## Т.В. Семенова

# Социальная ПСИХОЛОГИЯ Комического:

социальное познание, компетентное общение, эмоциональная регуляция, личностное саморазвитие, теоретико-эмпирические исследования



ББК 88.5 С 30

> Печатается по решению редакционно-издательского совета Поволжской государственной социально-гуманитарной академии

Рецензенты: доктор психологических наук, профессор, заслуженный деятель науки России **В.В.Новиков**; доктор психологических наук, профессор, заслуженный деятель науки России **Г.В.Акопов** 

#### С 30 Семенова Т. В.

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ КОМИЧЕСКОГО: социальное познание, компетентное общение, эмоциональная регуляция, личностное саморазвитие, теоретико-эмпирические исследования: учебное пособие / Т.В. Семенова. — Издание 2-е, дополненное — Самара: ПГСГА, 2014. — 384 с.

ISBN 978-5-8428-1004-8

В учебном пособии представлена теория комического с позиции социальной психологии и даны примеры использования психологических особенностей юмора в работе практического психолога. Книга рассчитана на студентов психологических факультетов, специалистов-психологов, на представителей иных специальностей, ориентированных на работу с людьми, на учителей общеобразовательных школ, а также на широкую аудиторию читателей, которым серьезное отношение к юмору поможет продуктивно использовать его в деловом и повседневном общении.

ISBN 978-5-8428-1004-8

УДК 159.9 ББК 88.5

© Семенова Т.В., 2009 © Самарский государственный педагогический университет, 2009 © Семенова Т.В., 2014

© «Поволжская государственная социально-гуманитарная академия», 2014

### ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисло	овие автора ко второму изданию	
Предисло	овие автора к первому изданию	
Введение		
Глава 1.	Теоретический анализ комического: психологические аспекты	
1.1.	Философско-психологические концепции комического	
1.2.	Психолого-эстетический анализ категорий комического	
1.3.	Закономерности проявления комического в контексте теории социального восприятия	
1.4.	Место юмора в кросскультурных взаимодействиях	
1.5.	Психологические аспекты творчества художников-карикатуристов разных стран	
1.6.	Смех и радость как эмоциональные процессы в теориях аффекта	
1.7.	Смех и юмор как личностные свойства	
1.8.	Социально-психологическая интерпретация и соотношение понятий «комическое», «юмор» и «смех»	
1.9.	Комическое сознание	
Глава 2.	Социально-перцептивная компетентность	
	и ее развитие средствами рисованного юмора	
2.1.	Систематизация факторов социальной перцепции	
2.2.	Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора	
2.3.	Социально-перцептивные способности и умения восприятия комического	
2.4.	Социально-перцептивная компетентность и ее развитие	
2.5.	Познание человека и понимание юмора	
2.6.	Невербальное поведение в структуре социального восприятия	
2.7.	Рисованный юмор как форма фиксации невербального поведения	
Вопросы (	для самопроверки	

Глава 3.	Юмор в практической психологии	
3.1.	Основные направления практического использования юмора	120
3.2.	Практикум по освоению юмористических	
0.2.	приемов эмоциональной саморегуляции	124
3.3.	Психологическое сопровождение	
	молодежного досуга: полезное с приятным	
	(Методические материалы для ведущих	
	социально-психологические тренинги)	135
	3.3.1. «Психологические аспекты юмора и смеха»	1.40
	(Мини-лекция для ведущего тренинги)	143
	3.3.2. «Юморобика»	152
	(Тренинг компетентного общения)	132
	3.3.3. «Выбери профессию» (Профориентационный тренинг)	172
	3.3.4. «Встреча с Неведомым»	1/2
	(Кросскультурный тренинг)	186
		100
Глава 4.	Юмор	
	в социально-психологическом исследовании:	
	прикладные аспекты	
4.1.	Остроумие и креативность	101
	(роль юмора в научном мышлении)	194
4.2.	Тематическая направленность юмора:	200
4.2	над чем смеется Россия сегодня	208
4.3.	Исследование особенностей	209
4.4	национального юмора	209
4.4.	Юмор и социально-психологические свойства личности и группы (эмпирические исследования)	211
4.5.	Юмор как методический прием	211
4.5.	в социально-психологических исследованиях	
	городской ментальности	216
4.6.	Эмпирические исследования	
	параметров городской ментальности	
	жителей города Самары	220
	4.6.1. Дружеский шарж на мэра города	
	(проективный тест-шутка)	221
	4.6.2. Смешной случай	
	(письменный опрос)	222

4.6.3. «Уступи место!» (эксперимент-розыгрыш	
в общественном транспорте)	225
4.6.4. Ромашка городских потребностей,	
или В чем нуждается ваш город	
(опрос на улицах города)	228
4.6.5. Комическая ментальность	
большого города (анкета)	231
Резюме	234
Приложения	
Приложение 1. Стимульный материал к упражнениям тренинга «Юморобика»	235
1	233
Приложение 2. Стимульный материал к упражнениям тренинга «Выбери профессию»	311
Приложение 3. Стимульный материал к упражнениям тренинга «Встреча с Неведомым»	334
Приложение 4. Авторские методики с использованием юмора для проведения социально-психологических исследований  Дружеский шарж на мэра города	342
Смешной случай	346
Ромашка городских потребностей	349
Комическая ментальность большого города	353
Приложение 5. Учебные программы	
Психология восприятия комического (фрагмент)	356
Социальная психология юмора (фрагмент)	360
Психология комического (фрагмент)	362
Приложение 6. Контрольные материалы	
Вопросы к экзамену	366
Темы курсовых и дипломных работ, творческих заданий	
и магистерских диссертаций	368
Творческое задание	370
Рекомендуемая литература	371
Библиография	374

## Предисловие автора ко второму изданию

Время перемен, прошедшее после первого издания моей книги, затронуло многие сферы человеческого бытия. Особенно обострились проблемы, связанные с реформой образования в России. Пересмотр старых и проектирование новых образовательных стандартов вызывают необходимость содержательного переосмысления многих учебных курсов. Очень чувствительна к этому процессу именно социальная психология, быстрее других реагирующая на изменения во всех сферах человеческих отношений. Вместе с тем многое, накопленное опытом работы в вузе, остается востребованным и сегодня. Тема юмора может помочь в освоении знаний, умений и навыков, соотнесенных с широким спектром общекультурных и профессиональных компетенций, как на уровне бакалавриата, так и на уровне магистратуры по психологическим направлениям. Теория и практика использования юмора в работе психолога могут входить отдельными разделами в структуру различных учебных курсов, в которых так или иначе затрагиваются проблемы общения, взаимодействия людей, организации и проведения тренингов перцептивнокоммуникативной направленности, развития творческих способностей и овладения навыками эмоциональной саморегуляции. Знание психологических аспектов комического окажется полезным при подготовке к психологическому консультированию, при освоении прикладных социально-психологических дисциплин (психология спорта, психология здоровья, например).

В новой версии пособия расширены теоретические аспекты темы и оптимизированы примеры использования психологических особенностей юмора в работе практического психолога.

В теоретическую часть добавлен параграф «Комическое сознание». Это связано как с необходимостью расширения и углубления знаний в пределах тематики юмора до уровня магистерских программ, так и с возможностью использовать

исследовательский опыт самарской научной психологической школы (Г.В.Акопов и др.), отдающей в последние годы теме психологии сознания все более значимое место.

Содержание книги может служить основой для реализации учебных программ на двух уровнях – бакалавриата (как начального и базового курса) и магистратуры (как завершающего и практико-ориентированного курса). Однако веяние времени на нынешнем этапе реформирования образования зачастую нарушает логически выстроенный замысел непрерывности образовательного процесса. Это связано с тем, что в магистратуру по психологии (и тем более – по социальной психологии) приходят люди из других (очень разных!) сфер уже освоенной деятельности или законченного высшего образования. Для них необходим особый подход, интегрирующий в себе краткое (и потому емкое) изложение основных (базовых) знаний по предмету, а также возможность расширения и углубления знаний и навыков в сторону индивидуальных научно-исследовательских интересов. Поэтому в учебном пособии приводятся в качестве примера фрагменты учебных программ, содержательно пересекающихся между собой, но структурно и объемно различающихся по критерию образовательного уровня студентов (специалитет, бакалавриат, магистратура). В силу мобильности современных учебных планов (они могут меняться ежегодно) и инертности процесса издания учебных материалов проблема неполного содержаний аудиторных лекций и текстов соответствия учебников в данном случае решается разработкой многочисленных заданий для самостоятельной подготовки и вопросов для самопроверки знаний.

Книга включает знания по многим разделам психологии и может быть широко использована в учебной деятельности студентов — будущих психологов различных направлений профессиональной деятельности, но в наибольшей мере она обеспечивает реализацию курсов «Социальная психология», «Активные методы социально-психологического обучения», «Методологические основы СПТ», а также спецкурсов «Психология восприятия комического», «Социальная психология комического», «Смехотерапия» и т.п. Такие курсы читаются

на факультете психологии Поволжской государственной социально-гуманитарной академии (ранее — Самарский государственный педагогический университет) с 2000 года.

Для специалистов, бакалавров и магистров составлен единый перечень экзаменационных вопросов и единый список рекомендованной литературы, которые могут варьироваться в зависимости от предпочтений студентов и/или преполавателей.

Каждому слушателю курса на стадии самоподготовки предлагается выбрать по своему желанию и возможностям две трети из полного перечня вопросов. Экзаменационную проверку знаний студента рекомендуется проводить в виде устного собеседования с преподавателем по темам, выбранным случайным образом из индивидуального списка экзаменационных вопросов, а также в виде отчета о творческом домашнем задании. Гибкость в контроле знаний позволяет повышать мотивацию студентов к изучению психологии юмора как в научном, прикладном, профессионально-практическом, так и в личностном планах.

Т.В. Семенова, 2014 г.

### Предисловие автора к первому изданию

Нет на свете человека, который не знал бы, что такое смех. Все, даже самые мрачные из нас, иногда улыбаются и весело смеются. Однако смею утверждать, что нет на свете человека, который знает ответы на все те вопросы, которые затронуты в этой книге. Что такое смех? Зачем люди смеются? Почему не всегда говорят серьезно, вдруг начинают шутить? Почему смех так заразителен? Почему не всем одинаково весело? Смеются ли животные?.. Чем более углубляешься в проблему с точки зрения психологии, тем специфичнее вопросы, которые не становятся более понятными. Можно ли считать смех эмоцией? Если это невербальное поведение, то какая его разновидность? Каковы функции смеха в обществе? Как работает механизм психологической защиты, связанный с юмором? Как соотносятся такие понятия, как комическое, юмор, смех? Можно ли считать юмор и смех личностным свойством? Чем отличается чувство юмора от остроумия? Каковы механизмы возникновения комического? Можно ли развивать чувство юмора или оно врожденное? Можно ли научиться шутить? Что такое патологическое остроумие? Можно ли с помощью юмора делать что-то серьезное: учить, лечить, исследовать?.. Мне не удалось однозначно ответить на все эти вопросы. Приглашаю читателя подумать вместе.

Когда-то меня очень удивила работа А.Бергсона «Смех». Разве можно о смехе писать так мрачно? Оказалось, можно — так сложно о таком простом и естественном... Хочу предупредить читателя, что я, хоть и не Бергсон, но тоже не предлагаю веселого, легкого текста, хотя уверена, что улыбаться иногда все-таки придется, т.к. невозможно сдержать улыбку, глядя на карикатуру и дружеские шаржи, даже если смотреть на них «серьезно», изучая, анализируя. В этом, наверное, и заключается самая основная загадка комического.

Я не самый веселый человек. Почему? Это обстоятельство послужило дополнительным стимулом к исследованию. Именно этот вопрос был одним из тех, которые волновали меня в личном плане. Могу поделиться результатами лонг-

этюдного самонаблюдения: со времени пристального внимания к юмору и смеху я сильно изменилась. Это заметили окружающие меня люди. Я не стала чаще острить и громче смеяться, я научилась позитивно мыслить! Психотерапевтический эффект общения с юмором очевиден, поэтому надеюсь, что идеи этого учебного пособия помогут — кому-то научить, а кому-то научиться — сформировать позитивное отношение ко всему, что происходит с нами в жизни. Все не напрасно... даже грустные события оборачиваются своей противоположностью и оказываются чем-то полезными; даже глупость и ошибки при доведении их до абсурда выглядят не так уж мрачно и помогают приобрести позитивный жизненный опыт.

Часть этой книги когда-то была текстом дипломной работы, выполненной при получении второго высшего (психологического) образования, затем появился текст диссертации на соискание степени кандидата психологических наук, многие идеи получили развитие в докторской диссертации. В процессе защит я выслушала мнения разных людей, которые высказывали замечания, пожелания, но в одном практически все были единодушны – интересно! Сама тема научного исследования юмора и научного исследования с помощью юмора для психологов оказалась очень привлекательной, и именно тем, что она мало изучена. Особенностью книги можно считать то, что в ней затронуты разные разделы психологии (эмоции, личность, способности, социальное восприятие, невербальное поведение, кросскультурные проблетренинг, социально-психологическое исследование и др.), а также эстетики, истории и философии. Комическое, юмор, смех – предмет междисциплинарного исследования. Так как не все читатели могут быть теоретически подготовленными в перечисленных отраслях знания, по ходу изложения сделаны «психологические отступления», в которых в конспективном виде изложены основные теоретические положения соответствующих научных направлений. Ведя спецкурс в Самарском государственном педагогическом университете, я столкнулась с тем, что для студентов-психологов эта тема является трудной в силу того, что психологической литературы, в которой всерьез и подробно обсуждаются проблемы использования комического (юмора), очень мало. А я чувствую себя «переполненной чашей», содержимым которой очень хочется поделиться с единомышленниками. Все это и привело к появлению этой книги, которая, как мне кажется, станет полезной для студентов в качестве пособия к спецкурсу, так и для состоявшихся психологов в качестве источника вдохновения в их творческих исканиях.

Выражаю искреннюю благодарность всем тем, кто помогал мне в период работы над этой книгой: доктору психологических наук, профессору, заслуженному деятелю науки России Гарнику Владимировичу Акопову (научному руководителю и единомышленнику), доктору психологических наук, профессору, заслуженному деятелю науки России Виктору Васильевичу Новикову (поддержавшему меня в самые трудные периоды моей творческой жизни), кандидату психологических наук, доценту Надежде Михайловне Симоновой (которая сопровождала мои первые робкие шаги в новой для меня науке), кандидату геолого-минералогических наук В.И.Тюрину-Авинскому (научному и житейскому консультанту), кафедре социальной психологии факультета психологии Самарского государственного педагогического университета. Низкий поклон моим родителям - Вениамину Евдокимовичу и Елене Георгиевне Семеновым, а также моему взрослому сыну Вениамину Владимировичу Иванову, моей снохе Ольге Николаевне Распутиной и маленькому внуку Михаилу Вениаминовичу Иванову – всегда поддерживающими меня в моих непростых научных и жизненных исканиях.

#### Введение

Постперестроечное время породило новые формы социальной активности. Практика деловых контактов, политических дискуссий, повседневного общения на производстве, в семье, в сфере воспитания и обслуживания заставляет задуматься о важности проблем адекватного социального восприятия. Старые способы общения не вписываются в новые требования. Многообразие подтекстов коммуникации привносит много личностного, провоцирует большое количество ошибок восприятия. Необходимость исследований, направленных на изучение социально-перцептивных процессов в новых общественно-политических и экономических условиях, очевидна. Проблемам межличностного восприятия, связанным с психологией познания людьми друг друга, посвящают свои работы Г.М. Андреева, А.А.Бодалев, В.В.Знаков, В.А.Лабунская, О.Г.Кукосян, D.Myers, P.Ekman, H.Leventhal и др. В этих работах исследуются общие закономерности формирования образа другого человека, выясняется значение пола, возраста, профессии в процессе формирования у человека знаний о других людях. Выявляются типичные ошибки, которые допускает человек, оценивая окружающих его людей, прослеживаются связи между познанием им самого себя и пониманием других лиц.

Актуальной задачей остается поиск средств развития социально-перцептивных способностей людей. Одним из таких средств может выступать комическое. Юмор играет важную роль в общении, является универсальным средством, в равной мере приемлемым большинством участников взаимодействия, особенно на начальных его стадиях, когда формируется мотивационная направленность и обеспечивается более интенсивная включенность в деятельность. Несмотря на большое количество литературы, посвященной теории комического, это явление изучено далеко не полностью. Подходы исследователей односторонни и фрагментарны. Наиболее представительными являются усилия эстетиков (Ю.Борев, Б.Дземидок, В.Я.Пропп, З.Лисса, А.Московский и др.) и философов (Аристотель, И.Кант, Г.Гегель, Н.Г.Чернышевский, М.М.Бахтин, Л.В.Кара-

сев, Т.Б.Любимова и др.). Психологические аспекты юмора и смеха затронуты в работах психологов (З.Фрейд, А.Бергсон, Л.С.Выготский, А.Н.Лук). Пристальное внимание к юмору и смеху в настоящее время не случайно. Существует международное общество по изучению юмора (США), проводятся мировые конгрессы. В современных условиях в России, с одной стороны, юмор и смех стали использоваться гораздо чаще, чем раньше (обилие телепередач юмористической направленности, популярность писателей-сатириков, индустрия рекламы), с другой стороны, юмор теряет былую остроту и принципиальность. Наше смутное время снимает ореол запрета и святости с многих социальных тем. Бывшие анекдоты нашей жизни становятся документальной информацией. Нельзя не согласиться в этом смысле с Е.В.Петросяном: «Наевшись запретным плодом, пора осмыслить этот вид народного творчества» (Петросян, 1995).

