуванню іншої сторони.

Ефективне використання гумору впливає на людей по різному. Такий, гумор може використовуватися як позитивний, так і негативний спосіб в переговорній практиці.

Теорія невідповідності стверджує що сміх є результатом ситуації, в якій люди стикаються з поняттями, що йде всупереч їхнім очікуванням. Гумор часто містить несподіваний, раптовий зсув точки зору. Об'єктом цього перспективного повороту може бути майже що завгодно.

Використовується такий гумор для того щоб у непогрожуючій манері висловити свою позицію, зробити пропозицію, або зауваження які в іншому контексті могли би бути сприйняті повністю протилежно, і викликати реакцію, після якої відстоювання цієї позиції не буде мати сенсу, тому що її сутність повністю протилежна до тієї що сприймає інша сторона.

В теорії полегшення, сміх розглядається як визволення скупчення нервової енергії. Тобто при ускладненні ситуації на переговорах, людина інстинктивно шукає спосіб знизити напругу, і найчастіше таким способом виявляється гумор.

Такий гумор може виконувати наступні функції: меншує напругу під час переговорів; оживляє спілкування; може посилити почуття єдності та командного духу в середині однієї з сторін; допомогти боротися з агресивними почуттями; мінімізує загрозливі взаємодії; може стимулювати співпрацю, незважаючі на різницю інтересів.

1. Гумор як культурний бар'єр.

У мовах глобалізації торгівлі ділові люди зустрічаються в міжнародному бізнесі все частіше, і це дає їм привід думати, що вони починають розуміти один одного краще. Цілком природно, що, коли у людей складаються більш близькі стосунки, вони починають спілкуватися більш розслаблено і невимушено. Річард Льюїс, автор книги “Зіткнення культур”, пропонує кілька цікавих спостережень щодо того, як гумор використовується у бізнесі різних народів.

Гумор може бути важливим інструментом під час ділових переговорів та впливати на те як вас будуть сприймати ділові партнери. Це може бути як позитивним аспектом, так і негативним. Адже він надає можливість вплинути на представника іншої сторони, при цьому не хвилюючись за свою репутацію. Але недоречне використання гумору може мати негативний вплив на переговори.

Неоднорідність та оригінальність різних культур призводить до того, що він може сприйматися по різному в рамках однієї культурної групи, та незалежно від ролі контексту в цій культурі

Як відомо, почуття гумору різниться в залежності від країни. Тому жарт, що вражає уяву представника однієї країни може звучати образливо в іншій країні, і стати причиною погіршення партнерських або дружніх відносин. Наприклад, «крім корейців (які, здається, готові сміятися у відповідь на чий завгодно жарт), на Сході мало кого тішить американський і (тим більше) європейський гумор. Конфуціанська і буддистська заклопотаність правдолюбством, щирістю, добротою і чемністю повністю виключає такі форми гумору, як сарказм, сатира, гіпербола і пародія, а також робить недоречними жарти на тему релігії, сексу і безправних меншин. Похмурий або чорний гумор там зовсім неможливий. Саме тому, треба з обережністю ставитися до жартів та інших форм гумору, особливо при діловому співробітництві.

Гумор у бізнесі популярний у багатьох європейських країнах, хоча серед романських народів він менше в ходу, ніж у північних європейців, для яких він є важливим засобом, що допомагає розтопити холод формальності на початку розмови. Можливо, іспанці, португальці та італійці не страждають від холоду формальності, їх живий, схильний до пліток і відвертий стиль спілкування сам по собі містить чималий заряд гумору.

***В англосаксонських країнах гумор*** використовується систематично. Гумор у Канаді та Новій Зеландії відрізняється легкістю, в Австралії може бути кілким і провокаційним. У Сполучених Штатах сарказм, валяння дурня і вдаване обурення вважаються невід’ємними елементами проведення зустрічі, що дозволяє досягти більшого за короткий час. Адже час, зрештою, це гроші. Найчастіше до гумору на бізнес-зустрічах вдаються, мабуть, у Сполученому Королівстві. Британці не виносять нудних і тривалих зустрічей і, щоб скрасити їх, використовують найрізноманітніші форми гумору і тактики, здатні розрядити обстановку і відволіктися.

Проте є два народи, які уникають жартів та інших форм гумору за столом переговорів. **Німці** вважають гумор недоречним у діловій розмові. На їхню думку, бізнес — заняття серйозне, отже, до нього треба ставитися серйозно, залишивши осторонь історії та розваги, що не мають відношення до справи. Якщо ви відволікаєтеся від головної теми, то тим самим проявляєте неповагу до співрозмовника. Вони вважають, що жартувати нечесно, оскільки це привносить плутанину в ділову розмову. Вони хочуть знати ціну, якість, а також час поставки, і якомога точніше, будь ласка!

