

Анализ факторов юмора в социально-психологических исследованиях

Научный руководитель – Рикель Александр Маркович

Аветисян Артём Сергеевич

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

E-mail: artjc@yandex.ru

Люди по-разному воспринимают одни и те же юмористические стимулы. Существовало множество различных концепций, предполагающие каким же свойством должна обладать информация, чтобы вызывать смех у людей. Многие концепции связаны с понятием несоответствия {2,3,4,5,6}.

Коллинс и Уаер исследовали такую характеристику юмористического стимула как когнитивная сложность шутки (сложность идентификации понятий и знаний, необходимых для реинтерпритации стимула) {1,7}. По результатам их исследования, оптимальной является средняя сложность шутки. Если шутка слишком сложная или слишком простая, то она вызовет меньшее чувство удовольствия. Именно на этих результатах строится наше исследование.

Когнитивная сложность - это субъективная особенность восприятия шутки каждого человека {1,3}. Соответственно, повлиять на когнитивную сложность шутки можно не только изменяя саму шутку, но и изменяя какие-то другие факторы. Мы предполагаем, что на субъективную сложность понимания шутки можно влиять скоростью подачи шутки. Таким образом, мы сможем искусственно изменить сложность для слушателя и как следствие - сделать ее смешнее. Это предположение можно разделить на две более частные гипотезы. Если простую шутку произнести быстрее средней скорости, то она будет смешнее. И, наоборот, если сложную шутку произнести медленнее средней скорости, то она будет смешнее.

Исследование состояло из двух этапов. На данный момент нет методики направленной на оценку сложности шутки, поэтому первый этап заключался в экспертной оценке сложности шуток. Эксперты проходили опросник, состоящий из 30 текстовых шуток. Шутки были взяты из КВН из конкурса биатлон, так как эти шутки идеально подходили по формату: короткие, текстовые, несвязанные с актерской игрой. Исходя из результатов было отобрано 8 шуток (4 эксперты определили как сложные, а другие 4 как простые). Были исключены шутки, имеющие сексуальный или агрессивный характер, так как существует множество исследований, доказывающих их влияние на эмоциональную реакцию от шутки {2,4}

Во втором этапе стимульным материалом являлись аудиофайлы с шутками, разделенными на 4 группы по критериям сложности и скорости. Каждая шутка была записана с двумя разными скоростями: с оптимальной скоростью и с неоптимальной скоростью. Разделение на оптимальные и неоптимальные соответствует нашей гипотезе. Сложные медленные и простые быстрые шутки - оптимальные. Сложные быстрые и простые медленные - неоптимальные. Получилось 16 аудиозаписей, которые были разделены на 2 опросника.

Испытуемым предлагалось оценить интенсивность их реакции на шутку по 7-бальной шкале. Причем в эту шкалу не был включен вариант с непониманием шутки. Ответ 7 означал, что потребовалось много сил для ее понимания. Так же в конце опросника было еще 2 вопроса:

1) Если какие-то из этих шуток вы слышали раньше, то, пожалуйста, отметьте их номера.

2) Если какие-то шутки вы не поняли, то, пожалуйста, отметьте их номера.

Результаты.

Испытуемые чаще не понимали сложные шутки на неоптимальной скорости (быстрые), что демонстрирует тенденцию, соответствующую нашей гипотезе. Конечно, ориентируясь на нашу гипотезу важнее различные оценки интенсивности реакции на шутку при понимании, но тот факт, что при быстрой подаче информации испытуемые чаще не понимали суть шутки, тоже говорит о тенденции к повышению когнитивной сложности шутки. Далее сравнивались средние арифметические оценки оптимальной и неоптимальной скорости по каждой шутке отдельно. Сравнение по трем шуткам из восьми противоречат гипотезе. Сравнение по остальным пяти шуткам поддерживают тенденцию, описанную в гипотезе. Статистически значимое различие оказалось только у одной из этих шуток (Критерий U Манна-Уитни).

Выводы.

Однозначных выводов на основе проведенного исследования делать нельзя. Наблюдается тенденция, подтверждающая предположение о том, что сложные шутки реже понимают, когда их произносят быстро. Основная гипотеза о большей эмоциональной реакции при оптимальной скорости подтверждается статистически только на одной шутке. Остальные шутки не имеют высокой статистической значимости при сравнении оптимальной скорости и неоптимальной. Но они подтверждают общую тенденцию в пользу гипотезы. Основная проблема неоднозначных результатов - отсутствие методов позволяющий достоверно оценить когнитивную сложность шутки для человека. Это может стать хорошей идеей для развития в будущих исследованиях.

Источники и литература

- 1) Мартин Р. Психология юмора / Пер. с англ. под ред. Л. В. Куликова. — СПб.: Питер, 2009
- 2) Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному / пер. с нем. Я. Когана. — М.: АСТ: Астрель, 2010. — 318 с.
- 3) Apter, M. J. The experience of motivation: The theory of psychological reversals. San Diego, CA: Academic Press., 1982.
- 4) Berlyne, D. E. Laughter, humor and play. Handbook of social psychology, Reading, MA: Addison-Wesley. 3, 795-852., 1969
- 5) Koestler, A. The act of creation. London: Hutchinson, 1964
- 6) Suls, J. M. Two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: Information-processing analysis. In J. H. Goldstein & P. E. McGhee (Eds.), The psychology of humor. San Diego, CA: Academic Press. 81-100., 1972
- 7) Wyer, R. S., & Collins, J. E. A theory of humor elicitation. Psychological Review, 99(4), 663-688., 1992