Во всем мире известен мастер «психологической» карикатуры Х.Бидструп. Ценный вклад внесли и художники России. Творческий союз Кукрыниксов (М.В.Куприянов, П.Н.Крылов, Н.А.Соколов) дал целую галерею высокопрофессиональных дружеских шаржей. Осмысление творчества художниковкарикатуристов, изучение их «невербального» языка общения с читателем также является интересной задачей. Практическая психология, не дожидаясь теоретических обобщений, ищет все новые пути, средства и методы для решения насущных человеческих проблем. Не остался в стороне и юмор. Его активно используют психологи-консультанты (А.Я.Варга, В.А.Ананьев, В.Франкл, Р.Мэй и др.). Разработаны диагностические методики – варианты теста юмористических фраз (Е.В.Павленко), упражнения для групповой работы и социально-психологического тренинга (В.В.Петрусинский, Н.В.Цзен и др.). Однако возможности юмора используются не в полном объеме. Мало задействован рисованный юмор (дружеские шаржи, карикатура). Все это подчеркивает значимость исследования социально-психологических аспектов комического как доступного и эффективного средства, на основе которого возможно разрабатывать методики, помогающие улучшать восприятие, оценку и понимание людьми друг друга.

# Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОМИЧЕСКОГО: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

# 1.1. Философско-психологические концепции комического

Комическое — наиболее сложная проблема эстетики. К этой мысли приходят многие исследователи в этой области. Эстетик Ю.Борев: «Смех — как ртуть. Он легко ускользает изпод рук теоретика. В этом трудность, но не безнадежность исследования природы комического» (Борев, 1970, с. 3).

Значительный вклад в теорию комического внес М.М.Бахтин (Бахтин, 1979). Его исследование посвящено в основном истории смеха, отношению к смеху людей двух эпох (средние века и Ренессанс), творчеству французского писателя Франсуа Рабле (1493–1553). Ф.Рабле «собирал мудрость в народной стихии наречий, поговорок, пословиц, школьных фарсов, из уст дураков и шутов» (Бахтин, 1979, с. 5). М.М.Бахтин подчеркивал, что истоки философии смеха берут начало в античности. Еще Гиппократ указывал на целительную силу смеха для борьбы с болезнями. Аристотель считал, что «из всех живых существ только человеку свойственен смех» (Бахтин, 1979, с. 79). В средние века было сильно влияние народно-праздничных карнавальных форм смеха. В эпоху Возрождения народный смех ворвался в литературу. В теории смеха Ренессанса признавалось его положительное, возрождающее, творческое значение. Это резко отличает ее от последующих теорий смеха (до бергсоновской включительно), выдвигающих в нем преимущественно его отрицательные функции.

Философское осмысление проблем, связанных со смехом, продолжил наш современник Л.В.Карасев (Карасев, 1996). Его подход — желание увидеть главное как единое символическое целое, его оригинальное и глубокое исследование основано на изучении мифов и народных традиций. Описываются такие противоположности, как смех и зло

(причина ярости и смеха – одна, мера зла определяет реакцию); смех и стыд (оба убивают, не убивая, стыд эгоцентричен, смех направлен во вне); смех и время (смеемся, увидев убыстренную съемку, потому что «пытаемся смехом защититься от приближения к смерти»).

Л.В.Карасев написал главу «Мифология смеха», в которой речь идет о смехе архаическом, о смехе, звучащем в мифе. Миф создается воображением, но он есть дитя необходимости. Карасев исследовал в мифе тему смеха. Обозначенные им смысловые единицы мифов он называет «иноформами смеха». Это то, что он увидел в одном ряду со смехом.

<u>Смех и волосы</u>. Очень часто, когда миф говорит о смехе, он вспоминает и о волосах. Тот, кто хочет рассмешить, взбивает волосы на своей голове. Растрепать кому-то волосы — значит одобрительно посмеяться.

Смех и безволосие. Миф следует за жизнью, а жизнь любит контрасты. Смеются часто над лысыми героями. Мотив безволосия включается в круг смехопорождающих символов. Смех и лысая голова встают в один ряд.

Смех и круг. Смех и голова, покрытая длинными волосами, смех и голова лысая, голая, смех и солнце... Во всех случаях речь идет о круге или шаре как иноформе смеха. Русский колобок и латышский каравай, катящийся по земле под хохот насмешников, — есть то же солнце: круглое, радостное и румяное. «Катиться со смеху» — лабиринт смыслов имеет свое начало в древних сказках и мифах.

Смех и красное. Красное — тоже иноформа смеха. Красное солнце, красный попугай, дерево с красными листьями, видеть в красном свете... — это символы смеха из мифов. Огонь — это тоже красное. Когда в мифе зажигается огонь, то рядом с ним часто звучит и смех. Смех, соединенный с красным цветом, неожиданно открывает исходный смысл рыжего клоуна. В древней культуре рыжие — дети солнца. Смех и рыжее связаны в единую смысловую пару.

Смех и белое. Забыт смысл белил, которыми выкрашено лицо клоуна, или мима. Красное и белое – двойственны, обратимы, связаны с радостным смехом.

Смех и соль. Неожиданная смысловая пара. Забыв об этом смысле, мы часто воспроизводим его в самых различных ситуациях: так, он дает себя знать в ритуальном требовании смеяться, если случайно будет просыпана соль. «Соленый» анекдот, «соль» шутки — в этих сочетаниях интуитивно прослеживается связь между смехом и солью. Известно также, что Бергсон уподоблял смех соленой морской пене.

Смех и одноглазие. Л.В.Карасев приводит множество примеров одноглазых персонажей, которые призваны были породить смех. Глаза лишается либо тот, кто смеялся сам, либо тот, над кем смеялись.

Смех и рот. Рот с обнаженными зубами – главная примета смеющегося лица. Смех и рот сопрягают и с другими смыслами. Смех традиционно сопровождает тему еды, обжорства. Смех и движение вверх-вниз. Может показаться неожи-

Смех и движение вверх-вниз. Может показаться неожиданным, но миф дает устойчивую связь смеха и повторяющегося движения вверх-вниз. Смех — это желание прыгать, прыгать от радости. Смех — это радостный танец.

Смех и смеющиеся животные. В мифах часто смехом наделяются разные животные, хотя считается, что смеяться может только человек. Смех лягушки, попугая, утки, смеющиеся ослы, смеющаяся коза, баран – это герои многих древних мифов.

Л.В.Карасев утверждает, что замеченные им смысловые пары не случайны. Если бы мы захотели связать между собой что-то другое, например, смех и воду, смех и синее, смех и квадрат, у нас ничего бы не вышло (Карасев, 1996)!

Наибольший вклад в развитие теории комического внесла эстетика. Все существующие теории рассматривают комическое или как чисто объективное свойство предмета, или как результат субъективных способностей личности, или как следствие взаимоотношений субъекта и объекта. Видимое многообразие различных методологических подходов к трактовке природы комического польский эстетик Б.Дземидок систематизировал в шести генеральных типологических моделях комического (Дземидок, 1974):

1. Теория отрицательного свойства объекта осмеяния и ее психологический вариант — теория превосходства субъекта над комическим предметом (Аристотель, Т.Гоббс). Име-

ется в виду тот факт, что состояние смеха свойственно человеку тогда, когда он ощущает свое превосходство над другим. «Мне хорошо (весело!) тогда, когда кому-то плохо».

- 2. Теория деградации (А.Бэн, А.Стерн). Основная мысль заключается в том, что смеются, как правило, над человеком слабым и глупым. Чем больше разлагается личность, тем больше она вызывает сочувственного или осуждающего смеха.
- 3. Теория контраста (Жан Поль, И.Кант, Г.Спенсер). Причина смеха в несоответствии ожидаемому (Т.Липпс, Г.Гефдинг). В ее основе лежит эффект новизны. Неожиданный поворот событий, необычное сочетание слов, нестандартное мнение, как правило, вызывают удивление и восторженную реакцию смех.
- 4. Теория противоречия (А.Шопенгауэр, Г.Гегель, Ф.Фишер, Н.Чернышевский). По мнению представителей такого подхода, комическое проявляется тогда, когда содержит в себе противоречивые составляющие, как бы несущие в себе потенциальный конфликт, разрешающийся смехом в качестве реакции.
- 5. Теория отклонения от нормы (К.Гросс, Э.Обуэр). Имеется в виду, что для возникновения ситуации комического необходимо нарушение общепринятых норм, законов, правил поведения или простое несоответствие стандарту («дядя Степа»).
- 6. Теория пересекающихся мотивов (А.Бергсон, З.Фрейд, А.Луначарский). Человеком управляют разные мотивы: «хочу», «можно», «нельзя», «надо», «могу»; специфическое пересечение некоторых из них приводит к возникновению особой формы поведения, характеризующей конкретного человека или человечество в целом.

Т.Б.Любимова (Любимова, 1990) предлагает иной подход к классификации теорий комического. Теории первого типа — то, над чем смеются (теории контраста, несоответствия, теории ошибки и оплошности); теории второго типа основаны на чувстве, которое скрывается за реакцией смеха. Смех — синтез радости и злости (теории неожиданности, новизны, защитной реакции).

Закономерно встает вопрос о выборе критериев для систематизации знаний о комическом. В основе может лежать соотношение объективного и субъективного. Тогда точки

зрения А.Бергсона и З.Фрейда, например, можно считать крайними или «разделить комическое» по модальностям восприятия: визуальное (пантомима, клоунада, рисованный юмор), аудиальное (разговорные жанры, анекдоты), письменной речи (текстовый, литературный юмор). Встает вопрос о тактильно воспринимаемом комическом (возможно ли распознать юмор на ощупь, например, слепому человеку?).

В каждой из вышеперечисленных теоретических моделей есть свое рациональное зерно, каждая из них схватывает, хотя и абсолютизирует, определенные свойства. Одна из самых больших трудностей, встающих перед теоретиками комического, — это необходимость упорядочить и уточнить все понятия, связанные с проблемой комического, классифицировав различные его формы. Рассмотрим некоторые из теорий более подробно.

Создатель теории психоанализа З.Фрейд одну из своих многочисленных книг («Остроумие и его отношение к бессознательному», 1905 г.) посвятил теории остроумия )Фрейд, 1999). Он говорит главным образом о юморе, а по поводу комического высказывается лишь попутно. Восприятие комического (остроты), по З.Фрейду, доставляет удовольствие вследствие того, что нам удается сэкономить некоторое количество психической энергии. Согласно мнению З.Фрейда, естественные влечения в психике цивилизованного человека подавляются требованиями приличия, морали, логики и т.д. На каждое торможение природного импульса мы расходуем психическую энергию. Острота помогает нам избежать торможения и сэкономить некоторое количество энергии. В этих суждениях З.Фрейда есть справедливая мысль о том, что в шутливой, юмористической форме можно иногда говорить даже о вещах, о которых не принято говорить всерьез. Однако З.Фрейду не удалось исчерпывающим образом объяснить природу комического.

В работе Фрейда дан анализ притч, баек, скороговорок. Любимый анекдот Фрейда: «Слепой спрашивает хромого: – Как чувствуешь? – Как видишь!». Фрейд рассматривал анекдот не только как общение, но и как самоутверждение личности. Это маскировочная форма поведения. Анекдот отражает нацио-

нальный характер. Анекдот – краткая форма, вектор поведения нации. Французский... Армянское радио... Про чукчей... Как только «смягчился» характер нашей страны, появились анекдоты про руководителей, политиков. Фрейд по этому поводу говорил, что анекдот позволяет освободиться от страха.

Анекдот – это всегда беседа, а не только слушающий партнер. В ответ, как правило, тоже рассказывается анекдот. По характеру анекдотов, которые рассказывает человек, можно составить представление о нем. «Расскажите свой любимый анекдот» – узнать о человеке можно таким образом больше, чем от простой беседы. «Лучше ничего не сказать, чем сказать ничего» (или глупость, или глупый анекдот...). Бывают люди, которые не запоминают анекдотов. Это тоже диагностика. Фрейд считал, что юмор – это одна из форм разрядки. Люди, сексуально активные, любят юмор, часто рассказывают анекдоты. Через анекдоты можно судить о недостатках человека: как правило, большинство анекдотов, которые рассказывает человек, - на одну тему (например, садистские). Так называемый «тонкий юмор», понятный не всем, – признак интеллектуальных способностей. Детские анекдоты презентируют проблемы отношений с родителями, детьми, другими людьми. Один из анекдотов Фрейда: «Девушка, как Вас зовут? – Смотря куда...».

Оригинальную теорию комического разработал Анри Бергсон. По его мнению, комическое мы можем чувствовать только в общении с людьми. «Смешно не бывает одинокому» (Бергсон, 1992, с. 198). Обязательным условием чувства комического А.Бергсон считает эстетический взгляд на мир. Наличие косности и автоматизма в живом существе представляется А.Бергсону негативной чертой, признаком деградации. Сама по себе действительность имеет характер неповторимый, индивидуальный, постоянно меняющийся, поэтому автоматизм и косность противоречат ее сущности и, следовательно, кажутся смешными. Все попытки найти истинно однозначную и всеобъемлющую формулировку комического он считал обреченными на неудачу. Теория А.Бергсона объясняет многое, но ее односторонность, в частности, выража-

ется в ее крайнем объективизме. Она одновременно является не только слишком общей, но и ограниченной.

Таким образом, законченные теории комического, все имеющиеся на сегодняшний день, не могут быть приняты в качестве объективной истины. Современный уровень знания, постигающего личность человека, не позволяет делать однозначные выводы по поводу природы комического. Наиболее плодотворны усилия тех ученых, которые добавляют в обозначенную проблему новые знания и выводы, а также приводят разные точки зрения на способы ее решения.

Рассмотрим так называемый «литературоведческий» взгляд на природу комического. Как правило, в этом случае изучается творчество писателей. Такому взгляду, например, соответствует работа С.А.Голубкова (Голубков,1994), который прослеживал особенности юмора в творчестве Замятина, и исследования В.Я.Проппа (Пропп,1976), посвященные прежде всего произведениям Н.В.Гоголя. Наиболее ценны выводы Проппа о связи форм комизма с определенными видами смеха. Он приводит систематизацию теоретика и историка советской кинокомедии Р.Юренева, который писал так: «Смех может быть радостный и грустный, добрый и гневный, умный и глупый, гордый и задушевный, снисходительный и заискивающий, презрительный и испуганный, оскорбительный и ободряющий, наглый и робкий, дружественный и враждебный, иронический и простосердечный, саркастический и наивный, ласковый и грубый, многозначительный и беспричинный, торжествующий и оправдательный, бесстыдный и смущенный. Можно еще расширить этот перечень: веселый, печальный, нервный, истерический, издевательский, физиологический, животный. Может быть даже унылый смех!» (цит. по: Пропп, 1976, с. 15).

Исследования С.А.Голубкова обогатили теорию комического тремя соответствующими типами образности. 1. Исходное фантастическое допущение предопределяет развертывание сюжета. 2. Анекдотизм ситуации используется как внутриструктурный элемент большого повествования. 3. Комическая метаморфоза создает антиидеал, необходи-

мый, чтобы более ярко высвечивать противоположный ему позитив.

С литературоведческими позициями созвучна точка зрения Л.С.Выготского, который приводит в своих исследованиях об искусстве слова К.П.Брюллова: «Искусство начинается там, где начинается «чуть-чуть». Чуть-чуть светлее, выше, ниже, правее – в живописи недосказано, пересказано, преувеличено... и нет заражения» (Выготский, 1987, с. 36). Художник находит те бесконечно малые моменты, из которых складывается произведение искусства. Этот вывод можно отнести к искусству вообще, а не только к живописи, как и слова Л.С.Выготского о том, что «сами поэты меньше всего знают, каким способом они творят» (Выготский, 1987, с. 68). Искусство – забава, отдых и только? В чем задача – заражать чувствами? Стихотворение – заразить грустью? Эти вопросы задает Л.С.Выготский. Проведем аналогию и продолжим вопросы. Комическое в искусстве – заражать смехом? Ответом послужит ответ Л.С.Выготского – нет! «Претворение воды в вино», природа искусства (смеем утверждать, и комического в искусстве) несет в себе нечто претворяющее, преодолевающее. Искусство дополняет жизнь и расширяет ее возможности. «Все подлинно великое должно включать в себя смеховой элемент», - это слова другого классика философской мысли М.М.Бахтина (Бахтин, 1979, с. 358). По его мнению, серьезность нагромождает безысходность ситуации, смех подымается над ней, освобождает от нее. Односторонне серьезны только авторитарные системы. Насилие не знает смеха.

Необычный аспект, связанный с комическим, затрагивает врач-невропатолог и психолог А.Н.Лук (Лук, 1968). Приведем краткий конспект интереснейшей главы, посвященной патологическому остроумию.

Поскольку в остроумном высказывании есть два компонента: техника и содержательно-эмоциональное наполнение, — то нарушения могут быть вызваны заболеваниями мозга, при которых поражаются формально-логическое мышление, интеллект и эмоциональная сфера. При *шизофрении* больные вначале теряют способность адекватно реагировать на шутку. Они улавливают и объясняют комический смысл

остроумного анекдота, рисунка, рассказа, но эмоциональная реакция отсутствует, им не смешно. В дальнейшем теряется способность осмыслить, уловить смешное. При эпилепсии нарушение восприятия остроумной шутки связано со склонностью к резонерству, с тугодумием, дотошностью, с тем, что внимание приковано к деталям в ущерб сущности явления. В результате больные не улавливают комизма остроты. При склерозе мозговых сосудов остроумие начинает угасать раньше всех других интеллектуальных функций.

Патологическое остроумие встречается и у здоровых людей, даже образованных. Для них даже появилось обозначение: «салонные дебилы». Они неутомимо фонтанируют шутками, мало заботясь о реакции окружающих, сами смеются заранее. В потоке сознания у всех из нас сталкиваются различные понятия, образуя различные ассоциации. Некоторые из них остроумны. Но мало создать остроту. Нужно оценить, хороша ли она, можно ли ее обнародовать или лучше затормозить. У «салонных дебилов» отсутствует критическая оценка своей речевой продукции. И вообще все люди более критично относятся к чужим шуткам, чем к своим.

Расстройство остроумия возможно при поражении лобных долей мозга опухолью или абсцессом. При этом люди охотно шутят. Но шутки становятся плоскими и грубыми. Тематика сосредотачивается вокруг физиологических функций организма. Этот «лобный юмор» настолько характерен, что опытный невропатолог только по одной манере острить может заподозрить у таких людей патологический процесс лобной доли мозга. Психопатология затрагивает и мотивационный профиль личности. У некоторых людей возникает прочная установка на продуцирование острот. Человеку приятен этот процесс, который подкрепляется похвалой слушателей. Человек острит постоянно, делает это неосознанно, машинально. Остряки такого рода склонны создавать каламбуры, часто неуместные. Шутят везде, даже на похоронах. Так, некий артист, пробираясь к гробу своего брата, произнес: «Позвольте добраться до братца». Если это не патологическая острота, то, по меньшей мере, неуместная.