Як тільки-но бізнес-зустріч закінчено, німці готові розслаблятися і жартувати зі своїми партнерами в барах, ресторанах і вдома. Гумор та анекдоти в цих обставинах тільки вітаються. Відпочинку, діловим бесідам і багатьом іншим заходам у Німеччині відведено строго певний час.

При проведенні переговорів німці дуже серйозні і, як правило, погано розуміють гумор і жарти. Німецька культура належить до числа культур з досить низьким вмістом контексту, тому німцям не властиві натяки і підтексти в діловій розмові. Психологи відзначають німецьку холодність в спілкуванні, своєрідну загальмованість і сухість.

Під час ділового спілкування, німці поводяться стримано, на їхніх обличчях рідко виражаються будь-які емоції, вони мало жестикулюють і уважно вислуховують, один одного, не перебиваючи. У Німеччині прийнято висловлювати свої думки прямо, ніж німці дуже пишаються. Вони завжди говорять те, що думають, хоча часом можуть висловлюватися різко. Бізнесменам з культур високого контексту необхідно засвоїти, що така форма спілкування не спрямована на те, щоб їх образити або образити.

Німці завжди при зустрічі та прощанні обмінюються міцними рукостисканнями і прямим зоровим контактом. При цьому вони можуть не посміхатися, тому що вважають, що усмішки потрібно дарувати тільки близьким і рідним людям, а в інших випадках - це нерозумно. До підготовки ділових презентацій потрібно підходити дуже ретельно і уважно, так як німців цікавить не стільки наочність фактів, скільки їх насиченість і яскравість. Бажано правильно підібрати документацію. Також потрібно бути обережним з гумором, тому що німці дуже серйозно ставляться до таких заходів і можуть не зрозуміти партнера. У Німеччині люди дуже серйозно ставляться до бізнесу, тому, від своїх ділових партнерів вони завжди чекають того ж, а гумор просто не вписується в розуміння серйозності (взяти хоча б той факт, що прізвисько Spassmacher (жартівник) в німецькому колективі звучить як суворий вирок).

Втім, останнім часом німці почали перейматися тим, що гумору їм не вистачає. Відсутність почуття гумору заважає їм при ділових переговорах з жителями інших країн. Вихід зі становища німці шукають з характерною для них серйозністю. У країні з'явилося вже близько 40 «клубів сміху». Правда, сміх викликають там не так жартами, скільки вправами йоги. Фірми починають посилати своїх менеджерів на курси покликані розвинути у них почуття гумору. Там дають поради, з чого починати. Наприклад, проявіть кураж - видайте радісний крик! Придумайте який-небудь безглуздий слух. Або повісьте на стіні в своєму офісі фотографії - свою або знайомих, на обличчі яких вам вдалося зловити неприємну гримасу.

**Японці** також не бачать ніякої користі від гумору під час ділової зустрічі. Вони розсміються, якщо зрозуміють, що ви розповіли жарт (сенс якого навряд чи буде їм зрозумілий), але виключно з міркувань ввічливості. Вони і без того напружуються, намагаючись зрозуміти те, що ви говорите «по суті», так що будь-які ваші розумні зауваження чи іронічні висловлювання можуть привести їх у сум’яття. Все, що ви говорите, вони сприймають буквально. Розмовні американські вислови на зразок «Ви мене вбиваєте» або «Повторіть це ще раз, і мене тут не буде» наводять жах на японських партнерів. Одного разу під час переговорів американський бізнесмен заявив, що якась умова договору може (у приблизному перекладі) «пустити справу на дно» (*blow the deal out of the water*). Його попросили уточнити, про яке дно він говорить.

Звичайно, використання гумору в міжнародних переговорах може принести безумовну користь — розтопити лід формальності, прискорити хід обговорення, вивести з глухого кута, розкріпачити партнера і викликати довіру до вас як до людини. Однак у гумору є і зворотна сторона, пов’язана з великим ризиком. Те, що здається кумедним французу, араб може прийняти за святотатство. Ваша улюблена, найсмішніша історія може здатися китайцеві абсолютно незрозумілою, а ваш цілком невинний анекдот може серйозно образити турка. Культурні та релігійні відмінності призводять до того, що над одними і тими ж жартам сміються далеко не всі. Хто може з упевненістю стверджувати, що насправді є смішним? Якщо всі цінності відносні і обумовлені культурою, то гумор, терпимість і навіть сама істина не є винятком. Слід пам’ятати, що в Азії досить часто сміх є проявом збентеження, нервозності або навіть презирства.

