

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КОГНИТИВНОГО КОМПОНЕНТА ЮМОРА

В статье рассматривается подход к изучению когнитивного компонента юмора как механизма юмористического переживания. Предоставлены результаты реализации предложенного комплекса психодиагностических инструментов, раскрывающих особенности когнитивного компонента юмора.

Ключевые слова: юмор, когнитивный компонент, методика.

Психологические определения юмора подчеркивают его сложную организацию, комплексность. Юмор выступает как своеобразная форма отражения объективного мира, опосредующая динамическое восприятие действительности. Он является одним из наиболее неуловимых предметов изучения, и ряд работ современных авторов (М.Д. Аpter, А. Clark, N. Kuiper, P. Ekman, Е.М. Иванова, О.А. Волкова, К. Глинка, М.В. Мусийчук) демонстрируют различные мнения по поводу его особенностей [2, 3, 4, 5, 6, 9, 10].

Актуальность настоящего исследования обусловлена отсутствием четких методологических и теоретических ориентиров относительно природы юмора. Понимая существующий пробел в понимании механизма юмористического переживания, наш научный поиск был сконцентрирован на определении его сущности, ключевого звена.

С нашей точки зрения, в основе механизма юмора лежит его когнитивный компонент, ведь именно с восприятия и последующего осмысления начинается переживание юмористического события, показателями которого и производными от мыслительной деятельности являются известные нам вокально-поведенческие проявления эмоции радости.

Когнитивный компонент юмора рассматривается нами как система, состоящая из двух гипотетических элементов: *понимания* и *генерирования*. Понимание юмористических стимулов представляется как пассивный процесс по сравнению с активным процессом генерирования, который заключается в продуцировании юмора.

Особенностью предлагаемой теоретической модели юмора является акцентирование высокой специфичности изучаемого объекта, обуславливаемой индивидуально-типологическими особенностями. Юмор – уникальная, сложная многомерная структура. Индивидуальные характеристики когнитивной сферы, протекания эмоциональных процессов, темпераментальные и характерологические особенности, – лишь небольшая доля его детерминант. Становление личности в деятельности, в условиях определенного социального окружения приводит к формированию неповторимого стиля юмористического поведения, качественными показателями которого выступают, к примеру, предпочтения тематики юмористических высказываний, понимание содержащей юмор информации, способность к продуцированию юмора. Таким обра-

зом, у человека постепенно складывается субъективное представление о юморе, пропитанное индивидуальным опытом.

Основываясь на данных теоретических рассуждениях, мы рассматриваем юмор как объект, обладающий высокой степенью индивидуализации, в основе механизма которого лежит когнитивный компонент. Для его изучения был разработан комплекс психодиагностических методик, в который вошли: методика изучения когнитивного компонента юмора, ассоциативный тест "Юмор – это...", техника репертуарных решеток. Наш подход был апробирован на выборке испытуемых, которыми стали студенты ДонНУ возрастом от 17 до 23 лет (объем выборки составил 300 человек).

1. Последовательность создания **методики изучения когнитивного компонента юмора** включала следующие этапы:

- подбор стимульного материала методом экспертного оценивания;
- разработка субтестов, позволяющих исследовать процессы понимания и генерирования юмора;
- апробация созданной методики.

Учитывая специфику изучаемого объекта, наиболее уместным в качестве стимульного материала оказалось использование анекдотов как разновидности "консервированного" юмора, который отличается от непринужденных шуток и остроумных замечаний. Необходимость применения метода экспертных оценок обусловлена, с одной стороны, разнообразием тематики и популярностью указанного жанра, а с другой – необходимостью выявить объективно наиболее смешные стимулы. Для этого путем случайного отбора были оформлены Пакеты анекдотов №1 и №2, содержание которых предлагалось оценить экспертам по шкале Е.М. Ивановой: 1 – совсем неудачный, 2 – несмешной, 3 – довольно смешной, 4 – особенно удачный [4]. В результате самые удачные анекдоты, получившие наиболее высокий ранг, выступили в качестве стимульного материала при разработке субтестов методики.

Целью субтеста "**Понимание юмористических стимулов**" выступило определение особенностей восприятия и осознания информации комического характера. Испытуемому предлагалось самостоятельно ознакомиться с анекдотом. В это время экспериментатор фиксировал эмоциональные и вокально-поведенческие реакции, поскольку именно они зачастую служат индикатором адекватного восприятия юмористического

стимула[8]. Затем выяснялось, знаком ли респонденту предъявленный стимул, поскольку первое восприятие шутки зачастую обладает более выраженным юмористическим эффектом, после чего производилась оценка анекдота по вышеуказанной шкале.