А.Н.Лук в своих размышлениях о юморе затрагивает еще одну очень интересную проблему, связанную с соотношением остроумия и творчества. Остроумие - один из компонентов продуктивного мышления. Изучая процесс синтезирования остроты, можно приблизиться к пониманию некоторых закономерностей мышления и творчества. То общее, что есть во всех приемах остроумия, - это выход за пределы формальной логики. Остроумная мысль возникает как неожиданное сопоставление двух или нескольких далеких друг от друга явлений, объектов или идей, причем внезапное сопоставление может и не вызывать смеха. Остроумным может быть решение трудной проблемы, техническая идея, научная гипотеза. Отсюда А.Н.Лук выделяет различия в комическом и некомическом остроумии. Он предлагает изучать роль остроумия в научном мышлении. Остроумное техническое решение вызывает не смех, а эстетическое наслаждение. Термин «остроумный» относится в данном случае не к оценке результата, а к оценке способа, которым получен результат. Остроумие – это не только способность создать хорошее настроение, это прием, приводящий к творческим решениям задач. Поэтому закономерен вопрос: можно ли, освоив формальные приемы, овладеть остроумием? Можно ли стать остроумным, если захотеть? Большинство авторов считает, что нельзя. У некоторых людей эта способность есть, а у других нет. Согласимся с А.Н.Луком: как и всякая способность, способность быть остроумным требует тренировки. Острый язык может стать острее в результате постоянного употребления. По сведениям А.Н.Лука, В.Маяковский пришел к выводу, что можно сознательно освоить приемы остроумия, говорил, что в школах будут обучать остроумию, как арифметике. Остроумие – свойство психики. Иногда – талант. Но к таланту нужно умение, обучение, труд. В отличие от правил речи, алгоритмы остроумия, оказывается, не всем доступны. Но изучать закономерности остроумия – означает изучать работу психики, мозга. Это очень интересно.

Таким образом, в основу классификации теорий комического могут быть положены различные критерии: механизмы остроумия (теории контраста, теории противоречия и т.д.);

то, над чем смеются (теории ошибки, теории оплошности и т.д.); чувство, лежащее в основе (теории новизны, теории защитной реакции); вид искусства (комическое в музыке, литературе и т.д.); модальности восприятия (визуальное комическое, речевые формы и т.д.). Существуют оригинальные зрения (теория экономии психической энергии 3. Фрейда, теория человеческой косности А. Бергсона и т.п.). Наиболее полно представлен в научной литературе эстетический подход (Ю.Борев, Б.Дземидок, В.Я.Пропп и др.), многое объясняет история развития смеха, начиная от карнавальных до литературных форм (М.М.Бахтин), философские обобщения (М.М.Бахтин, Л.В.Карасев, Т.Б.Любимова) дополняются усилиями психологов (З.Фрейд, А.Бергсон, Л.С.Выготский, А.Н.Лук). Единая теория комического далека от завершения, но остаются перспективными междисциплинарные научные разработки.

# 1.2. Психолого-эстетический анализ категорий комического

Затронем некоторые внутренние механизмы природы комического. Чем отличается комическое от смешного? Комическое – смешно, но не всегда смешное комично. Смех – всегда реакция личная и не всегда общественная. Смех могут вызывать не только комические, но и самые разнообразные явления, начиная от щекотки и кончая действием напитков и газа. По мнению Ю.Борева, смешное шире комического. «Комическое – прекрасная сестра смешного» (Борев, 1970, с. 11). Комическое порождает социально окрашенный, значимый, одухотворенный эстетическими идеалами, «светлый», «высокий» смех, отрицающий одни человеческие качества и общественные явления и утверждающий другие. Смех зависит от эпохи и страны, следовательно, «смех так же социален, как язык» (Борев, 1970, с. 15). Граница между смешным и комическим (как и между другими категориями комического) диалектически гибка и подвижна: явление, в определенных связях и обстоятельствах способное выступать как смешное, при других обстоятельствах может быть комично.

Над чем же смеется человечество в лучших произведениях своей культуры? Все виды искусства способны создавать комедийные образы. Литература, театр, кино, живопись... Труднее проявляется комическое в музыке. Архитектура – единственный вид искусства, лишенный чувства юмора (это мнение Ю.Борева). Представим себе сооружение, «доведенное до абсурда», например, дом необычной формы с добавлением каких-то противоречивых, «ненужных» деталей: сапог с застежкой в виде... трубы. Такое сооружение наверняка вызовет улыбку. Такой дом может быть построен где-то в детском парке. Архитектура также потенциально комична!

Подчеркнем диалектическое взаимодействие еще одной пары категорий комического: *юмора* и *сатиры*. Н.Гартман называет эти понятия двумя формами комического, а именно: сердечной (юмор) и бессердечной (сатира) веселостью (Борев, 1970, с. 19). Однако такая точка зрения не однозначна. Современное определение комического из энциклопедического словаря содержит три вида комического: ирония, юмор, сатира. А.Бергсон считал, что юмор противоположен иронии. Оба они – формы сатиры (Бергсон, 1992).

Рассмотрим комическое с точки зрения «меры смеха» по Ю.Бореву. Такое отношение к поднятой проблеме позволяет определить некоторые категории. Юмор и сатира как полюса смеха. А между ними — целый мир оттенков комического. Сатира — крайняя и высшая форма критики, отрицания. Сатира заостряет, а порой и утрирует, деформирует облик осмеиваемого явления. Но главное в сатире — комедийная критика, утверждающая идеалы. М.М.Бахтин называл сатиру «несмеющимся смехом» (Бахтин, 1979, с. 358). Юмор эстетически осваивает общественно ценные явления, помогает раскрыть прекрасное, человечное за неприглядным, невзрачным, в наших недостатках продолжает наши достоинства.

Следующая «пара» комического — *ирония* и *сарказм*. (Определения принадлежат Ю.Бореву). Ирония — один из оттенков комедийного смеха, одна из форм особой эмоциональной критики, при которой за положительной оценкой скрыта острая насмешка. Ирония притворно хвалит те свойства, которые по существу отрицает, поэтому имеет двойной

смысл: прямой и скрытый. Сарказм — сатирическая по направленности, особо едкая и язвительная ирония, достигшая трагедийного накала, это ирония, изобличающая явления, особо опасные по своим общественным последствиям.

Комический намек, шутка, насмешка — частный случай и особая форма иронии. Комедийный намек есть переходная форма от иронии, т.е. скрытой насмешки, к той, которая прямо разит противника. Насмешка — прямая, обидная издевка, протекающая в форме сатирически заостренной, эмоционально насыщенной критики. Когда предмет насмешки общественно не опасен и эта критика носит юмористический характер, то перед нами шутка.

Наряду с обычным комедийным преувеличением, комедийной гиперболой, для юмористов и сатириков большой интерес представляют и такие формы комедийного преувеличения, как пародирование, окарикатуривание, гротеск. Пародирование – комедийное преувеличение в подражании, такое утрированно ироническое воспроизведение характерных индивидуальных особенностей формы того или иного явления, которое вскрывает комизм его содержания. Вульгарно-примитивной формой пародирования является передразнивание, а его высокой формой – художественная пародия. Литературной пародии посвящены отдельные исследования, например, принадлежащее В.Новикову (Новиков, 1989). А вот что пишет по этому поводу А.Вулис: «Пародийно-иронический образ больше, чем какой-либо другой, воздействует на читателя эмоционально, не требуя от него интеллектуальной расшифровки комического противоречия... Он не рассчитан на "смех в уме". Показывая нам жизнь в непосредственно комическом облике, он и вызывает непосредственный смех, который приходит к читателю сам» (Вулис, 1966, с. 128). Если пародирование есть заострение в подражании, то окарикатуривание всегда есть заострение в изображении. Окарикатуривание может вестись на основе сатирического или юмористического отношения к объекту. Юмористическая форма — шаржирование. *Шарж* — дружелюбная, юмористическая карикатура. Карикатура есть сатирически заостренный шарж. В определении энциклопедического словаря интересно важное дополнение к сказанному Ю.Боревым: шарж предусматривает сходство и подчеркивает характерные черты человека. Гротеск — интенсивное комедийное преувеличение и заострение, придающее образу фантастический характер и условность, нарушающие границы правдоподобия. Гротеск — это преувеличение и заострение, где сатирическое сочетается с фантастическим.

Таким образом, упорядочивание эстетических категорий является самостоятельной проблемой не только эстетики. Комическое и смешное, сатира и юмор, ирония и сарказм, карикатура и шарж... Психологическая трактовка подобных противопоставлений может осуществляться по-разному: раскрывать характерные черты человека, отражать его эмоциональное состояние, выявлять закономерности межличностного общения и т.п.

# 1.3. Закономерности проявления комического в контексте теории социального восприятия

Проанализируем проблему изучения механизмов возникновения комического.

Каким образом в объективной социальной реальности создаются ситуации, вызывающие смех у тех, кто их воспринимает? У многих авторов (А.Н.Лук, Ю.Борев, В.Я.Пропп, Г.Д.Сюнькова, М.В.Мусийчук, А.Московский и др.) понятие «механизм» осмыслено как «принцип» или «прием» остроумия.

### ПРИЕМЫ ОСТРОУМИЯ (вариант А.Н.Лука и М.В.Мусийчук):

- 1. Ложное противопоставление.
- 2. Ложное усиление.
- 3. Доведение до абсурда:
- преувеличение,
- смягчение.
- 4. Остроумие нелепости:
- логическая несовместимость,
- бессмысленная детализация,
- нарушение логической последовательности событий.
- 5. Смешение стилей, или «совмещение планов»:
- смешение речевых стилей,

- перенос терминологии,
- несоответствие стиля и содержания,
- несоответствие стиля речи и обстановки, где она произносится,
  - псевдоглубокомыслие.
  - 6. Намек, или точно наведенная цепь ассоциаций.
  - 7. Ирония.
  - 8. Обратное сравнение:
  - «чистое» обратное сравнение,
  - буквализация метафоры.
- 9. Сравнение по неявному, случайному или несущественному признаку:
- перечисление разнородных предметов в едином списке.

#### 10. Повторение:

- «чистое» повторение,
- повторение с изменением грамматической конструкции,
- повторение и изменением смысла на противоположный.
  - 11. Двойное истолкование:
  - игра слов,
  - двусмысленность,
  - необычная расшифровка привычного сокращения.
  - 12. Парадокс.

#### ПРИМЕРЫ

#### 1. Ложное противопоставление.

Высказывание строится так, что заключительная часть по форме будто бы противоречит началу, а на самом деле усиливает его.

 $\mathcal{A}$  никогда не мог взять в толк, почему из-за того только, что я выражаюсь невразумительно, никто меня не понимает (Милтон Мейер).

Доктор! Все ли грибы может есть человек? — Все. Но некоторые из них — только один раз.

Доктор спрашивает у одессита: — Что вас беспокоит? — Деньги и женщины. Их у меня нет, а здоровье как у быка!

#### 2. Ложное усиление.

Состоит в том, что заключительная часть высказываний по форме усиливает начальную, а по существу отрицает ее.

Шутки Марка Твена: Бросать курить легко. Я бросал раз пятьдесят.

Если ты проснулся утром и у тебя ничего не болит — жив ли ты?

*М.А.Светлов*, будучи тяжело больным: Все-таки в тюрьме лучше, чем в больнице. Там все-таки точно знаешь свой срок.

#### 3. Доведение до абсурда.

Мысль собеседника доводится до абсурда полным начальным согласием вначале и уничтожается потом краткой оговоркой.

Сверхсекретно. Сжечь до прочтения.

В кабинете директор занимается любовью с секретаршей: Не закрывайте дверь, а то подумают, что мы водку пьем.

Эвфемизм – нарочитое смягчение, уменьшение.

Если кто-то глуп, так это надолго.

Английское определение бокса — обмен мнениями при помощи жестов.

Эвфемизмы, рассчитанные на сокрытие того, что могло бы оскорбить слух:

Вместо «красивый» говорят «небезобразный», вместо «хорошо» – «недурно».

#### 4. Остроумие нелепицы.

Прием может реализовываться через логическую несовместимость:

Почему верблюд вату не ест? – Не хочет!

На вопрос «Есть ли Бог», надо ответить положительно: «Да, бога нет».

Прошу вас не звонить мне в голом виде! (Вл.Вишневский).

#### 5. Смешение стилей.

Несоответствие стиля и содержания.

Вопрос спикеру палаты лордов: — Сэр, позволяют ли мне правила палаты лордов назвать лорда Честертона грязной,

жирной свиньей? — Нет, Вы не имеете права назвать лорда Честертона грязной, жирной свиньей. — В таком случае я должен отказаться назвать Лорда Честертона грязной, жирной свиньей.

#### 6. Намек.

Не полностью высказанная мысль может быть понята только по догадке. Тонкий намек на толстые обстоятельства.

Жена с мужем выходит из магазина. — Ты знаешь, почему я заплакала? — Да, но у меня нет таких денег.

Надю можно? – У нас всех можно.

Я помню всех, кто не перезвонил (Вл.Вишневский).

#### 7. Ирония.

Человек говорит прямо противоположное тому, что думает.

Приходит жена за мужем в пивную. Муж возмущен: — Почему ты идешь искать меня всегда сюда? Почему ты не ищешь меня в каком-нибудь музее?

#### 8. Обратное сравнение или метафора.

Дадим каждому пассажиру по мягкому месту (лозунг на вокзале.)

Сталевар, помни! Вся сила в плавках!

#### 9. Сравнение по неявному признаку.

В непохожих и не сравниваемых предметах выделяют свойства, которые позволяют провести неожиданное сопоставление.

Закон, что столб: переступить нельзя, а обойти можно.

Что такое коктейль по-домашнему? Шампанское под шипение тещи.

Совет подобен касторке: давать легко, а принимать трудно.

#### 10. Повторение.

Использование одних и тех же слов в разных комбинациях для выражения прямо противоположных мыслей.

Врач смотрит рентгеновский снимок. — Сколько вам лет, больной? — Будет сорок. — Не будет, не будет!

Какая разница между англичанином и евреем? Англичанин уходит и не прощается, а еврей прощается и не уходит.

Наиболее непостижимая вещь в мире заключается в том, что мир постижим (А.Эйнштейн).

#### 11. Двойное истолкование.

Игра слов. Каламбуры. Омонимы и их разновидности – омофоны и омографы, т.е. слова, совпадающие в произношении или правописании (или по обоим параметрам).

Омографы: Дорога́ доро́га, но дороже бездорожье. Мелкие гвоздики для обуви и красные гвоздики в вазе.

Омофоны: молот – молод, к рынку – крынку, и закон – из окон. По этической тематике (поэтической ...)

Область рифм — моя стихия, U легко пишу стихи я  $(\mathcal{A}.\mathcal{A}.M$ инаев).

Какая страна самая независимая? Монголия. От нее ничего не зависит.

#### 12. Парадокс.

Холостяки ведут женатую жизнь, а женатые холостую.

Ничего не делать – самый тяжкий труд.

Чтобы сойти с ума, надо его иметь.

Будем использовать термин «механизм» как общий, обозначающий как принципы, так и приемы, и в конечном итоге определяющий структуру процесса, приводящего к проявлению комического. Основных механизмов, которые так или иначе учитываются практически всеми рассмотренными теориями комического, на наш взгляд, семь. Поскольку человек может запомнить 7 (+/-2) смысловых элементов информации с первого предъявления, семь приемов остроумия запомнить надолго (и потому использовать) легче, чем двенадцать... А, по нашему убеждению, учить людей грамотно и конструктивно использовать в своем повседневном деловом и бытийном межличностном общении юмор – дело благодарное и небезнадежное. Не каждый станет писателем-сатириком или артистом юмористического жанра, но каждый, кто обратит внимание на то, какие из приемов (механизмов) остроумия ему наиболее доступны, повысит свою социальноперцептивную компетентность, то есть разовьет свою психологическую наблюдательность, научится чувствовать и познавать человека в общении.

#### ПРИЕМЫ ОСТРОУМИЯ (вариант Т.В.Семеновой)

#### «ПРОСТОЙ ЮМОР»

- 1. Нелепость, неловкость.
- 2. Неоднократное повторение.
- 3. Преувеличение (преуменьшение).

#### «Интеллектуальный юмор»

- 4. Противоречие, контраст.
- 5. Многозначное истолкование.
- 6. Доведение до абсурда.
- 7. Искусство словообразования.

#### (Примеры в Главе 4, параграфе 4.1)

Наиболее экономичным представляется список приемов остроумия, состоящий из семи элементов, упорядоченных по признаку сложности. Всем известно, что существует простой, примитивный юмор и сложный, утонченный, доступный избранным. Причина, по-видимому, кроется в разнице способов конструирования остроты, то есть в применении разных приемов остроумия.

1. **Несуразица, нелепость, неловкость**. Самый простой прием. Чтобы создать комический эффект (комическую остроту), не надо долго думать, надо сказать любую «чушь» или сделать любое неловкое движение. Именно на этом построена «комедия положений», когда создатели нелепой «остроты» падают в лужу, обливают кого-то водой, произносят странные звуки и глупые фразы. По сути дела в подобного рода юмористической продукции смеха много, а остроумия (креативности) мало. Именно поэтому такой «простой» юмор не всем по душе, у многих интеллектуалов он вызывает недоумение, потому что кажется примитивным, как и те люди, которые его порождают. Однако есть у этого приема и «оборотная сторона». Иногда новая удачная острота с большим смысловым содержанием рождается именно как нелепость, как случайность, как настолько тонкий инсайт, что на первый взгляд кажется просто глупо-

стью, не заслуживающей внимания. Среди нелепостей тоже бывают «юмористические шедевры».