В **Україні** гумор відіграє значну роль у всіх сферах життя.

|  |  |
| --- | --- |
|  | *Перегляньте в мережі інтернет серію українських мультфільмів «Козаки». Зверніть увагу на тау серію як «Як козаки сіль купували» (1975). У цій серії козаки допомагають чумакам довезти сіль до ярмарку і відбивають напад степових розбійників під керівництвом Злого Пана.* |

Особливо останній рік, коли у 2019 році у період передвиборчої гонки одним з кандидатів в президенти став Володимир Зеленський, який до цього був відомий як найбільший комік країни. Одним із факторів його перемоги на виборах став, до цього не відомий, стиль передвиборчої кампанії, який сильно покладався на використання гумору. Після закінчення передвиборчої кампанії, президент продовжував використання гумору у своїй діяльності: під час звернень до народу, при спілкуванні з чиновниками і звичайно у міжнародних переговорах.

Під час міжнародних переговорів В. Зеленський використовує різні стилі гумору, які мають різні цілі. Під час офіційних зустріч, у самому початку, В. Зеленський зазвичай розповідає жарт, який представнику іншої сторони буде приємно почути. Ця дія має дві цілі: знімає первинну напругу, і налаштовує переговори на позитивний, і навіть комплементарний настрій, що звісно приємно для представника іншої країни. Оскільки В. Зеленський є комедіантом з великим досвідом, жарти він завжди підбирає дотепні, і доречні. Тобто ми можемо бачити що гарне почуття гумору, і правильне його використання може бути таким самим важливим умінням як і дипломатичний етикет у міжнародних переговорах.





Р.Д. Льюіс писав: «Німці вважають гумор недоречним під час ділової бесіди. На їхню думку, бізнес - заняття серйозне, даремні історії і відволікання не мають до нього відношення». Ми можемо бачити це на прикладі канцлера Німеччини Ангели Меркель, яку ми рідко можемо побачити усміхненою. Під час ділових зустрічей вона уникає гострих дискусій і вміло проводить свою лінію за допомогою аргументованого, послідовного роз'яснення своєї позиції, впливаючи на опонентів логікою, а не емоціями. Це створило репутацію ефективного, але занадто серйозного дипломата.

Щоб бути більш точним щодо ***культурних відмінностей*** у використанні гумору, можливо виділити **чотири стилі гумору: афіліативний, самопідтримуючий, самознищуючий та агресивний гумор.** І люди з різного культурного походження можуть використовувати їх по-різному.

Дослідження відмінностей у використанні чотирьох типів гумору в різних країнах або регіонах показують, що ***представники східних культур схильні до використання більш адаптивного гумору***, тоді як ***люди із заходу*** схильні використовувати більше ***дезадаптивний гумор***. Наприклад, студенти з Індії та Гонконгу, обидві культури яких цінують колективізм, використовували скоріше афіліатитвний і самопідтримуючий гумор, ніж агресивний та самознищуючий гумор. Аналогічно, студенти з Гонконгу повідомляли про більше використання агресивного та самознищуючого гумору та менше використання афіліатитвного та самопідтримуючого гумору, ніж студенти континентального Китаю. Це можна пояснити тим, що бікультурний і історичний фон Гонконгу робить конфуціанство та колективізм менш впливовими, ніж у материковому Китаї.

***Агресивний гумор асоціюється з високим індивідуалізмом***, який підкреслює незалежність і напористість, і низьким колективізмом, що антагонує взаємозалежність і гармонію. Тому не дивно що китайці є більшими практиками афіліативного гумору. Навіть у дитинстві китайці схильні сприймати гумор як ознаку агресії та як руйнівної для соціальних стосунків, тоді як наприклад канадці схильні сприймати гумор як соціально бажану рису лідерства.

***Американці використовують значно більше самознищуючого та самопідтримуючого гумору.*** Більш широке використання самознищуючого гумору в американській культурі може бути пов’язане з прагненням до вирівнювання та зменшенням силових відстаней, присутніх в американській культурі, тоді як більш широке використання самопідтримуючого гумору може бути пов’язане з тим, що він допомагає їм здобути зосередженість і увагу.

Але різницю у погляді на гумор не можна сприймати тільки у контексті різниці між західними і східними культурами, адже всередині цих культур також велика кількість відмінностей. Наприклад, хоча гумор у бізнесі популярний у багатьох європейських країнах але серед романських народів він використовується як один із засобів спілкування, коли у північних європейців, використовують його як в інструмент, який наприклад допомагає розтопити лід на початку розмови. Така різниця зумовлена тим що стиль переговорів представників романських народів є менш формальним, і не потребує додаткових способів зменшення напруги.