Далее начиналась работа непосредственно над выявлением степени понимания испытуемым юмористического стимула. Поскольку понимание юмора предполагает осознание содержащегося в нем противоречия, вопросы экспериментатора направляли рассуждения испытуемого по двум линиям: объяснение сюжета шутки и выявление собственно юмористического компонента.

Объяснение сюжетной линии анекдота, по сути, представляло собой его свободный пересказ участником исследования. В принципе для исследователя этот этап работы не несет интерпретационной нагрузки: изложение шутки не предполагает ни количественного, ни качественного анализа. Это, скорее, нечто вроде "ориентировочной основы деятельности" для испытуемого.

Юмор – это, прежде всего, переживание положительной эмоции, средство получения удовольствия. А для того, чтобы выделить аспект понимания юмористического сигнала, необходимо "интеллектуализировать" эмоцию, активизировать когнитивный компонент через постановку мыслительной задачи. Изложение сюжета шутки способствует ее осмыслению и подготавливает основу для следующего этапа исследования. Постановка вопросов "В чем именно заключается юмор рассматриваемой ситуации?", "Почему этот анекдот кажется Вам смешным?" зачастую создавала ситуацию неопределенности и недопонимания: как можно объяснить то, что является просто смешным?

Конечно, и это является показателем индивидуальных различий юмористического поведения, многие участники исследования не испытывали затруднений при выполнении поставленной задачи. Они достаточно быстро и продуктивно выявляли юмористический компонент шутки и обосновывали его. Но выделилась и другая категория лиц – они нуждались в дополнительных вопросах экспериментатора для обоснования юмористического компонента стимула. Благодаря используемому методу устного опроса, исследователь получил возможность варьировать сложность и тематику вопросов в зависимости от личности каждого конкретного испытуемого. Так, весьма уместным оказалось применение косвенных вопросов. Если испытуемый не мог выделить юмор предлагаемого стимула, ссылаясь на непонимание задания, его бессмысленность, неспособность выполнения или на то, что стимул "просто смешной" (или несмешной), ему предлагалось еще несколько наводящих вопросов типа: "Если бы Вы рассказали этот анекдот в компании друзей, что они могли бы найти смешным?", "Могла бы эта шутка понравиться кому-либо? Почему?".

Адекватная интерпретация юмора осуществлялась посредством объяснения комизма ситуации,

представленной в анекдоте. На основе вариантов ответов испытуемых были выделены содержательные категории, отражающие основные тенденции когнитивной обработки юмористических стимулов. Приоритетным стало объяснение юмора через категорию "Несоответствие". Большинство испытуемых указывали на несоответствие представленных в анекдоте событий реальной жизни, противоречие между комической ситуацией и обыденностью ("выход за рамки реальности", "несовпадение желаний девушки и поведения парня", "действия мужчины не соответствуют обыденному течению событий").

Выделение самостоятельной категории "Неожиданность" свидетельствует о том, что участники исследования часто обосновывали юмористический элемент стимула внезапностью развязки ("герой сумел нетипично выкрутиться"), непредвиденным финалом ("противоположная вопреки ожиданиям развязка"). Конечно, подобные варианты ответов перекликаются с ранее рассмотренной категорией, но их принципиальное отличие состоит в наличии элемента новизны, непредсказуемости.

Не менее популярным способом интерпретации юмористического компонента шутки стало объяснение мыслей и поступков действующих лиц, особенностей сложившейся ситуации через призму понятия *нелепости*. Сюда относятся ответы испытуемых, которые связывают комические явления действительности с неадекватностью описываемых в анекдотах событий здравому смыслу, человеческой глупостью, наивностью ("глупый ответ мужа"; "рассеянность и нерасторопность работника").

Цель субтеста "Генерирование юмора" - определить способность личности к активному продуцированию смешного. Стимулом здесь выступили т.н. "незавершенные анекдоты": испытуемым предъявлялись юмористические истории без развязки кульминационного момента, - отсутствовала именно та часть шутки, которая в оригинале обеспечивала юмористический эффект.

Согласно инструкции, участникам исследования необходимо было "достроить", "завершить" историю наиболее юмористическим образом. В случае отсутствия вариантов окончания шутки, испытуемые получали возможность последовательного использования двух подсказок, которые представляют собой содержательно-смысловую обработку изначальных окончаний анекдотов. Создание подсказок осуществлялось с опорой на теорию понимания смешного Константина Глинки посредством варьирования параметра "Сложность мыслительной задачи". Содержащаяся в кульминационном моменте шутки мыслительная загадка обладает оптимальной степенью сложности, не требует длительного времени для разрешения. Задача экспериментатора заключалась в том, чтобы изменить финал анекдота по направлению минимизации сложности содержащейся в нем загадки. В таком случае при отсутствии варианта ответа испытуемый получал

возможность осмыслить логику построения юмористической истории, но не получал готового смешного финала, поскольку предлагаемые подсказки обладают незначительным юмористическим эффектом.