- 2. **Неоднократное повторение.** Тоже простой прием, который доступен абсолютно всем. С.Меткалф и Р.Фелибл утверждают, например, что достаточно повторить что-либо всего шесть раз в присутствии других людей, чтобы претендовать на их смех.
- 3. **Преувеличение (преуменьшение).** Прием основан на технике шаржирования сознательном искажении размеров, качеств, характеристик предмета, явления или личности. Не столь сложный прием, хотя и требует несколько бо́льших интеллектуальных усилий, чем первые два.
- 4. Многозначное истолкование. Этот прием начинает перечень «сложных» приемов остроумия. Чтобы многозначно истолковывать одно и то же, надо, во-первых, знать много разных версий, определений, значений, свойств; во-вторых, уметь их «видеть» в одном и том же предмете, объекте или явлении; в третьих, уметь «эффектно преподнести» то новое, что не кажется очевидным. Достаточно сложное усилие, базирующееся на развитом интеллекте и умеренной креативности. Имеет много сходства с «синектикой», приемом нахождения группового решения, при котором все варианты имеют право быть и предполагается выбор нескольких альтернатив.
- 5. «Противоречие, контраст». Тоже непростой прием, требующий наличие «духа противоречия». Все отрицать, все выворачивать наизнанку, все опрокидывать в свою противоположность вот что должен уметь юморист, владеющий этим приемом остроумия. Это особая разновидность «критического» мышления, или юмористический «брейнсторминг» (прием нахождения единственно верного решения путем критического анализа всех возможных вариантов).
- 6. Доведение до абсурда. Самый «юмористический», или, вернее, «остроумный» прием. Всем понятно, что «доведенное до абсурда» всегда смешно (если не трагично...), но не всем ясно, как это сделать. Поэтому столь очевидный прием отнесен к категории «высокого уровня сложности». Трудно объяснить, что такое абсурд и как им пользоваться. Это «особо сильное противоречие», контраст, который достигается не

путем постепенного «сгущения красок», а «сразу», мгновенно и «наотмашь». Либо удачно — либо нет. Поэтому этот прием надо использовать осторожно, интуитивно, настраиваясь на того, на кого он направлен. Необходимо помнить, что это та точка отсчета, с которой юмор может стать оружием. Так рождается ирония, переходящая в сарказм и откровенную сатиру, от которой недалеко до трагедии.

7. **Искусство словообразования.** Прием интеллектуального юмора. Предполагает взлет юмористической мысли, высшую форму юмористической оригинальности (креативности). Это создание красивых, остроумных словосочетаний, сокращений, разного рода каламбуров, метафор, «очепяток», «мимоходов» и других подобных рубрик в юмористических изданиях. Сложный прием, «божий дар», который делает людей писателями-сатириками и артистами юмористического жанра. Придумать и донести до умов других людей остроту подобного рода — это талант. Научить делать что-то подобное по аналогии практически невозможно, как невозможно научить сочинять стихи или делать научные открытия.

Как же пользуются конкретные люди всеми этими механизмами? Все ли приемы равнозначны для каждого «юмориста»? Наверное, у каждого из нас есть любимые, наиболее эффектные в исполнении конкретной личности. Напомним, что в данном контексте рассматривается не чувство юмора (способность понимать юмор, т.е. смеяться), а остроумие (способность создавать и использовать комические ситуации, т.е. острить). Конечно, с этой целью, очевидно, нужно изучать творчество писателей-сатириков. Чем, например, отличается юмор М.Жванецкого и М.Задорнова от юмора В.Коклюшкина или А.Арканова? Но еще интереснее наблюдать за интересными людьми в непосредственном общении с ними.

В качестве примера рассмотрим «стиль юморения» кандидата геолого-минералогических наук В.И.Тюрина-Авинского, зафиксированный в «заметках на салфетках» его подчиненных — сотрудников сектора автоматизированных систем переработки геологической и геофизической информации Волжского отделения Института геологии и разработки горючих ископаемых (ВОИГиРГИ, г. Самара), который он

возглавляет много лет. Спонтанный юмор, соотнесенный с местом, временем и контекстом происходящих событий, вызывал и вызывает не только смех, но и удивление, восхищение и желание зафиксировать произнесенное, чтобы запомнить. Появилась тетрадка, в которую стали записывать «крылатые фразы» начальника. Спустя одиннадцать лет этот ценный материал стал предметом исследования в контексте изложенной проблемы. Обсуждение в 1997 г. сотрудниками сектора «дневника» 1986 г. привело к неожиданному для всех выводу: «Стало скучно!» Многое, что удивляло когда-то, стало настолько привычным, что перестало удивлять, искусство создания новых слов стало стилем общения практически всех сослуживцев, внутри сектора давно сложился свой «сленг», часто понятный только избранным. Но, однако, это не означает, что личность изменилась, истощив свои запасы остроумия... Подобные остроты в другом, непривычном к ним окружении по-прежнему вызывают смех и восхищение. И не только вокруг В.И.! Сотрудники сектора научились шутить, если не продуцируя новые остроты, то используя уже известные в «апробированных» ситуациях.

Можно сделать вывод. Личность юмориста изменяет восприятие юмора окружающих людей так, что они сами начинают пользоваться предложенными механизмами и продуктами их реализации, повышая тем самым свой творческий потенциал! В подтверждение вышеизложенного приведем «список крылатых фраз» В.И.Тюрина-Авинского из дневника 1986 г.

Словообразования	Контекст	Механизм
1. Программистика, ма-	Программирование,	
шинное оформачивание	кодирование и др.	7
2. Заплываю	Задерживаюсь	7
3. Не расплывайся!	Работай, не халтурь!	7
4. Принесу мысль	Бумаги из другой комнаты	1
5.ОэРЗешная история	Грипп с бюллетенем	7
6. Трепанусь	Выступлю с докла-	7
	ДОМ	

7. Вишу подвешенный	Есть нерешенные проблемы	4
8. Что запух?	Как дела?	7
9. Законвертуйте	Отошлите по почте	7
10. Звонковые дела	Телефон	7
11. Зубастые дела	Стоматология	7
12. Я в притыке Я забит	Очень занят	4
13. Телеграфнуть Сунуть по почте	Сообщить	7
14. Переложение для	О взаимопонимании	
фортепиано с вашего	программистов	
языка геологической балалайки	и геологов	4, 5, 7
15. Сибирская нота	Дела с предприяти-	
	ями Сибири	4, 5
16. Охмурим	Заинтересуем	4
17. Приторчу	Задержусь	7
18. Проходные рекомен- дации	Помощь	1, 7
19. Пристегнуть	Привлечь к работе	4
20. Сдать ребенка на руки	Передать компью-	
	терную программу	1, 7
21. Заглубиться	Подробно изучить	4
22. Загоним факт	Введем данные в ЭВМ	4, 7
23. Организуйте подъезд-	Приезжайте в ко-	
ку	мандировку	7
24. Лекция с демон- страшками	С иллюстрациями	7
25. Притащиться	Придти	7
26. Вам необходимо по-	Сотруднице о спо-	
ехать в МИНХ, пофлир-	собах знакомства	
товать там с тем, дру-	с интересными	
гим, и от этого легкого	людьми	
флирта родится дитя – диссертация		4, 5, 7

27. Мы втыкаемся	У нас проблемы	1
28. Цифиристика	Обилие цифр в до-	7
	кладе	
29. Подписать ногами	Сходить к началь-	
	ству и получить подпись	4, 5
30. Крупный монстр	Большое задание на ЭВМ	4
31. Отжать ее,	Максимально ис-	
содрать с него	пользовать сотруд- ника	4
32. Проутюжить,	Изучить проблему	
пропахать		4
33. Зараза	Необидное прозви-	
	ще всех – по контек-	4
	сту	

Таким образом, термин «механизмы комического» обобщает понятия «принципа» и «приема» остроумия, используемых в эстетической литературе. Перечень механизмов проявления комического может быть следующим: несуразица, нелепость, неловкость; неоднократное повторение; преувеличение (преуменьшение); противопоставление, противоположность, противоречие, контраст; многозначное истолкование; доведение до абсурда; искусство словообразования. Знание механизмов может служить основой для разработки методик, направленных на развитие социальноперцептивных умений восприятия комического, таких, как остроумие (умение шутить), чувство юмора (умение замечать и использовать смешное, т.е. смеяться), умение управлять своим эмоциональным состоянием в процессе общения, эмпатия (умение сострадать и сочувствовать осмеянному) и т.д.

## 1.4. Место юмора в кросскультурных взаимодействиях

По данным Т.М.Буякаса и О.Г.Зевиной (Буякас, Зевина, 1988), кросскультурные исследования в зарубежной психологии систематически ведутся с конца 50-х гг. XX столетия. В них вовлечены ученые более 50 стран. В 1980–81 гг. вышел первый учебник «Руководство по кросскультурной психологии» в шести томах. В рамках кросскультурной проблемы существуют две тенденции:

- 1. Выявление *общих* закономерностей психического развития.
- 2. Изучение *различий* проявления психологических феноменов (процессов, явлений, состояний...) у представителей разных культур. Единицей исследования должен быть тот или иной психический процесс развития, рассматриваемый в заданном культурном контексте.

Смысл кросскультурных исследований сводится к тому, чтобы выявить у тех культур, где практика по развитию у человека определенных функций более структурирована или освоена. А.Стеценко и др. (Стеценко, 1977) провели исследования представлений московских школьников о школьной деятельности в сравнении с детьми Германии, выявив существенные различия. Ю.Л.Ханин (Ханин, 1989) обращает внимание на использование зарубежных диагностических методик, подчеркивает их сложность и необходимость адаптации к условиям России. В.Романова (Романова, 1977) описывает ряд фактов как подтверждающих, так и опровергающих гипотезы, выдвинутые в рамках кросскультурных исследований детей младшего возраста во многих странах мира. Так исследования, проводившиеся на примере американских, английских, польских и румынских детей, показали, что навык ведения разговора проявляется уже в возрасте двух лет, что, по мнению автора, ставит под сомнение предположения Ж.Пиаже об эгоцентричности малышей. Исследования социального поведения показывают, что главные компоненты социального взаимодействия проявляются одинаковым образом, но есть и различия. Улыбки, например, относительно

редки в первый и даже второй месяцы жизни, но начиная с четырех месяцев они занимают от 5% времени бодрствования (у навахских младенцев) до 20% (у кенийских), при этом сельские сенегалы, югославы, городские замбийцы и городские американцы занимают промежуточное положение (Романова, 1977, с. 124). Таким образом, самые «веселые» дети – кенийцы!

Кросскультурное исследование должно иметь целью выявление миропонимания, характерного для каждой конкретной культуры, которое формируется у личности в процессе ее взаимодействия с людьми и предметами в окружающей среде. Таким образом, люди во взаимодействии являются окружающей средой друг для друга. В этом плане интересен вопрос о том, как мы, россияне, выглядим в глазах иностранцев. Что они думают о нас, что им кажется необычным, что мешает или помогает понимать и принимать нас? Необычен подход, связанный с изучением описаний впечатлений иностранцев, побывавших в России в разное историческое время. При сравнительном анализе ментальностей разных народов Г.В.Акопов оперирует интересной многозначной переменной - «историкопсихологическое время» (Акопов, 2000). Это позволяет получить информацию о «ментальных единицах», свойственных как наблюдаемому индивиду, так и той общности, представителем которой он является, в контексте исторической ситуации.

Особое значение приобретает создание в России программ по организации делового и личного взаимодействия российских и иностранных граждан. В США и Германии такие программы давно создаются для студентов, военнослужащих, чиновников, туристов и т.д. Межкультурная адаптация — это сложный процесс, благодаря которому индивид достигает соответствия («совместимости») с новой культурой. Термин «культурный шок» был введен К.Обергом (Введение в практическую психологию, 1996, с. 169), который исходил из того, что вхождение в новую культуру сопровождается неприятными чувствами (потеря друзей и статуса, отверженность, дискомфорт, путаница в ценностных ориентациях и собственной личностной идентичности). Л.Колс выделяет такие типы обучающих программ по подготовке индивидов

к межгрупповому взаимодействию, как просвещение, ориентирование, инструктаж и тренинг (Введение..., с. 174). По мнению Т.Г.Стефаненко (Стефаненко, 1996), межкультурный тренинг ставит перед собой две основные задачи:

- 1. Познакомить с межкультурными различиями в межличностных отношениях. Это требует проигрывания ситуаций, в которых что-либо протекает по-разному в нескольких культурах.
- 2. Сделать возможным перенос полученных знаний на новые ситуации. Могут быть разработаны как общекультурные программы тренинга (осознание самого себя как представителя собственной национальной культуры), так и культурно-специфические, включающие реальные межкультурные контакты.

Во многих странах мира для подготовки к межкультурному взаимодействию разрабатываются так называемые «культурные ассимиляторы». Цель метода — научить человека видеть ситуации с точки зрения членов чужой группы и понимать их видение мира. В основу подобных программ могут войти результаты практических экспериментов, описанные в литературе. А.П.Оконешникова, например, выявила особенности интеграции мимики человека якутами (Оконешникова, 1978). Исследование Н.И.Смирновой (Смирнова, 1977) по выявлению наиболее значимых и несходных средств русской и английской невербальной коммуникации могут лечь в основу разработки упражнений по обыгрыванию ситуаций, которые станут составной частью кросскультурного тренинга. В.В.Кочетков (Кочетков, 1997) описывает несколько апробированных им методик по изучению невербальной коммуникации русских и немцев.

Автору этого учебного пособия удалось провести небольшое *кросскультурное исследование* на основе анализа уникального документа-дневника одного из членов семьи, выехавшей из России (Самары) в США на постоянное место жительства (1994 г.). Это не вынужденные переселенцы, а люди, тщательно готовившиеся к этому переезду, сознательно изучавшие новый для них образ жизни, высококультурные, образованные, предвидевшие, что состояние «куль-

турного шока» при соприкосновении с другой культурой – неизбежное явление. Дневник писался «по горячим следам», по внутренней потребности и в то же время по социальному запросу, для нас, оставшихся в Самаре.

Что привлекло внимание в первую очередь? В чем возникали проблемы, неудобства, что было непривычно? Какие чувства преобладали? Каков срок первых острых ощущений? Это и изначально сформулированные вопросы, и в то же время основное содержание или те аспекты, которые освещены в дневнике. Впоследствии дневник был начитан на аудиокассету и прислан в Самару в виде звукового письма. Слушается и читается это письмо очень легко, интересно не только для людей, знающих семью, но и для незнакомых. Оно было бы полезно любому человеку, готовящемуся к первой встрече с Америкой или изучающему эту проблему. Ситуации, описанные в дневнике, могли бы стать предметом изучения или обучения, если их обыграть в виде тренинговых упражнений.

Оказалось, что теоретические знания об особенностях нового уклада жизни не снимают совсем, а лишь смягчают «конфликтные» ситуации. «Открытия» делаются каждым человеком как бы заново, лично для себя. Наибольшее количество удививших деталей отмечено в первые несколько дней, особо сильно переживаемые чувства (интерес, страх, беспокойство, неуверенность в себе и в будущем) – в первые две недели. Более или менее ровное, стабильное состояние наступило примерно через месяц.

Через текст письма можно «заглянуть» в проблему как бы с другой стороны – со стороны США, узнать, как страна, принимающая людей из другого мира, старается помочь сво-им новым гражданам. Подробно описаны многие эпизоды этой помощи (квартира, бесплатная мебель, одежда, талоны на питание, курсы по изучению языка и способов найти работу и т.д.). Описан состав группы по изучению языка: 15 человек из 8 (!) стран мира. Наверное, такой подбор людей не случаен. Первый успех в общении был осознан именно в группе, и лишь потом – на улицах Нью-Йорка. В дневнике сообщены теоретические сведения, полученные на курсах,

о том, что такое «культурный шок». Описаны четыре его стадии: 1. Волнующая, когда все нравится. 2. Подавленная, когда все не нравится. 3. Реалистичная. 4. Комфортабельная. Автором письма сделана попытка оценить себя в этих стадиях («первой не было, она - для туристов, сейчас между второй и третьей, дожить бы до четвёртой!»).

Итак, какие ключевые моменты в содержании дневника раскрывают основные особенности индивидуально переживаемого «культурного шока»?

- 1. Язык. Несмотря на то, что автор письма владела английским по российским меркам практически свободно, имела международный сертификат и достаточный практический опыт разговорной речи (посещала специальные тренинги для отъезжающих), проблемы с языком возникли практически сразу: мешал местный «бруклинский» диалект («в Манхеттене было легче»). Трудности возникали в понимании чужой речи, особенно при разговорах по телефону.

  2. Правила поиска работы. Сквозная тема – главная.
- Сбор информации, учеба, обсуждение вариантов, курсы.
- 3. Сервисное обслуживание: аэропорт, самолет, гостиница («многие детали в гостинице остались непонятыми», «ожидание бесплатной гостиницы в виде нашего Дома колхозника», «50 долларов на человека за причинённые неудобства»).
- 4. Деньги. Цены. («После наших тысяч казались смешными», «трудно привести все в соответствие – что дорого, дешево»).
  - 5. Меры веса, объема, температуры. Непонятны.
- 6. Магазины. Где, какие, для кого, когда и почему («продукты в маленьких лавчонках дешевле», «клубника в 6 часов утра невкусная», «в большом маркете можно торговаться»).
- 7. Телефон. Трудности общения по телефону, правила пользования («вторая линия – занято не бывает», «динамик и микрофон – для групповой беседы», «10 центов за каждый разговор любой длительности»).
- 8. Транспорт. Особенности метро, подробно описана первая поездка на автобусе («вход только в переднюю дверь, талон на пересадку, остановки у ближайшего столбика, уступать место не принято»).

