

# **ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**Д. Е. Цагельская**

Актуальность доклада обосновывается тем, что уже более пятнадцати лет назад были опубликованы исследования, подтверждающие высокую корреляцию между субъективным ощущением счастья и благополучия с чувством юмора, а также смеховыми реакциями [1]. Более того Stone и соавторы провели масштабное лонгитюдное исследование, доказывающие, что применение юмора, как копинг-стратегии и естественного регулятора настроения укрепляет иммунную систему, положительное влияя на здоровье индивида [4]. Приведенные исследования указывают на высокий эвристический потенциал изучения продуктивных функций и форм юмора, для улучшения субъективного благополучия человека и даже комплексного показателя качества жизни.

После ряда эмпирических исследований включающих рассмотрение возрастных особенностей восприятия юмористических сообщений, психологическую специфику юморообразования и культурно-социальную контекстуальность станет возможной разработка психологического тренинга по формированию юмористической коммуникационной компетенции, расширяющей спектр копинг-стратегий и коммуникационных приемов конкретного индивида.

Гипотеза: показатели аффилиативного и агрессивного юмористических стилей выше у людей в более раннем возрасте.

В основе проведенного исследования лежит эмпирическая теория Р. Мартина и его соавторов [3] о восприятии юмористических сообщений. Согласно этой концепции, существует четыре юмористических стиля, которые спонтанно проявляются в коммуникации и стратегиях совладания. Аффилиативный и самоподдерживающий юмористические стили являются адаптивными, а агрессивный и самоуничижительный – деструктивными. При нормальном психическом развитии соотношение юмористических стилей сбалансировано.

В качестве тестового материала выступал опросник на стили юмора (англ. Humor Styles Questionnaire, HSQ), созданный Р.Мартином [3] и его исследовательской командой. Опросник на стили юмора был успешно адаптирован на русскоязычной выборке в 2013 году Ивановой и коллегами [2].

В дополнение к данной методике был использован специализированный стимульный материал, представляющий собой собственно юмористические сообщения. Испытуемому предлагалось проранжировать две группы по семь сообщений. Группы юмористических сообщений также

были различны тематически (1 блок включает шутки, связанные с медицинскими профессиями, 2 блок – шутки, связанные с профессией психолога). Качественная селекция стимульных сообщений была осуществлена по основным сферам деятельности специалистов (профессиональная деятельность, непрофессиональная деятельность, мышление и внутренний мир специалиста).

В исследовании приняли участие 60 испытуемых (30 мужчин и 30 женщин) в возрасте от 14 до 30 лет. Деперсонализация выборки обеспечивалась исследованием в сети Интернет.

В результате статистической обработки данных была принята нулевая гипотеза ( $H_0$ ), а альтернативная гипотеза ( $H_1$ ) – отклонена. В ходе исследования были выявлены статистически подтвержденные закономерности:

1. Шутки актуальные для индивида, связанные с происходящими в его жизни повседневными событиями и проблемами могут быть оценены как более смешные в связи с простотой их включения в схемы конкретного индивида (эта закономерность также объясняет возрастные различия в предпочтении юмористических сообщений);

2. В нашей культуре высмеивающие, унижающие и потенциально оскорбительные формы юмора могут быть использованы для установления дружеских отношений в коллективе, развлечения или ослабления напряжения в межличностных отношениях ( $0,310^*$ );

3. Мужчины имеют более высокие показатели по шкале самоподдерживающего стиля юмора, и чаще используют юмор как копинг-стратегию ( $-0,408^*$ );

4. Более высоко оцениваются те юмористические сообщения, которые косвенно подтверждают предпочтаемый юмористический стиль;

В ходе проведенного эмпирического исследования впервые был апробирован опросник Р. Мартина на белорусской выборке, и стартовал анализ юмористической стилистики в нашей стране. Более высокие показатели по шкале самоподдерживающего стиля юмора у мужчин составляют базу для дальнейших исследований как копинг-стратегий, так и гендерных особенностей коммуникации в Беларуси. Подтверждение данных об особенностях русскоязычного юмора на постсоветском пространстве, реализующие высмеивающие, унижающие и потенциально оскорбительные формы для установления дружеских отношений в коллективе, развлечения или ослабления напряжения в межличностных отношениях позволяет исследовать кросс-культурные особенности коммуникации. Подтверждено, что юмористические сообщения на актуальные для индивида темы оцениваются выше, что объясняет часть возрастных особенностей восприятия юмористических сообщений и закладывает основы селекционной классификации стимульных сообщений для даль-

нейших исследований в данной области. Тщательный отбор юмористических сообщений на основе полученных данных, позволит анализировать особенности использования юмора в более пожилом возрасте и в комплексном исследовании рассмотреть, варианты актуализации юмористических стратегий в зрелом и пожилом возрастах.

### **Литература**

1. Аргайл, М. Психология счастья / 2-е изд. СПб., 2008.
2. Иванова, Е.М. Русскоязычная адаптация опросников стилей юмора Р. Мартина // Теоретическая и экспериментальная психология. 2013. Т.6 № 2. С. 71-85.
3. Мартин, Р. Психология юмора / Пер. с англ. под ред. Л.В. Куликова. М., 2009.
4. Stone, A.A. Evidence that secretory IgA antibody is associated with daily mood // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. №52. P. 988-993.

## **РАЗВИТИЕ ФЕНОМЕНОЛОГИИ В ЧЕХОСЛОВАКИИ**

### **Ю.И. Щербина**

Последние годы показали, что феноменология является одной из самых востребованных отраслей философии. Она является инструментом для анализа почти всего: от художественных выставок до солидарности людей. Тем не менее, в изучении феноменологии есть некоторые проблемы. Большинство исследователей сосредоточены на исследовании развития немецкой и французской феноменологии, а литература по феноменологии в Центральной и Восточной Европе остается почти нет. Поэтому цель данной работы - дать краткий очерк феноменологии в бывшей Чехословакии. Кроме того, что исследований по этому вопросу нет, есть еще две причины актуальности таких работ.

Существует твердое убеждение, что работа философа тесно связана с его личностью и социальными обстоятельствами, в которых он живет или жил. Иногда мы не можем понять некоторые концепции без тщательного изучения социально-политического фона жизни философа. Это первая предпосылка выбранной темы и одновременно это суть выбранного метода исследования - метод философской и исторической реконструкции. Вторая предпосылка связана с тем, что философию часто обвиняют в излишней абстрактности и удаленности от жизни. Некоторые концепции действительно увлечены рассмотрение феноменов, которые выходят за рамки физического мира. Но феноменология кажется той философией, которая близка к миру и жизни. В этой статье мы попытаемся доказать оба тезиса на примере Чешского феноменологического движения.

В первую очередь, сделаем несколько предварительных замечаний. Феноменология, как мы ее знаем сегодня, была сформирована в XX веке в Германии. Слово "Чехословакия" в названии относится не только к