Поскольку на сегодняшний день формальные критерии оценивания результатов методики находятся на стадии разработки, выполнить количественный анализ полученных данных не представляется возможным. Но некоторые интересные выводы позволяет сделать качественная обработка информации. В частности, ярко прослеживается влияние стереотипов. Так, если это анекдот об отношениях мужа и жены, то обязательно упоминается и мать жены, и традиционные моменты взаимоотношений, - характерные для мужчин увлечения, подчеркивается материнская роль женщины. История о неудачном водителе автомобиля в большинстве случаев завершается с учетом половых признаков: зачастую именно женщина считается не очень умелой в управлении транспортными средствами.

Следует отметить еще и продуктивность генерирования юмора: отдельные испытуемые предлагали несколько вариантов финала истории, некоторые завершали шутку не просто одной фразой, а диалогическим взаимодействием героев.

2. Методика "Юмор – это..." (модификация методики Т. Куна "Кто Я?") благодаря анализу субъективных представлений респондентов о феномене юмора дала возможность подойти к определению структурной организации юмора.

Обработка массива свободных ассоциаций испытуемых методом контент-анализа позволила выделить 19 содержательных категорий юмора, раскрывающих некоторые его характеристики. Методом корреляционного анализа категорий удалось выяснить, что положительные свойства юмора как эмоционального состояния связаны с продуктивным результатом, который возникает вследствие юмористического переживания. При этом юмор чаще ассоциируется с конкретными субъектами – как публичными персонами, так и представителями близкого социального окружения, и даже с собственной личностью.

Следствием чрезмерно дифференцированной системы категорий, отражающих специфику юмористического поведения, явилась содержательно насыщенная факторная структура юмора. За счет разнообразия смысловых оттенков категорий, образовавших факторы, возникли сложности в их однозначной интерпретации и определении.

Итак, было получено семь факторов, объясняющих феномен юмора:

Фактор 1 (14,5%) – высокие значения категории "объектность" и низкие значения категорий "продуктивность", "индивидуализация", "инструмент" – свидетельствует о таком виде юмористического поведения, как "пассивная реципиентность": люди данного типа больше склонны воспринимать юмор в окружающей действительности, нежели активно его продуцировать и использовать в качестве инструмента

социального взаимодействия, что требует активной творческой позиции.

Фактор 2 (11%) отражает эмоциональную природу юмора: результат юмористического события чаще всего оценивается как положительный (обратные полюса категорий "характеристика положительная", "эмоциональность", "результат").

Фактор 3 (10,1%), который образовали положительные полюса переменных "состояние", "интернальность", "качество интеллектуальное", акцентирует зависимость юмористического переживания от когнитивных способностей личности.

Фактор 4 (11,6%) содержит положительные полюса категорий "характеристика отрицательная", "деструктивность", "свойство", подтверждающих потенциальные отрицательные особенности юмора как явления социальной жизни, которые могут приводить к отрицательным последствиям (чаще на личностном уровне).

Фактор 5 (15,5%) при высоких показателях категорий "субъектность", "конкретизация", "идентификация" и низком значении переменной "абстракция" объясняет особенности юмора как зависимые от конкретного субъекта, его использующего.

Фактор 6 (7,8%) представлен категорией интернальности, которая в случае описания структуры юмора подразумевает не тип субъективного контроля, а подчеркивает приоритетность внутриличностных особенностей при переживании юмористического события.

Фактор 7 (7,1%) идентифицируется с переменной "процесс" и подчеркивает динамическую сторону юмористического переживания, имеющего границы и этапность протекания: восприятие стимула, разрешение интеллектуальной загадки, вокально-поведенческая реакция.

3. Техника репертуарных решеток использовалась для выявления индивидуальной системы значений относительно категории юмора, поскольку даже такой общепринятый конструкт индивидуален в том плане, что каждый из нас наделяет его своим смыслом и делает частью собственной системы конструктов.

Для этого была разработана оценочная репертуарная решетка, предназначенная к заполнению самим испытуемым. В столбцах матрицы помещались элементы – список ролевых фигур, предназначенных для анализа. Поскольку юмор – это явление объективной действительности, которое невозможно вне условий социальной среды, мы сочли необходимым отследить вариации социальной окраски субъективного значения юмора. Элементами стандартного ролевого списка, предложенного и унифицированного экспериментатором для всех опрашиваемых, выступили следующие роли: Я, Представитель эстрадной сатиры, Представитель Comedy Club, Представитель Студии "Квартал 95", Значимый человек, Человек, который неприятен, Человек с идеальным чувством юмора.