- 9. *Бытовые услуги* («очень волновались, как заплатить за газ и свет, заказать ключи», «спасибо говорят тебе, а не ты»).
- 10. *Религиозные обычаи* («в субботу не принято ходить в магазины, звонить по телефону», «не стали мыть окна, чтобы не травмировать религиозные чувства окружающих»).
- 11. *Национальная принадлежность* («здесь мы русские, евреи это совсем другое»).
- 12. *Квартира*. Особенности планировки («встроенные шкафы с ездящими по рельсам дверями», «прозрачные в одну сторону двери, складывающиеся гармошкой»).
- 13. Бытовые приборы («газовая плита включается без спичек и зажигалок, две духовки»).
  - 14. Одежда («наших видно сразу золото, меха, кожа»).
- 15. *Внешний вид* («американки толстые и некрасивые», «отсутствие всяких комплексов ведут себя как хотят»).
- 16. *Продукты* («набросились на овощи, фрукты, перестали есть макароны и картошку», «одесский хлеб из русского магазина лучше», «разглядели состав продуктов на баночках, стали покупать без сахара, жира и холестерола»). Вообще еда одна из сильно впечатляющих тем.
- 17. *Мусор*. Как и куда выбрасывать («только в пакеты, мусорное ведро без ручки»).
- 18. *План города* («улицы по алфавиту и номерам», «районы города со своим статусом», «нет ни одного похожего дома все разные»).
- 19. Правила дорожного движения, устройство автомобиля («две педали газ и тормоз», «машину можно купить за 50 долларов», «ездят все», «наши права даже международного образца, недействительны», «надо только знать куда едешь, все остальное по дороге»).
- 20. Музеи, достопримечательности. Много впечатлений от экскурсий. По этому поводу есть еще одна, кассета, присланная позже.
- 21. *Климат* («надо покупать кондиционер», «летом как в бане»).
- 22. *Переживаемые чувства* («надо ломать себя», «Америка неуверенных не любит», «ощущение одиночества, хотя все вместе», «напряжение, чувство усталости, страха, мы —

как слепые котята», «неприятно ощущение себя объектом благотворительности», «надежда на то, что это состояние ненадолго, ведь все как-то устраиваются», ностальгия: «моя родина — Россия», «плакали, когда читали письмо и после разговора по телефону с близкими людьми», «не читаю вашу открытку — нельзя расслабляться»).

- 23. Социальные гарантии. Знание законов страны, работа общины, правила получения льгот, пенсий, медицинских страховок, пособий, оформления документов.
- 24. *Мелкие неожиданности* («двухлетний малыш в штыки принял американские памперсы, оставаясь преданным российскому горшку», «никто не знает, что такое пяльцы»).

Остается заметить, что приведенный здесь анализ дневника из США не претендует на общетеоретическое обобщение, хотя, несомненно, близок к объективности и отражает основные межкультурные проблемы. Было бы интересно провести сравнение с другими аналогичными документами, однако все упирается в трудность получения таких сведений. Рассмотрение проблемы культурного шока приводит

к закономерному вопросу, как связано это явление с особенностями проявления и использования юмора. Самым существенным моментом в данном случае является понятие социальное восприятие. Многие ситуации, описанные в представленных документах, складывались по «комическим» правилам: доведение до абсурда, преувеличение, контраст, противоречие... Проявляются и чисто «анекдотические» признаки: новизна, летучесть, парадоксальность, социально-политический аспект... Но... почему-то не слышно смеха! Эмоциональное состояние окрашено тревогой, тоской, чувством неопределенности... По-видимому, это говорит о том, что для возникновения комизма как социального явления одной «объективной» составляющей явно недостаточно. Необходима «субъективная» сторона – человек, готовый распознавать комическое, т.е. быть в определенном эмоциональном состоянии, руководствоваться соответствующими нормами, правилами, установками и иметь мотивационную направленность. Иначе говоря, субъект должен хотеть рассмеяться и иметь возможность это сделать. Конечно, это зависит от типа личности воспринимающего. Другой человек, возможно, реагировал бы по-другому, может быть, более весело.

В качестве рекомендаций по преодолению культурного шока можно предложить главный принцип комического — «доведение до абсурда». Прилагать волевые усилия не к уменьшению диссонанса, а к его увеличению, сознательно усиливая контраст, преувеличивая несоответствие, заостряя противоречия. Научиться видеть смешное, разрешить себе рассмеяться, не забывая еще один комический прием — многократное повторение, в данном случае полезный вдвойне, как способ ощутить состояние смеха и освоить новые навыки и умения. Юмор в данном случае помогает быстрее адаптироваться к новой среде обитания и приобрести душевное равновесие.

Спустя время, с позиции человека, живущего в России (в г. Самаре) в 2007 (и тем более, в 2014-м!) году, можно добавить, что многое, что удивляло в дневнике человека, увидевшего Америку глазами российского обывателя 1994 г., изменилось. И многое уже не удивляет и не кажется смешным. «Америка» теперь — в каждом российском городе: и в магазинах, и в гостиницах, и в быту... Автор того дневника не однажды приезжала в Самару навестить друзей и родственников. Мнение однозначное — «Россию не узнать»! Но она не стала еще более своеобразной и абсурдной. Она перестала быть смешной в сравнении с другими цивилизованными странами и достойно обменивается лучшими достижениями и особенностями своей ментальности (в том числе и комической) со всеми, кому она по-прежнему интересна.

## 1.5. Психологические аспекты творчества художников-карикатуристов разных стран

Подготовка индивида к встрече с другой культурой может включать в себя использование механизмов юмора. Через него идёт освоение общекультурных, общечеловеческих аспектов взаимодействия людей, повышается общая сензитивность восприятия, улучшается понимание людьми друг друга. Поскольку главным элементом межкультурных проблем является языковый барьер, проблема его преодоления выступает на первый

план. Рисованный юмор может сослужить полезную службу, т.к. не содержит элементов языка. В процессе работы «психологический юмор» отбирался на основе анализа творчества художников-карикатуристов из разных стран.

Изображая того или иного человека, карикатурист подчеркивает наиболее характерные его черты, доводит их до предельной броскости, отметая второстепенные, несущественные детали, социально «нагружая» и «отягощая» самое типичное в нем и тем самым достигая максимального выявления главного. Только холодная, ремесленническая кисть выписывает «натуральное», бесстрастное правдоподобие. Настоящий художник добивается предельного обнажения характера своей модели, отражения духовного мира изображаемых людей.

Интересны размышления художника-карикатуриста Л.С.Самойлова (Самойлов, 1983). Он замечает, что часто знакомые смотрят на фотографию и говорят: «Не похож». Но когда острый глаз карикатуриста выхватывает только самое главное в облике, доводит до предельного утрирования, те же знакомые, хорошо знающие человека, смеясь, от души, восклицают: «До чего похож! Точно, как в жизни». Только при поверхностном взгляде на жанр карикатуры можно говорить, что карикатура – вещь несерьезная. Для профессионала эта работа, как и всякая другая, требует к себе серьезного отношения.

Очень серьезно к юмору относится Е.В.Петросян (Петросян, 1995). Евгений Ваганович на эстраде с 1962 г. Собирает и изучает комическое на сцене и в жизни. Утверждает, что «анекдот» — слово греческого происхождения, означает «неизданный». По его мнению, юмор — это прорыв в суть, юмористический взгляд — это взгляд реалиста. Смех обновляет мир. Смех — это, в конечном счете, добро, каким бы он ни был.

Уделим особое внимание тем художникам, чьи произведения отобраны для дальнейшей работы.

Веселое, умное искусство Херлуфа Бидструпа (Дания) популярно во всем мире (Бидструп, 1969). Внимательно и проникновенно, с вдумчивостью исследователя вглядывается Х.Бидструп в поведение, поступки и взаимоотношения людей, безошибочно улавливая в их комических черточках

существо человеческих характеров. «Хорошая карикатура более правдива, чем зеркало». Эти слова о Бидструпе Ханса Шерфига (Бидструп, с. 4) как нельзя лучше отражают суть творчества художника. Эти шутливые сценки составляют богатейшую галерею самых различных, схваченных с натуры образов и складываются в широкую панораму социальных отношений общества.

Француз Жан Эффель (Эффель, 1964) привлек внимание серией книг, посвященных одной теме: с веселой изобретательностью художник нарисовал картину сотворения Богом мира и первого человека на Земле — Адама. Интересен тот факт, что рисунок лучше, чем слова, объясняет труднообъяснимое, непонятное. Все рисунки на сюжеты из библии выполнены остроумно и доступно для всех, притом осторожно снимают ореол «святости» с книг священного писания.

Идея объяснить непонятное с помощью рисунка легла в основу серии книг «Русские фразеологизмы в картинках», изданных для людей, говорящих на разных иностранных языках. Русские пословицы и поговорки благодаря точным иллюстрациям В.И.Тильмана (Дубровин, Шенк, 1979) становятся доступными для понимания любого, кто не лишен чувства юмора.

По иному пути использования юмора пошел поляк 3.Ленгрен (Ленгрен, 1968). Его книга «Жизненные советы» — не просто развлечение. С ее помощью можно действительно научиться многим серьезным вещам, несмотря на то, что рассказано о них весело. Чего стоит только перечень тем («советы психолога!»): как стать писателем, как фотографироваться, как пленять мужчин, как стать интересным, как произносить речь, влияние моды на фигуру и наоборот и т.д. Эта книга — «атлас» поз, жестов, взглядов с точными психологическими комментариями.

Замечательное творческое содружество трех советских художников М.В.Куприянова, П.Н.Крылова и Н.А.Соколова, объединившихся в единый творческий коллектив под именем Кукрыниксы (Кукрыниксы, 1961, 1984), обрело всемирную известность. Талант их многогранен. Кукрыниксы для каждого шаржа отыскивают новый, необычный вплоть до штри-

ха, прием для изображения данного конкретного лица, прием, который не подошел бы для характеристики другого человека. «Кукрыниксы подняли карикатуру на уровень высокого искусства». Этими словами доктора искусствоведения В.С.Кеменова (цит. по: Кукрыниксы, 1984, с. 38) можно охарактеризовать творчество всех художников-сатириков мирового масштаба.

Насколько интернациональна карикатура? Таким ли уж серьезным препятствием является то, что художники принадлежат к разным культурно-национальным традициям? При более глубоком изучении их творчества в сопоставлении с элементами национальных обычаев и нравов можно заметить характерные отличительные позы, жесты, обычаи, традиции, принятые в той или иной культурной среде. А.Пиз (Пиз, 1992) отмечает разные зональные пространства у разных наций. Датчане чувствовали бы себя уверенно, находясь на расстоянии 25 см от американца, не подозревая о том, что они вторгаются в его интимную зону, составляющую 46 см. Датчане также чаще используют контактный взгляд, чем американцы, что может дать повод для ошибочной оценки их поведения. Существует также «американская» поза как вариант закидывания ноги на ногу с образованием угла. Н.И.Смирнова (Смирнова, 1977) описывает многочисленные различия в интерпретации жестов англичан и русских, В.А.Пронников и И.Д.Ладанов (Пронников, Ладанов, 1998) – жесты американцев, тайцев, японцев.

«Международные», общечеловеческие темы не вызывают сомнения и доступны для понимания людей, независимо от их национальной принадлежности.

Таким образом, важным аспектом изучаемой проблемы является юмор как международный язык общения; средствами юмора возможно достигнуть взаимопонимания людей разных национальностей, что подтверждает обзор творчества художников-карикатуристов из разных стран: Х.Бидструпа (Дания), Ленгрена (Польша), Ж.Эффеля (Франция), В.И.Тильма, Кукрыниксов (Россия). Всех этих художников объединяет глубина психологического содержания их произведений. Человеколюбие в сочетании с высоким профессионализмом поз-

воляет авторам «невербально», непринужденно и весело рассказать о человеке многое...

## 1.6. Смех и радость как эмоциональные процессы в теориях аффекта

Что же такое смех? Можно согласиться с А.Бергсоном, что «смех не относится к области чистой эстетики» (Бергсон, 1992, с.201). Что же это? Специфическая эмоция (А.Бергсон), чувство (Л.В.Карасев)? Аффект (Ю.Борев)? Экономия психической энергии (З.Фрейд)? Все эти предположения вызывают множество сомнений. В поисках ответа обратимся, например, к исследованиям А.Т.Злобина (Злобин, 1991). «Волновая» теория эмоций, в основе которой лежат шесть ведущих эмоций, интересна тем, что при анализе всех возможных сочетаний базовых эмоций (6х6=36!) нет ни одного, описанного термином «смех» (Табл. 1).

В форме какого чувства проходит восприятие комического? За точку отсчета примем утверждения Ю.Борева (Борев, 1970): улыбка — выражение комедийной эмоции; смех — аффект; чувства по форме протекания делятся на четыре категории: настроение, переживание, эмоция и аффект. Аффект — это генеральная форма комического чувства, интенсивное, бурное, но кратковременное чувство, или, вернее, сильный взрыв чувств, доминирующих в психике. А.Бергсон (Бергсон, 1992) тоже считал смех специфической эмоцией. В том, что смех является чувством, не сомневается и Л.В.Карасев, противопоставляя смех стыду или злу.

Таблица 1. Эмоции (Теория А.Т.Злобина)

Эмоции	1. Бесстра-	2. Pa-	3. Стыд	4. Гнев	5. Грусть	6. Страх
	шие	дость				
1. Бес-	Безогляд-	Торже-	Нелов-	Недо-	Печаль	Оторопь
страшие	ность	СТВО	кость	ВОЛЬ		
				СТВО		
2. Pa-	Беспово-	Ликова-	Конфуз	Негодова-	Кручина	Испуг
дость	ротность	ние		ние		
3. Стыд	Бестрепет-	Упоение	Срам	Бешен-	Уныние	Трепет
	ность			СТВО		
4. Гнев	Безбояз-	Потеха	Позор	Ярость	Скорбь	Боязнь
	ненность					
5.	Невозму-	Веселье	Смуще-	Возму-	Горе	Содрога-
Грусть	тимость		ние	щение		ние
6. Страх	Реши-	Отрада	Смяте-	Ожесто-	Огорче-	Ужас
	мость		ние	чение	ние	

«Среди чувств смех стоит особняком», - отмечает он (Карасев, 1996, с. 16). Он же утверждает: «Три сильных чувства выражаются сходным образом: радость, страдание и гнев - гримасой смеха» (Карасев, 1996, с. 45). Угадывая своеобразие смеха, исследователи подчеркивают его непосредственную близость с эмоциями. Можно сделать вывод: смех сопровождается целой гаммой чувств различной интенсивности и направленности; смех - это не специфическое чувство, а специфическая характеристика отдельных эмоциональных состояний. Само понятие эмоции в психологии не однозначно. За основу примем теорию дифференциальных эмоций К.Изарда (Изард, 1980). Согласно его концепции, строя целостное определение эмоции, должно принимать во внимание три аспекта или компонента, характеризующих это явление: а) переживаемое или осознаваемое ощущение эмоций; б) процессы, происходящие в нервной, эндокринной, дыхательной, пищеварительной и других системах организма; в) подающиеся наблюдению выразительные комплексы эмоций, в частности те, которые отражаются на лице. По мнению К.Изарда, существует 10 базовых эмоций: интерес, радость, удивление, горе, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд, вина. Мы видим, что и наиболее глубокое, фундаментальное современное исследование эмоций, сделанное К.Изардом, не включает смех в список «базовых» эмоций. Однако это не говорит о том, что смех — это не эмоция. Наиболее правильным кажется предположение о том, что смех — это одна из трех составляющих эмоции, а именно ее внешнее проявление.

Радость, несомненно, является основной эмоцией, имеющей непосредственное отношение к природе комического. Но это не простое обязательное сопровождение. По мнению К.Изарда, радость не то же самое, что веселье (Изард, 1980, с.211). Термин «веселье» больше подходит к характеристике комического, но и он не отражает всего того, что определяется этим социальным явлением. Постараемся ответить на конкретные вопросы о том, каково социальное предназначение комического, какие функции берет на себя юмор в регуляции человеческих взаимоотношений. Один из возможных кратких ответов может быть сформулирован так: вызывать эмоции. Но какие и зачем, только ли положительные во главе с радостью и только ли для развлеченья, зачем вообще человеку нужны эмоции? Точка зрения К.Изарда: эмоции образуют основную мотивационную систему человека. Это означает, что эмоции определяют поведение и способны его изменять. Что же может изменить юмор? Рассмотрим схему взаимодействия комического с эмоциями (Рис. 1). Главным звеном, естественно, является связка комическое – веселье – радость – смех. То есть основным предназначением комического является следующее: создавать веселье, доставлять радость, вызывать смех. Но юмор может быть оружием, средством нападения (насмешка), средством установления контакта и передачи информации (шутка, юмореска, фельетон), воспитателем, стремящимся донести до воспринимающего субъекта «вечные истины», нравственные нормы (пословицы, поговорки), своеобразным щитом, за которым можно скрыть свое отношение, мнение, состояние в тех случаях, когда это необходимо (анекдот, каламбур). Все эти вызванные юмором состояния могут сопровождаться разными вариантами смеха и, как следствие, направлять поведение личности.

Обзор научных разработок, сделанный К. Изардом, высвечивает большой спектр изучаемых проблем: улыбка и смех, комическое и эмоциональное, юмор здоровых и психически больных, различия в восприятии юмора у женщин и мужчин и т.д. Интересным является исследование Х.Левенталя и его сотрудников (Левенталь, 1970), которые создали модель информационных процессов при понимании юмора, включающую в себя восприятие, интерпретацию, интеграцию и завершающее суждение. Они полагают, что каждая стадия этого процесса обладает качественной спецификой. Х.Левенталь называет смех экспрессивным поведением, которое увеличивает силу субъективного переживания.



**Рис. 1.** Социально-психологические функции комического

Подобный исследовательский вопрос задает В.А. Лабунская: «Чем является смех для человека? Околоречевым сопро-

вождением?» (Лабунская, 1986).Так ли это? Разве человек смеется только голосом? Человек смеется и «телом», т.е. позой, жестами, и лицом, т.е. мимикой вообще и глазами в особенности! Более правильным кажется утверждение X.Левенталя о том, что смех — это элемент экспрессивного поведения, т.е. кинесики.

И все-таки смех в чистом виде, смех как эталон – это веселый смех, характерная особенность и вечный спутник главной эмоции человека – *радости*. Радость, по К.Изарду, а значит, и смех, имеет свои преимущества (Изард, 1980, с. 237):

- 1) увеличивает способность индивида познать и оценить мир;
- 2) развивает способность видеть красоту и добро в природе и в человеческой жизни;
- 3) заставляет человека почувствовать, что существуют разнообразные связи между ним и миром;
  - 4) обеспечивает энергетический подъем;
- 5) усиливает ощущение того, что человек больше, чем он есть в обычном состоянии.