В строках решетки были расположены конструкторы – те параметры, по степени выраженности которых производилась оценка ролевых фигур. Таковы

ми стали выявленными посредством использования методики "Юмор – это..." характеристики субъективного образа юмора, которые оказались доминирующими по накопленной частоте выраженности в массиве текстовой информации. По результатам опроса испытуемых оказалось, что образ юмора наиболее удачно раскрывается через следующие понятия: смех, глупости, способ общения, радость, хорошее настроение, веселье, анекдоты, счастливый, позитив, умный, шутки, не всегда уместный, добрый, ирония, развлечение, открытый, отдых, остроумие, пошлость, харизма, свобода, здоровье, безответственность, друзья, активный, фантазия, искренний, интересный, компания, искусство.

В результате применения ТРР мы выяснили, что в понимании опрашиваемых роли значимого человека и человека с идеальным чувством юмора являются близкими конструктами, что свидетельствует о желательности и важности для близкого человека наличия такой личностной черты как чувство юмора.

Среди заявленных фигур ролевого списка с представлениями респондентов о наиболее привлекательном проявлении юмористических способностей, близком к эталонному, соотносится творческая деятельность "95 Квартала". Оценивая юмор представителей "квартала" как более умный, открытый, добрый и смешной, участники исследования демонстрируют ориентацию на стиль юмористического поведения именно этой команды. При этом реализация комического жанра артистами эстрадной сатиры кажется менее интересной и искренней, а юмор Comedy Club оценивается как глупый и неприличный. Следовательно, в системе индивидуальных значений респондентов присутствует обобщенный образ юмора, конкретизиру-

ющийся путем соотнесения с реальными людьми.

Таким образом, подобно ряду других психологических образований, отличающихся сложностью структурной организации, юмор не имеет однозначной научной интерпретации. Анализ полученных данных не только позволяет сделать некоторые выводы относительно особенностей когнитивного компонента юмора и юмористического поведения личности в целом, но и открывают все новые и новые вопросы о природе юмора, его механизмах и специфических характеристиках. Предложенная экспериментальная процедура позволила раскрыть особенности когнитивного компонента юмора, а техника репертуарных решеток в единстве с ассоциативным тестом – его содержательные характеристики.

Среди возможных направлений дальнейшего исследования юмора как психологического феномена выделяется, прежде всего, уточнение факторной структуры юмора и ее интерпретация. Выявленные специфические субъективные оттенки понимания категории юмора как явления социальной жизни будут полезны при разработке и стандартизации методики изучения когнитивного компонента юмора. Создание подобного психодиагностического инструмента позволит не только выявлять особенности юмористического поведения личности, но и индивидуальные характеристики мыслительной деятельности, эмоциональной сферы личности, воображения и творческих способностей. Введение нормативных показателей откроет возможность использования методики для патопсихологической диагностики, поскольку нарушения восприятия юмора рассматриваются при анализе структуры психического дефекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глинка К. Независимый Бостонский Альманах "Лебедь" № 388 [Электронный ресурс] – // <http://www.lebed.com/2004>.
2. Дмитриев А.В. Смех: социофилософский анализ / А.В. Дмитриев, А.А. Сычѳв. – М.: Альфа-М, 2005.
3. Зайва О.О. Гумор як ресурс поведінки / О.О. Зайва // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна / За ред. С. Д. Максименка. – Харків: Міністерство освіти і науки України, 2003.
4. Иванова Е. М. Восприятие и категоризация юмористической информации при психических заболеваниях / Иванова Е. М. // Социальные, экологические и экономические аспекты информационных технологий, 2003. – С. 58 – 62.
5. Иванова Е.М., Ениколопов С.Н. Психологические исследования чувства юмора / Иванова Е.М., Ениколопов С.Н. // Психологический журнал, 2004. – №6 – С. 122 – 131.
6. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии [Электронный ресурс] – <http://www.koob.ru>.
7. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество / А.Н. Лук. – М.: Искусство, 1977.
8. Мартин Р. Психология юмора / Р. Мартин [Пер. с англ. под ред. Л.В. Куликова]. – СПб.: Питер, 2009 – 480 с.
9. Мусийчук М.В. О когнитивной функции приемов остроумия / Мусийчук М.В. // Наука на рубеже веков. История Филология. Педагогика. Сб. научных статей. – СПб.: Нестор, 2001. – С. 85 – 87.
10. Редозубов А.Д. О природе юмора [Электронный ресурс] – <http://www.aboutbrain.ru>.

Подано до редакції 29.10.12