Эмоциональный аспект комического соприкасается с таким понятием, как *чувство юмора*, занимающего в перечне социальных чувств человека одно из главных мест, наравне с чувством долга, справедливости и т.д. А.Маслоу включил *обладание чувством юмора* в перечень характерных особенностей самоактуализирующейся личности (Маслоу, 1997, с. 300).

Н.А.Лук (Лук, 1968), например, рассматривая *чувство комического*, различает понятия *«чувство юмора»* и *«остроумие»*. Один и тот же человек, по его мнению, может обладать чувством юмора и не быть остроумным, а бывает и наоборот, когда бойкий и удачливый острослов начисто лишен чувства юмора. Чувство юмора обычно проявляется в умении отыскать смешную черточку в ситуациях, где, казалось бы, нет ничего смешного. Отличительной чертой чувства юмора является способность посмеяться над собой.

Проблеме смеха уделил внимание Ч.Дарвин ( Дарвин, 2001). По его мнению, смех – это врожденная приспособи-

тельная реакция, свойственная не только человеку, но и высшим животным, например, обезьяне. Ч.Дарвин называет смех одним из средств социального общения. В.Франкл считает иначе: «Юмор заслуживает упоминания в числе главных человеческих способностей. Ни одно животное не способно смеяться» (Дарвин, 1953, с. 93).

Г.Г.Филиппова провела сравнительно-психологическое исследование комплекса оживления детей и детенышей обезьян (Филиппова, 1998).

На пятом месяце развития детеныш орангутанга начинает фиксировать глаза матери и реагировать на изменение ее взгляда. Улыбка появляется как сопровождение положительно-эмоциональных реакций во многих видах деятельности (индивидуальных и совместных), в основном в игре. Во взаимодействии с человеком улыбка возникает как имитационная мимическая реакция, однако в средство общения не переходит. При реакции на привлекательный объект вообще не возникает. Во взаимодействии с другими особями и с человеком улыбка возникает как экспрессивная реакция на тактильный контакт. Улыбка других особей расценивается как сигнал об их положительном эмоциональном состоянии, но не применяется для сознательной передачи своего эмоционального состояния. Функция имитационной улыбки – понять состояние и привести себя в такое же состояние, чтобы понять информацию.

СМЕХ возникает как экспрессивная реакция при интенсивных положительных эмоциях, чаще при совместной игре, тискании, щекотке, а также в играх по инициативе человека (подбрасывании, кружении). СМЕХ в естественной жизни антропоидов — редкое явление! У орангутангов его удается наблюдать только при эмоциональном взаимодействии с человеком. Улыбка и смех не становятся средствами коммуникации.

Таким образом, смех тесно соприкасается с эмоциями, но не может быть назван собственно эмоцией. Как элемент экспрессивного поведения, он сопровождает многие эмоциональные состояния и потому имеет много «оттенков» (смех иронический, веселый, наивный, грустный, детский, животный и т.д.) С точки зрения теории дифференциальных эмоций К.Изарда, смех можно рассматривать как одну из трех

составляющих эмоции (ее внешнее проявление). Из базовых эмоций смех ближе всего относится к радости и впитывает в себя все ее преимущества, отмеченные К.Изардом (хорошее настроение, вера в себя, оптимизм по отношению к миру и т.д.) Чувство юмора (способность замечать смешное и смеяться) отличается от остроумия (которое не называют «чувством остроумия»). Остроумие представляет собой *приемы*, которые использует человек с целью актуализации смеха. Чувство юмора является одной из важных черт, присущих самоактуализирующейся личности (А.Маслоу). Смеются, повидимому, не только люди, но и обезьяны (Г.Г.Филиппова).

### 1.7. Смех и юмор как личностные свойства

Рассмотрим проблему смеха несколько с других позиций. Как связано, например, такое основополагающее понятие в психологии, как гештальт, с феноменом смеха? Обратимся к авторитетам. Размышления Ф.Крюгера о сущности эмоционального переживания приводят его к интересным выводам: «Что человеку представляется смешным ... что радует, то и определяет его "сущность", его характер и индивидуальность» (Психология эмоций, 1993, с. 113). «Эмоциональное», по его мнению, дает знание о строении душевного внутреннего мира в целом. Перенося понятие гештальта на определение целостности внутреннего опыта, Ю.Крюгер предупреждает, что «гештальт не волшебная лампа для обозначения всех темных мест в психологии» (Психология ..., 1993, с.116). Вместе с тем кажется уместным предположение, что одним из «комплекс-качеств» Ю.Крюгера вполне может быть смех. Тем самым подтверждается тот факт, что «любая умственная деятельность» - узнавание, припоминание, знание, умозаключение (Психология..., 1993, с. 115), а значит, и смех как проявление процесса восприятия комического протекает в формах целостных комплексов. Разнообразные окраски и формы протекания целостности опыта – это и есть в данном случае разные «виды смеха». Из целого (комплекскачества «смех») можно выделить частичные комплексы, соответствующие проявлениям разных эмоций; они, в свою очередь, обладают как целостности своими специфическими качествами, т.е. «комплекс-качествами»: радостный смех, иронический смех и т.д. Таким образом, выходя на высокий уровень обобщения, можно считать правомерным тождество «смех = гештальт». И в данном контексте «волшебная лампа» гештальта освещает многие «темные углы» психологии смеха.

гештальта освещает многие «темные углы» психологии смеха. *Личностным свойством* может выступать как юмор (своеобразие чувства юмора и остроумия), так и собственно смех (свойственный человеку набор «видов смеха», характерных звуков и жестов). Личность — неоднозначно понимаемый психологический феномен. Различия в трактовке личности касаются больше всего представления о структуре личности. В фундаментальном труде А.Г.Асмолова (Асмолов, 1990), например, предложено несколько объяснений тех по-разному различными авторами, это не касается вопроса о ее социальной детерминации. В этом вопросе согласны все, кто исследовал проблему личности в отечественной психологии. По мнению А.Н.Леонтьева (Леонтьев, 1994), личность необходимо рассматривать в неразрывной связи с деятельностью. Личность в таком контексте выступает как условие деятельности и как ее продукт. Основанием для выявления структуры личности должна быть иерархия деятельностей. Меньше всего согласия существует по вопросу о том, включаются или нет в личность индивидуальные психологические (Платонов, 1986) понимает особенности. К.К.Платонов особенности. К.К.Платонов (Платонов, 1986) понимает структуру личности иначе. Он выделяет в структуре личности четыре подструктуры: 1) биологически обусловленная подструктура (темперамент, пол, возраст...); 2) психологическая подструктура (индивидуальные свойства памяти, эмоций, ощущений, мышления...); 3) подструктура социального опыта (знания, умения, навыки...); подструктура направленности личности (влечения, желания, склонности, идеалы...). Опираясь на определение личности К.К.Платонова, можно отнести смех к психологической подструктуре личности в качестве индивидуального свойства, характеризующего особенность проявления смеха у конкретного человека (индивидуальный набор околоречевых проявлений, звуков, жестов, поз...).

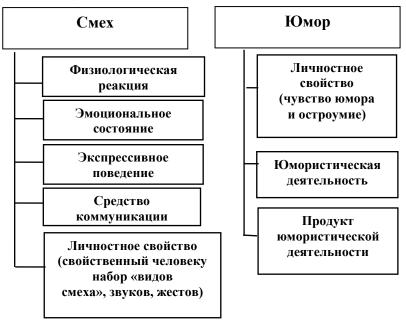


Рис. 2. Смех и юмор как психологические категории

Мысль о том, что смех — это зеркало личности, пришла в голову, когда стали подбирать к дружеским шаржам фотографий тех людей, с которых они нарисованы. Добрую улыбку вызывают характерологические особенности, преподнесенные нам умелой рукой художника. Вместе с тем, прислушиваясь (и приглядываясь) к оттенку смеха, вызванного шаржем, можно распознать отголоски тех эмоций, которые испытывает смотрящий на шарж человек. Это — своего рода «отражение» в нем той личности, которая «смотрит» на человека с рисунка. Но и смех смеющегося — тоже «зеркало» его души... По тому, как, когда, над чем смеется каждый из нас, можно кое-что узнать и о «внутреннем устройстве». При умелом использовании это может высветить все сверкающие грани любой личности.

На всех уровнях обобщения (комическое, юмор, смех) так или иначе присутствует категория смеха, отражая разные аспекты одного явления (Рис. 2).

Прежде всего обращает на себя внимание то, как человек смеется, что это значит для него. Оттенок смеха в данном случае представляет собой оттенок эмоции, переживаемой человеком. Мысль о том, что смех является внешним проявлением эмоционального состояния, приводит к рассмотрению смеха как элемента экспрессивного поведения, т.е. кинесики. Смех является целостной частицей психики, психическим процессом, управляя которым можно влиять на состояние человека и его поведение. Зачем человеку смех? Чтобы как-то выразить себя и преподнести себя людям. Прислушиваясь (и приглядываясь) к тому, кто, как, когда и над чем смеется, можно кое-что узнать о «внутреннем устройстве» смеющегося. Смех (набор характерных звуков, жестов, «видов смеха») в данном контексте становится своеобразным *пичностным свойством*, а проблема собственно смеха перерастает в проблему *юмора*. Юмор тоже может быть рассмотрен как свойство личности, но в другом аспекте: личностное свойство как своеобразие чувства юмора и остроумия. Смех среди людей – это *средство коммуникации*, с помощью которого можно преодолеть коммуникативный барьер или создать его. Улыбка – это обратная связь, которая управляет поведением общающихся. Самый характерный признак комического – это смех как общественная реакция, как «внешнее проявление» эмоционального состояния общества. Рассматривая смех как психологический феномен, можно подчеркнуть, что он может проявлять себя в трех видах: как процесс, состояние или свойство – в зависимости от контекста рассмотрения целостного явления.

Юмор можно рассматривать как деятельность (например, шаржирование) и ее продукт (шарж). А.Н.Леонтьев отмечал, что конкретные виды деятельности можно различать между собой по какому угодно признаку: по форме, способу осуществления, физиологическим механизмам... Направленность деятельности придает ее предмет. Юмористическую деятельность можно систематизировать по разным критери-

ям: по технологическим приемам (шаржирование, окарикатуривание...), по видам искусства (литература, живопись...), по модальности восприятия (разговорный жанр, пантомима...), по видам коммуникации (юмористические телепередачи, газеты...), по предназначению (смехотерапия, карнавал...) и т.д. Можно сказать, что конечным продуктом любой юмористической деятельности является смех, то, ради чего она была осуществлена.

Таким образом, смех и юмор в психологическом контексте представляют собой более широкие понятия, чем только эстетические категории. Смех не только физиологическая реакция на комическое (характерные звуки), но и эмоциональное состояние (разные виды или «оттенки» смеха), и экспрессивное поведение (набор характерных поз, жестов, своеобразная мимика), и средство коммуникации (улыбка). Если рассматривать структуру личности по К.К.Платонову, то своеобразие проявления всего этого у каждого конкретного человека позволяет определить смех еще и в качестве личностного свойства.

Юмор как психологическое явление тоже больше, чем «вид комического». Своеобразие юмора каждого человека связано с наличием индивидуального чувства юмора, использованием особой техники остроумия, что оправдывает определение юмора в качестве свойства личности, которое проявляется при взаимодействии людей. Но юмор — это еще и разнообразная юмористическая деятельность с целью — вызвать смех, предметом которой выступают произведения юмористического искусства.

# 1.8. Социально-психологическая интерпретация и соотношение понятий «комическое», «юмор» и «смех»

Существует большой перечень категорий, так или иначе связанных с комическим. Систематизация их представляется весьма не простой задачей. Дополняя обзор научной литературы, так или иначе затрагивающей проблемы комического, обратимся к разным словарям, выделяя в них определения

понятий, дополняющие друг друга. Многое дублируется, но интерес представляют подробности, несмотря на свою противоречивость.

Словарь русского языка (под ред. А.П.Евгеньевой). *Юмор* — добродушно-насмешливое отношение к кому-либо, чему-либо, умение представить события, недостатки и слабости в комическом виде.

*Юмор* — изображение в художественном произведении каких-либо явлений действительности в комическом, смешном виде, когда внешне комическая трактовка сочетается с внутренней серьезностью и сочувственным отношением к предмету смеха.

Смех — характерные прерывистые горловые звуки, вызываемые короткими выдыхательными движениями при проявлении веселья, радости, удовольствия. Смешно — нелепо, странно. Смеяться — 1. Издавать смех. 2. Насмехаться, издеваться. 3. Говорить несерьезно, шутить.

С.И.Ожегов. Словарь русского языка. Комический —

С.И.Ожегов. Словарь русского языка. Комический – смешной, забавный. Трагический – ужасный, полный страдания. Смех – короткие характерные горловые звуки, выражающие веселье, ...насмешку, злорадство и другие чувства. Смехотворный – совершенно неосновательный, способный возбудить только смех, смешной. Смешить – возбуждать в ком-либо смех. Смешливый – склонный к смеху. Смешной – 1. Вызывающий смех. 2. Достойный насмешки. 3. Нелепый, ни с чем не сообразный. Шутить – 1. Весело и забавно говорить. 2. Смеяться над кем-либо. 3. Обманывать ради шутки. 4. Относиться несерьезно, пренебрегать. 5. Выразить несогласие. 6. Легко, без труда.

*Юмор* — 1. Понимание комического. Умение видеть и показывать смешное, снисходительно-насмешливое отношение к кому-либо. 2. В искусстве: изображение чего-нибудь в смешном, комическом виде.

Советский энциклопедический словарь под редакцией А.М.Прохорова. *Смех* – определения нет. *Юмор* – особый вид комического, сочетающий насмешку и сочувствие. В отличие от «разрушительного смеха» *сатиры* и «смеха превосходства» *иронии*, в *юморе* под маской смешного таится серьезное отно-

шение к предмету смеха. *Комическое* – категория эстетики, означающая смешное. *Виды комического*: ирония, юмор, сатира. *Комическое* отражает противоречия реальности.

Большая советская энциклопедия. Смех — определения нет. Юмор — англ. humor — нрав, настроение, лат. humor — жидкость: согласно античному учению о соотношении четырех типов темперамента. Особый вид комического. Отношение сознания к объекту, к отдельным явлениям и к миру в целом, сочетающее внешне комическую трактовку с внутренней серьезностью. Исторически юмор выступает как личностный преемник безличного древнейшего типа комического — обрядно-игрового смеха. Сфера юмора — личностное начало в субъекте смеха, предмете смеха, критериях оценки. Общепризнанная «родина» смеха — Англия. Юмор привлек внимание эстетиков поздно, с XVIII в.

Комическое — смешное. Трудность объяснить его обусловлена универсальностью (есть везде и во всем) и необычной динамичностью (переходом форм друг в друга). Его можно противопоставить трагическому, возвышенному, совершенному, серьезному, трогательному. «Ни в чем так не обнаруживается характер людей, как в том, что они находят смешным» (И.В.Гете) (Большая советская энциклопедия, 1978, с. 517).

Словарь синонимов. Комический – смешной. Смешить – рассмешить. Смешно – забавно, потешно, уморительно, смехотворно, комично, анекдотично. Смешной – заключающий в себе что-либо, заставляющее смеяться, вызывающее смех. Смехом – шутя. Смехотворный – курьезный. Смеяться – хохотать, заливаться, закатываться, насмехаться, смеяться, издеваться, глумиться, потешаться. Иронический – саркастический, сардонический (злобно-язвительная насмешка). Юмор – нет определения.

Словарь антонимов Л.А.Введенской. *Комический* (смешной, забавный) — трагический (неприятный, приносящий страдание). *Смех* (характерные звуки как проявление радости) — слезы (плач). *Смеяться* (издавать смех) — плакать (проливать слезы). *Юмор* — нет определения.

Философский энциклопедический словарь. Смех — нет определения. Юмор — особый вид комического, переживание противоречивости явлений, соединяющее серьезное и смешное и характеризующееся преобладанием позитивного момента в смешном. Юмор — форма переживания, относящаяся к сфере сознания, выступает как свойство его характера. Другие формы комического: ирония, остроумие — интеллектуальны по своей природе. Юмор раскрывает серьезность того, что кажется смешным. Юмор — субъективная форма комического. Юмор — это рефлексия субъекта. Смех в юморе не носит уничтожающего характера. Комическое — смешное. Универсально. Все на свете можно рассматривать серьезно и комически. Сущность комического — в безобразном (Платон), в несоответствии, в неожиданности. Природа комического — в карнавальных играх. Это смех радостный. Виды комического: ирония (отрицательное отношение) и юмор (положительное отношение). По значению — это высокие виды комического (смех над наиболее высоким в человеке) и его шутливые виды (каламбур). По характеру эмоций различают смех презрительный, любовный, трогательный. Единственный объект комического — человек или человекоподобное в зверях, птицах (Аристотель). Комедия — игровой вид драматического искусства.

Философский словарь логики, психологии, этики, эстетики и истории философии. *Юмор* — свойство души. *Юмор* — не вид комического. Смешанное состояние. Противоположен иронии. Три вида юмора: наивный, мрачный, веселый. *Комическое* психологически выражается в веселом настроении, родственном чувству неожиданности, а физиологически — смехом. В характере смеха обнаруживаются качества души человека. В архитектуре комического нет. *Смех* — физиологическое явление, выражающееся в произвольных и непроизвольных движениях, вызванное физиологическими причинами (щекотанием) или же психологическими (чувством комического).

Соотношение категорий комического представим в виде схемы (Рис. 3).

Все на свете может быть либо серьезным, либо смешным. Комическое связано с социально-значимым смехом, в отличие от смеха физиологического (смеха от щекотки...). Комическое может быть классифицировано по «мере смеха»: положительный полюс (юмор) связан с положительными эмоциями (веселый смех), а отрицательный полюс (сатира) – с отрицательными эмоциями («несмеющийся» смех, граничащий со слезами и противоположностью комического - трагическим). Юмор может быть условно разделен на две психологические составляющие: 1) юмор как личностное свойство (чувство юмора и связанные с ним виды смеха и экспрессии и остроумие и связанные с ним приемы остроумия); 2) юмор как многообразие видов деятельности, в основе которых лежит юмористический продукт, определяющий их направленность. Классифицировать юмористическую деятельность разному, выделяя жанры искусства, технологические приемы, виды коммуникации, модальности восприятия. Результаты деятельности юмористов для того предназначены, чтобы вызывать смех – главный признак комического.

Рассмотрим комическое с позиции объективного и субъективного. Что же взять за основу, какую теорию «восприятия комического»? А.Бергсон чересчур «объективен», З.Фрейд «субъективен». Как и многое в психологии, наиболее верным кажется что-то среднее, т.е. учитывающее преимущества крайних точек зрения. Психологическая природа «комизма» существует в обществе независимо от человека. То есть про-исходят события, которые объективно могут быть восприняты (расшифрованы) как комические (смешные). Но... должен быть человек (индивид), который готов распознать эту ситуацию как смешную. С позиции социальной психологии перечень условий может быть расширен. Что значит «готов»?

Человек не создает комизм, он его распознает (умеет)!

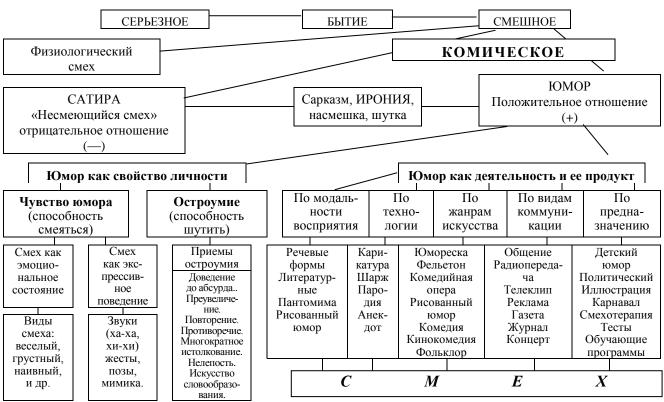


Рис. 3. Структура комического

Может обладать развитым чувством юмора, и находиться в соответствующем эмоциональном состоянии. Для того, чтобы человек рассмеялся, необходимо еще наличие ситуации, в которой можно это сделать (увидев что-то смешное в окне и будучи в хорошем настроении, но находясь на важном симпозиуме, человек вряд ли позволит себе громкий смех). Как убедиться в объективности комического? Существуют противоречия, но не все из них комичны. Комические противоречия должны быть подтверждены смехом многих людей, чтобы можно было утверждать объективность комического. Следовательно, объективность комического заключена в его субъективности. Комическое может возникать в процессе взаимодействия объекта и субъекта (серьезная газета, взятая серьезным человеком, но «...вверх ногами») или в процессе субъект-субъектных отношений (два серьезных человека при серьезном разговоре не поняли друг друга и сказали что-то невпопад...). Ситуации могут быть и «полукомическими»: объективно комическое существует (комедийный фильм), но человек, видящий его, не смеется. Или иначе: человек смеется под воздействием наркотических веществ. В этом случае есть субъективная сторона комического, но нет его объективной стороны. Все вышеизложенное означает, что составляющих у комического (юмора, смеха) три: объективная, субъективная и ситуационная.

Смеется ли человек в одиночестве? Что в этом случае считать объективным комическим, если человек психически здоров? Прав ли А.Бергсон, утверждая, что «смешно не бывает одинокому» (Бергсон, 1992, с. 197)? А если человек, будучи один на один с собой, сделал неловкое движение, по рассеянности «вместо валенок перчатки натянул себе на пятки», заметил это и... рассмеялся? Наверное, это вторичное «отражение». Человек просто представляет себе, как он смотрелся бы со стороны, как засмеялись бы люди, если бы они увидели его в этот момент. Тогда А.Бергсон прав. Непроизвольный смех в каких-то обстоятельствах — это психологическая защита, подобная «забыванию неприятного», или «агрессия при бессилии либо страхе». Наверное, именно это имел в виду З.Фрейд, когда говорил об «экономии» психической энергии за счет остроты (Фрейд, 1999). Чем тратить ду-

шевные силы на то, чтобы скрыть обиду, лучше посмеяться над собой, направив сохраненную энергию на другие дела. Но Т.Б.Любимова (Любимова, 1990), например, утверждает, что в этом никакой экономии нет: чтобы оценить шутку, надо подумать, а это значит – затратить дополнительную энергию. Вопрос остается спорным.

Таким образом, обобщая с позиций социального восприятия все вышеизложенные точки зрения на природу комического, можно предложить следующие определения.

**Комическое** — объективные социально-значимые противоречия, отраженные субъектом посредством актуализации эмоциональных состояний (позитивных — юмором, а негативных — сатирой), сопровождаемых смехом.

Механизмами возникновения (проявления) комического являются следующие: 1. Несуразица, нелепость, неловкость. 2. Неоднократное повторение. 3. Преувеличение (преуменьшение). 4. Противоречие, противоположность, контраст. 5. Многозначное истолкование. 6. Доведение до абсурда. 7. Искусство словообразования.

**Юмор** — вид комического, связанный с позитивной шкалой эмоций. С позиции психологического явления он может быть рассмотрен как личностное свойство (выраженное в чувстве юмора и остроумии), а также как вид деятельности, продуктом которой являются произведения литературы, искусства, народного творчества, созданные с целью актуализации смеха.

*Смех* как психологический феномен является главным признаком комического, может выступать в качестве: физиологической реакции; эмоционального состояния; экспрессивного поведения; свойства личности; средства коммуникации.

**Рисованный юмор** — продукт одного из видов юмористической деятельности.

Теоретическая часть работы выявила ряд преимуществ, которые несет в себе юмор. Это позволяет начать разработку конкретных методик для нужд практической психологии. Выявленные закономерности, рассмотренные в контексте основных психологических аспектов, позволяют определить главные направления таких разработок (Табл. 2).

Таблица 2. Направления использования юмора в практической психологии

Направления	Возможное использование юмора
«Социальное»	наглядное пособие для изучения ос-
	новных разделов психологии (эмо-
	ции, темперамент, характер, лич-
	ность, семья, общение и т.п. – при
	создании обучающих программ)
«Невербальное»	стимулирующий материал при обу-
	чении умению распознавать невер-
	бальное поведение в процессе тре-
	нинга общения
«Культурологическое»	средство, обеспечивающее решение
	проблем кросскультурных взаимо-
	действий и соответствующий тре-
	нинг
«Эмоциональное»	элемент смехотерапии
«Диагностическое»	проективные методики, имеющиеся
	и разрабатываемые для усовершен-
	ствования группового тестирования
«Творческое»	метод воздействия на людей любого
	возраста, способствующий их лич-
	ностному росту
«Научное»	объект для исследования феномена
	комического – разработка планов
	возможных научных экспериментов

#### 1.9. Комическое сознание

Продолжая идею междисциплинарных пересечений, порождающих такие многосмысловые понятийные структуры, как «смеховой мир» (Д.С.Лихачев), «поэтическое сознание» (Г.В.Акопов), «городская ментальность как групповое сознание горожан» (Т.В.Семенова), «комическая ментальность большого города» (Т.В.Семенова), можно поразмыслить над словосочетанием «комическое сознание».

В методологическом поле социально-коммуникативной парадигмы психологии (Г.В.Акопов и др.) сознание определяется в качестве основного предмета и основной проблемы психологии как целостной науки. В связи с этим Г.В.Акоповым предлагается двухфакторная теория сознания (Акопов, 2010; Сознание в актуальных измерениях, 2010).

Каждый из факторов (контакт – свобода) может рассматриваться в триадичной структуре: контакт – его отсутствие или наличие (по критерию обратной связи); коммуникация (по критерию передачи определенного информационного содержания); смысловое общение; свобода – возможность выбора; творчество (определение, нахождение субъективно новых целей); созидание (конструирование объективно новых пелей).

Каждый из факторов (контакт: контакт – коммуникация – смысл; свобода: выбор – творчество – созидание) рассматривается также в двух планах – внешнем и внутреннем.

Традиционный для отечественной психологии «принцип единства сознания и деятельности» дополняется триадой «сознание — деятельность — созерцание», в которой созерцание рассматривается в качестве дополнительной к деятельности категории психологии (Акопов, 2010).

Комическое сознание в двухфакторной модели можно определить следующим образом: комическое по своему определению социально, т.е. «контактно», так как порождается процессом общения людей, причем не столько интерактивным взаимодействием, сколько перцептивным контактом, а именно, феноменом «обратной связи». «Смешно не

бывает одинокому» — этот афоризм А.Бергсона как нельзя кстати подтверждает высочайшую «контактность» юмора и смеха. Формально, без учета сигналов обратной связи общаться можно, но смеяться при этом (искренне или с какимто двойным смыслом) очень трудно. Если в общении появляется смех — значит люди «вошли в контакт», друг друга поняли и/или поддержали друг друга эмоционально. Можно утверждать, что смех — это признак проявления первого фактора сознания — «контакта», причем как его начального (собственно контактного) уровня, так и второго (информационнокоммуникативного) и третьего (смыслового). Именно сдвиг смысла и многозначность истолкования комедийного текста и лежат в основе комизма. При этом чем сильнее сдвиг, многозначнее истолкование, тем смешнее.

Второй фактор, названный свободой, в контексте порождения и восприятия комического проявляет себя в том, что только по-настоящему свободный человек может шутить и смеяться! Свободный *от* внутриличностных проблем и обременительных социальных обязательств, свободный *для* проявления своей личностной привлекательности, притягательного и приятного времяпровождения, для знакомства с новыми людьми и т.д., способный  $\kappa$  спонтанному (непредсказуемому) поведению. В этом смысле типы свободы, обозначенные Э.Фроммом (свобода от... – вынужденная активность; свобода для... – продуктивная активность) могут быть дополнены третьим типом (предложенным Г.В.Акоповым и Т.В.Семеновой) — «свободой  $\kappa$ ...» как способностью или готовностью  $\kappa$ ... проявлению спонтанности (спонтанной активности).

Юмор как деятельность и ее продукт может проявляться и как вынужденная активность (работа карикатуриста, например), и как продуктивная активность (провокационная психотерапия, порождающая смех клиента как признак катарсиса, например), и как спонтанная активность (шутки в непринужденном общении). И снова комическое проявляет себя в усилении явлений сознания: чем более непринужденно, чем более неожиданно, чем более непредсказуемо, чем более спонтанно и свободно, тем смешнее!

В триединстве фактора свободы (выбор — творчество — созидание) комическое также может быть интерпретировано триедино (комическое — юмор — смех).

Комическое — это социальные противоречия (выбор из имеющихся альтернатив в пользу разрешения противоречий в виде смеха, по 3.Фрейду — это экономия психической энергии и альтернатива агрессии), в этом смысле комическое обеспечивает первый и главный уровень свободы — свободу выбора. В свободном обществе возможно высмеивать когоугодно и чего-угодно (в отличие от тоталитарного), соблюдая этические нормы.

Юмор — это творческая деятельность в процессе общения и творимые друг для дуга продукты творческого труда, используемые для общения (шутки, шаржи, анекдоты и т.д.). Юмор обозначает второй важный (но не всем доступный) уровень личностной свободы. Несмотря на то, что умение использовать и порождать юмор доступно многим, встречаются люди «без чувства юмора», «пессимисты», не способные подняться над проблемой на второй уровень свободы — к творчеству (творческому осмыслению проблемы, при котором необходимо изменить что-то, внести новизну в ранее непреодолимое обстоятельство).

Смех – это порождение (созидание) нового смысла, новых связей, нового взгляда, хотя чаще говорят (В.Франкл, Д.С.Лихачев), что смех разрушает привычные связи предметов и явлений (в этом его предназначение), но, разрушая одни, смех порождает другие – новые и, как правило, лучшие. Все лучшее и раньше других создают писатели-фантасты и писатели-сатирики именно из-за своей способности выходить за пределы очевидного и привычного, т.е. созидатьсоздавать то, чего еще не было – чтобы удивить. «Превращение воды в вино» (по Л.С.Выготскому, это предназначение искусства) – это метафора, применимая и к смеху, так как в этом и проявляется истинное предназначение смеха как спонтанного, бессознательного феномена сознания – появляться непредсказуемо и именно тогда, когда создается новая смысловая связь – новый контакт более высокого (иного)

уровня и через него – новый уровень свободы личности (спираль развития) (Семенова, 2008).

В «двухфакторном» выражении, триединое комическое «контактно» и «свободно».

Соотносимы ли смех и созерцание? С точки зрения энергетики смех — это высокоэнергоемкое состояние. Принято считать, что сон — это «жизнь без смеха», так как во сне люди не смеются (если им снится, что они смеются — они просыпаются!). А созерцание по определению и нашим теоретическим и эмпирическим исследованиям — состояние пониженной энергетики, приводящее к умиротворению, покою, замедлению, остановке и т.п. (Сознание в актуальных измерениях, 2010).

Выделенные Г.В.Акоповым типы созерцания в соответствии с типами поэтического сознания Пушкина, Лермонтова и Байрона (Акопов, 2013) названы нами (Акоповым и Семеновой): «созерцательной ленью» (гармоничное состояние, уход в мир грез, чтобы насладиться им), «созерцательным сном» (тревожное, внутриличностно-конфликтное состояние, уход в мир иллюзий, чтобы отрешиться от проблем) и «деятельностным созерцанием» (мысленная активность, желание какихлибо действий, но не сама деятельность).

Созерцающие люди не шутят и не смеются, не смеются люди и в случае, если куда-то торопятся или сильно чем-то заняты. Это означает, что у смеха и созерцания есть определенная соизмеримая энергоинформационная ниша - это состояния радости, по-разному себя проявляющие, наверное, можно сказать, что радость при созерцании - это «тихая радость», себя бурно не проявляющая, а радость при смехе – это «громкая радость», проявляющая себя в виде эмоционального взрыва. И в случае созерцания, и в случае смеха – это преобладание положительных эмоций, хотя и к смеху, и к созерцанию примешиваются оттенки разных (в том числе и негативных) эмоций и чувств. Через полюса пассивности/активности можно соотнести созерцание и смех следующим образом: созерцанию противостоит трудоголизм и созерцание имеет много общего (гипотезы подтверждены в наших социальнос ленью психологических эмпирических исследованиях). Смех у трудоголиков в эмпирических исследованиях нами не изучался, но наверняка трудоголикам «не до смеха», что роднит смех с созерцанием как с оппозицией к трудоголизму и избыточной активности. А как соотнести смех и лень? Над ленивыми смеются, как правило, и сами ленивые, лень порождает смех, но и смех может порождать лень — как нежелание перестать смеяться над чем-то (прервать веселье) и начать делать что-то серьезное («делу время, а потехе час»).

Напрямую смех в письменных самоотчетах о созерцании информантами ни разу не упоминался, но об улыбке, вызванной сосредоточением на каком-либо объекте, упоминания встречались. А улыбка — это первая стадия смеха.

Если созерцание рассматривать как дополнительную к деятельности категорию психологии, то смех тоже можно отнести к категории, дополняющей деятельность, то есть периодически любая, даже самая активная и ответственная деятельность может быть прервана контекстным смехом (например, чтобы занять паузу, сгладить неловкость, предотвратить усталость и т.п.).

Созерцание и смех соотносимы с точки зрения их социальной функции — это остановка деятельности во имя отдыха и нового осмысления ситуации (восхищение процессом труда и его продуктом в случае созерцания; радость достижений и успехов в случае смеха).

Комическое сознание — это и особый *механизм* (вернее те же известные механизмы работы сознания, но проявляющиеся более ярко и дихотомично — «комично»), и особое *содержание* сознания (комическая реальность, комическая ментальность: это то, над чем смеются, то, зачем смеются, то, почему смеются, те, кто смеется, и т.д.).

# Глава 2. СОЦИАЛЬНО-ПЕРЦЕПТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ И ЕЕ РАЗВИТИЕ СРЕДСТВАМИ РИСОВАННОГО ЮМОРА

# 2.1. Систематизация факторов социальной перцепции

Социальное восприятие — это процесс познания людьми друг друга и общение. Как правило, в структуре общения выделяют три взаимосвязанных стороны: коммуникативную (обмен информацией), интерактивную (организация взаимодействия, обмен не только знаниями, но и действиями) и перцептивную (восприятие и познание друг друга людьми).

Возникновение термина социальная перцепция описыва-Г.М.Андреева (Андреева, 1996). Он был Дж.Брунером в 1947 г. Вначале под социальной перцепцией понималась социальная детерминация перцептивных процессов. Позже социальной перцепцией стали называть процесс восприятия социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Межличностная перцепция – это восприятие человека человеком или, по А.А.Бодалеву (Бодалев, 1982), «познание другого человека». Более широкое понимание термина обусловлено исследованиями специфических черт восприятия социальных объектов, к которым относится восприятие не только физических, но и поведенческих характеристик объекта, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках, а также об отношениях между субъектом и объектом восприятия. Рассмотрим подробнее, что входит в понятие социальной перцепции, на основе анализа основных экспериментов, представленных в монографии А.А.Бодалева (Бодалев, 1995; далее страницы указаны в круглых скобках).

Серия экспериментов затрагивает проблему восприятия человеком лиц других людей. Р.Плучек (119), например, изу-

чал особенности восприятия лица по частям (лба, глаз, рта). П.М.Якобсона (120) интересовало влияние ситуации на характер интерпретации мимических движений. Исследования А.Олсена (124) посвящены изучению поз человека. Голос как компонент облика изучался Г.Олпортом (126) (определение возраста по голосу) и Т.В.Корневой (128). Механизм походки, почерк пытался объяснить Н.А.Бернштейн (132). Изучение разницы в росте между воспринимаемым и воспринимающим иллюстрировано примером восприятия В.В.Маяковского (140). Описан эксперимент В.И.Кириенко (148) на узнавание лиц по фотографиям даже при изменении ракурса и света. Восприятию внешнего облика отведено особое место (158-193). Вот что, как правило, описывают люди: физический облик, мимику, позу, действия, оформление внешности (прическу, обувь, головной убор, одежду), качества личности. Испытуемые не только осмысливали особенности внешнего облика, но и выражали свое отношение к нему. Оценке роста и возраста человека посвящены эксперименты H.A.Горбовской (194).

Разницу в восприятии в зависимости от *ступени развития* выявили исследования В.Н.Куницыной (196). И.В.Страхов (243) анализировал проявление наблюдательности у педагогов, С.Р.Янкелевич (243) — у людей разного возраста и специальности (умение фиксировать в поведении малозаметные, но психологически значимые детали связано со способностью различать нюансы экспрессии). Влияние *деятельности*, побуждающей ее участников

Влияние *деятельности*, побуждающей ее участников смотреть друг на друга под определенным углом зрения, было прослежено в работах О.Г.Кукосяна (274) на представителях разных профессий (физиках, экономистах, юристах, физиологах, художниках). Серия экспериментов отражает влияние *оценочных* эталонов (выявление «типов студентов», «типов преподавателей», «типов начальников») (275–295), характеризует явление стереотипизации, «приписывания» личности набора качеств, отнесения ее к какому-то классу. Стереотипы актуализируются в сознании оценивающего лица, когда оно располагает информацией об общественно-профессиональном *статусе* оцениваемой личности. Это иллюстрируют экспери-

менты 3.Ф.Семеновой (238), в которых один и тот же человек описывался по-разному в зависимости от начальной установки («директор», «журналист», «бригадир»).

Оценка качеств личности исследовалась В.А.Крутецким (256–270). Понимание одних и тех же людей зависело от индивидуальных особенностей понимания испытуемых. Н.Ф.Федотова (270) выявила, что влияние на характер знаний о человеке, представлений о качествах личности зависит от успешности совместной деятельности, а также от ролей, которые каждому из них приходится выполнять. На результаты опытов В.Виттрайха и К.Готтшальдта (154) оказали влияние отношения испытуемых друг к другу (учитель – ученик, молодожены, начальник – товарищ).

Немало исследований посвящено изучению способности личности эмоционально откликаться и подстраиваться под другого человека, обычно это качество называют эмпатией. Особенности сопереживания друг другу изучал А.Н.Радищев (249), зависимость между уровнем понимания личностью других людей и ее эмоциональным отношением к ним выявила А.А.Русалинова («нравится ли тебе ваш мастер») (253). Г.И.Бабкина (254) исследовала явление идеализации, то есть завышения оценки личностных качеств другого человека тем выше, чем больше оцениваемый человек нравится оценивающему (может быть и, наоборот, с отрицательным знаком). Проблемам формирования первого впечатления о человеке посвящена отдельная глава (297–320). Выявлены факторы, оказывающие существенное влияние на восприятие, среди них главное место отводится внешнему облику (красивые воспринимаются как уверенные, счастливые, заботливые). Немаловажную роль играют ситуации, социальный фон, на котором развертывается формирование впечатления. Ореол физической привлекательности вызывает сдвиг в оценках черт личности и результатов деятельности. Наибольшее влияние оказывают особенности телосложения, выражение лица (угрюмое, веселое), поза (наклон к собеседнику, перекрещенные руки и ноги), особенности речи.

Можно выделить три группы факторов, а именно: факторы социальной перцепции с позиции субъекта, факторы

социальной перцепции с позиции объекта, а также факторы субъект-объектных отношений.

#### Факторы социальной перцепции с позиции объекта

- 1. Фактор внешнего облика: лицо (глаза, нос, губы, брови, ресницы, уши, подбородок, щеки...); рост, вес; телосложение (фигура, руки, ноги, плечи, шея, талия...); позиции тела; одежда, обувь, головной убор; волосы, прическа; кожа; запах; сопутствующие предметы (сумка, зонт, очки...); украшения, косметика.
- **2.** *Поведенческий фактор*: мимика; жесты; речь; голос; походка.
  - 3. Гендерный фактор: пол.
- **4.** *Возрастной фактор:* возраст; уровень развития; образование.
- **5**. *Фактор состояния:* эмоциональное состояние, состояние здоровья.
- **6.** Личностный фактор: темперамент; характер; способности.
- **7.** *Статусный фактор:* социальная роль; должность; материальный достаток.
- **8.** Фактор общественных отношений: семья; профессия; хобби.
- **9.** *Ценностный фактор:* установки, убеждения; мотивы; пели.
- **10.** *Культурно-исторический фактор:* национальность; культурный уровень.
- **11.** Фактор межличностных отношений с людьми: дружба; любовь.

#### Факторы социальной перцепции с позиции субъекта

- 1. Гендерный фактор: пол.
- **2.** *Возрастной фактор:* возраст; уровень развития; образование.
- **3.** *Фактор состояния:* эмоциональное состояние; состояние здоровья.
- **4.** *Личностный фактор*: темперамент; характер; способности.

- **5.** *Статусный фактор:* социальная роль; должность; материальный достаток.
- **6.** Фактор общественных отношений: семья; профессия; хобби.
- **7.** *Ценностный фактор:* установки, убеждения; мотивы; цели.
- **8.** *Культурно-исторический фактор*: национальность; культурный уровень.
- **9.** Фактор межличностных отношений с людьми: дружба; любовь.

**Факторы субъект-объектных отношений:** совместная деятельность; общественные отношения; межличностные отношения.

### 2.2. Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора

Г.М.Андреева (Андреева, 1996) поднимает вопрос о точности восприятия социальных объектов. В процессе познания другого человека субъекту не с чем сопоставить впечатление о нем, т.к. тестов для выявления абсолютно всех характеристик человека не существует, и их нельзя рассматривать как единственный инструмент исследования личности. Немногим лучше и метод «экспертной оценки», т.к. мнение эксперта, тоже субъективно. Отсутствие возможности проверить точность восприятия другого человека заставляет искать решению подходы проблемы. По иные К Г.А.Андреевой, один из таких путей – осмысление всех «помех», стоящих на пути межличностной перцепции, т.е. тех механизмов, эффектов и закономерностей, которые возникают в этом процессе.

М.Р.Битянова и В.В.Давыдова (Битянова, Давыдова, 1998) обращают внимание на то, что социальную перцепцию нельзя рассматривать по аналогии с перцептивными психическими процессами, как акт запечатления внешних свойств воспринимаемого человека. В ней обязательно присутствует оценка другого и формирование отношения к нему в эмоциональном и поведенческом плане. На основе внешней стороны

поведения мы как бы «читаем» внутренний мир человека. М.Р.Битянова выделяет четыре основных функции социальной перцепции: 1) познание себя; 2) познание партнера; 3) организация совместной деятельности; 4) установление эмоциональных отношений — и выделяет два главных аспекта изучения процесса социальной перцепции: 1) исследование психологических и социальных особенностей субъекта и объекта восприятия; 2) анализ механизмов, отражающих особенности межличностных отношений. Вариант классификации и определения основных механизмов представил Н.И.Шевандрин (Шевандрин, 1996).

- 1. Механизмы познания и понимания людьми друг друга: идентификация способ познать другого человека через попытку поставить себя на его место; эмпатия эмоциональное вчувствование, т.е. сопереживание другому человеку, стремление разделить его чувства и настроения; аттракция (дословный перевод привлечение) форма познания другого на основе формирования устойчивого позитивного отношения к нему.
- 2. Познание самого себя в процессе общения: *рефлексия* механизм, в основе которого лежит способность человека представлять себе, каким его воспринимает партнер.

  3. Прогнозирование поведения партнера по общению:
- 3. Прогнозирование поведения партнера по общению: *каузальная атрибуция* стремление выяснить причины поведения субъекта.

дения субъекта.

Н.И.Шевандрин (Шевандрин, 1996) приводит схемы причинности, т.е. существующие у каждого человека склонности привычно объяснять чужое поведение: 1) находить виновника случившегося; 2) винить обстоятельства; 3) видеть причину в самом предмете. Тот же автор описывает ряд эффектов восприятия: эффект проекции (приятному собеседнику люди склонны приписывать свои достоинства, неприятному — свои недостатки); эффект средней ошибки (тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого); эффект ореола (человека начинают считать выдающимся во всех отношениях после первой удачи или ущербным после первой же неудачи); эффект порядка (у других авторов он называется эффектом новизны), когда при противоречивой

информации больший вес придается данным, полученным вначале

В дополнение к перечисленным можно привести примеры других механизмов, описанных Ж.Годфруа (Годфруа, 1997): *стереотип* представляет собой обобщение, которого придерживаются члены одной группы относительно другой; *предубеждения*, в отличие от стереотипа, содержат еще и суждения (в терминах «хороший» – «плохой»), которые люди выносят о других людях, ничего не зная ни о них самих, ни о мотивах их поступков.

Энциклопедией современной зарубежной социальной психологии можно считать книгу Д.Майерса (Майерс, 1997). Обратим внимание на некоторые опыты, так или иначе затрагивающие процессы социальной перцепции. Изучением влияния установки на поведение занимались многие зарубежные социальные психологи. Например, всемирно известный опыт Ла-Пьера (см. Майерс, 1997, с. 156). Лапьер с семьей китайцев путешествовал по США, их радушно принимали в американских ресторанах, однако впоследствии на письменный запрос о повторном визите был получен отказ практически от всех ресторанов. Сработала установка «американцы не любят китайцев» (1934 г.), которая привела к выводу, что установка не всегда соответствует поведению. Изучением влияния установки занимался Л.Фестингер (1964), который сформулировал свой вывод так: «Наше поведение выполняет роль лошади, а установка – телеги» (см. Майерс, с. 155). Противоречивые результаты описаны А.А.Бодалевым (Бодалев, 1995). Дать установку перед показом женских фотографий («учительница» или «артистка») вовсе не значит повлиять на описание воспринимаемого человека, хотя это оказывает некоторое воздействие. Наблюдалось три типа реакции: соответствие с установкой, объективное описание и борьба между установкой и своим мнением.

Большое значение при общении имеют те роли, которыми наделены его участники. Ф.Зимбардо (1971) провел опыт со студентами, добровольно согласившимися на роли «заключенных» и «охранников». Опыт пришлось прекратить из-за то-

го, что «тюрьма стала... созданной реальностью», игра превратилась в реальные отношения (см. Майерс, 1997, с. 165).

Социальная перцепция проявляет себя и в психологическом феномене «нога в дверях», т.е. в тенденции согласиться на необременительную просьбу, которая впоследствии приводит к серьезным уступкам. Техника «заманивания» строится на создании приятного первого впечатления и умения склонить к маленькой любезности. Многочисленные исследования, упоминаемые Д.Майерсом, раскрывают разные аспекты этого явления (Майерс, с. 68–171; далее номера страниц указаны в круглых скобках).

Адекватному восприятию друг друга часто мешает конформизм. Классические эксперименты М.Шерифа (определение местоположения источника света в темной комнате, 1937 г.) и С.Аша (определение длины отрезков, 1955 г.) подтвердили наличие явления «приспособления» своего мнения к мнению окружающих (273, 276). Воспринимая социальные объекты (человека или группу людей), мы также часто бываем «сбиты с толку» предвзятым мнением окружающих.

Влияние «присутствия других» описано в психологии как явление социальной фасилитации. Опыты Н.Триплета (1898) доказали, что атмосфера соревнования или деятельности в присутствии других людей (велосипедные гонки, наматывание лески) приводит к более высоким результатам (356). Позже было установлено, что для трудных интеллектуальных задач предпочтительнее одиночество. Восприятие социальных объектов в последнем случае усиливает напряжение, которое оказывает влияние на самочувствие.

Эксперименты Милграма (1965, 1974 гг.), целью которых было определить, что будет, если авторитетные *приказания* разойдутся с призывами совести, стали самыми знаменитыми и дискуссионными в социальной психологии (278). Суть их в том, что властный «учитель» заставлял испытуемого наказывать подсадного «ученика» электрическим током. Появился повод рассуждать о природе человека... Почему «восприятие боли» другого оказывало меньшее влияние на поведение, чем «восприятие приказа»?

В описании опытов А.А.Бодалевым (Бодалев, 1995), также много интересных выводов. Например, «приближение чужого эмоционального состояния к своему». Тот, кто раньше испытал состояние страха в определенной ситуации, был склонен оценивать людей, попавших в аналогичные обстоятельства, как боязливых, испуганных. Или явление «проекции своих черт»: обычно люди видят в других свои отрицательные черты (желчность, упрямство). Как правило, это свойственно людям авторитарного типа. Демократический тип более объективен.

Объясняя действия других людей, мы часто допускаем фундаментальную ошибку атрибуции, суть которой в том, что люди преувеличивают значение личностных диспозиций по сравнению с ситуационными. Д.Майерс приводит многочисленные факты, подтверждающие это явление (объяснение поведения мужчины и женщины, белокожего, раба и др.).

Закономерности социальной перцепции проявляют себя в механизмах *аттракции* — возникновения эмоциональных отношений, лежащих в основе дружбы и любви. Более широкий контекст — это завоевание уважения у других, привлекательность, успех у противоположного пола, привязанность и т.д. Многочисленными исследованиями установлены многие закономерности. Выявлены, например, четыре главных фактора, способствующих возникновению дружбы и любви: близость, физическая привлекательность, сходство установок и ценностей, наличие обоюдной симпатии.

В.С.Агеев (Агеев, 1989) описывает межгрупповые формы социальной перцепции: внутригрупповой фаворитизм (приписывание успехов внутренним достоинствам группы, а неудач — внешним обстоятельствам); физиогномическую редукцию (идею выведения внутренних характеристик человека из его внешнего облика); стереотипизацию (межэтнические, половые, профессиональные, религиозные и возрастные стереотипы).

Рассмотрим, как проявляют себя закономерности социальной перцепции в восприятии юмора.

1. Селективность. Не над всем и не всегда хочется и можно посмеяться. Необходимо избирательно подходить

к нормам, правилам поведения, целям, способам, времени и людям.

- 2. Стереотипизация. Прошлый опыт оказывает сильное влияние на восприятие комического. Серии «анекдот с бородой», «про Штирлица» это своеобразные шаблоны привычного юмора.
- 3. Идентификация. Прием познания человека человеком посредством отождествления себя с ним выражается в способности посмеяться над собой, то есть понять себя и свое место среди людей.
- 4. Рефлексия. Понять, почему смеются над тобой, значит увидеть себя со стороны глазами другого. Смех в одиночестве над своей неловкостью это зеркальное отражение чьей-то предположительной реакции.
- 5. Эмпатия. С этим понятием связана «положительная шкала» юмора, в основе которого лежат доброта и человеколюбие, в отличие от противоположного «полюса смеха» иронии и сарказма.
- 6. Атрибуция. Приписывание человеку личных качеств и черт, характера, которыми он не обладает, заострение, преувеличение того, что есть, основной прием, которым пользуются писатели-сатирики.
- 7. Роль установки в формировании первого впечатления. Комедийным артистам очень трудно играть драматические роли. Необходим талант Е.Леонова или Ю.Никулина, чтобы преодолеть «установку на юмор» и быть воспринятым адекватно сюжету.
- 8. Эффект ореола. Юмор позволяет скрывать истинные черты личности. Кажется, что клоунам всегда весело, немногие замечают грусть в глазах тех, кто призван смешить других.
- 9. Эффект новизны. Прежде чем рассказать анекдот, обычно спрашивают: «Знаешь?» При утвердительном ответе предполагаемую шутку часто не произносят ввиду бесперспективности вызвать желаемую реакцию.
- 10. Эффект первичности. Очень трудно повторить комические монологи после исполнения их знаменитыми сатириками. Кажется, что произносить их надо именно так, как это делают Жванецкий или Арканов.

11. Аттракция. Юмор является главным связующим звеном в процессе установления теплых межличностных отношений. Дружба и любовь созвучны с такими явлениями, как чувство юмора и веселый смех.

Таким образом, юмор проявляет своеобразие всех основных закономерностей социальной перцепции. Он усиливает их проявление, делает их более выпуклыми, рельефными, заостряет на них особое внимание (пародирование – «идентификация в квадрате»). С другой стороны, чрезмерное усиление механизмов социальной перцепции приводит к явным противоречиям, абсурду, актуализируя тем самым проявление комического, с помощью которого возможно частично корректировать ошибки восприятия.

### 2.3. Социально-перцептивные способности и умения восприятия комического

Рассматривая факторы социальной перцепции со стороны воспринимающего субъекта, необходимо затронуть проблему его *способностей*, одну из наиболее важных в психологии.

Теоретический фундамент проблемы способностей заложил Б.М.Теплов (Теплов, 1994), выявив «три признака в понятии "способность": 1) под способностями разумеются индивидуально-психологические особенности, отличающие одного человека от другого; 2) способностями называют ... лишь те особенности, которые имеют отношение к успешности выполнения какой-либо деятельности; 3) понятие "способность" не сводится к тем знаниям, навыкам и умениям, которые уже выработаны у данного человека» (Теплов, 1994, с. 42).

«Врожденными могут быть лишь анатомо-физиологические особенности, т.е. *задатки*, которые лежат в основе развития способностей. Сами же способности являются результатом развития. Способности существуют только в развитии, в деятельности» (Теплов, 1004, с. 43).

Согласно взглядам А.Н.Леонтьева, *деятельность* — это система, включенная в систему общественных отношений. Вне этих отношений человеческая деятельность не существует. Деятельность отдельного человека зависит от его места в обществе,

от условий, от индивидуальных обстоятельств. Главное, что отделяет одну деятельность от другой, состоит в различии их предметов. Предмет придает ей направленность. Предмет деятельности есть ее мотив. Основными составляющими деятельности являются действия. Способ осуществления действия — операция. Действия соотносительны целям, а операции условиям. А.Н.Леонтьев отмечает: «Процесс формирования специфических человеческих способностей — это процесс присвоения отдельными людьми достижений в развитии человеческого общества. Для этого необходимо осуществить деятельность» (Леонтьев, 1994, с. 52). Специфические человеческие способности (те, которые имеют общественно-историческое происхождение в отличие от природных, биологических) не передаются в порядке биологической наследственности, т.е. в форме задатков. «Способность есть свойство, готовое к проявлению, к функционированию» (Леонтьев, 1994, с. 54).

к функционированию» (Леонтьев, 1994, с. 54).

Б.М.Теплов (Теплов, 1994) подчеркивает, что для успешного выполнения деятельности требуется не только *одаренность*, т.е. наличие соответствующего сочетания способностей, но и обладание необходимыми *навыками* и *умениями*.

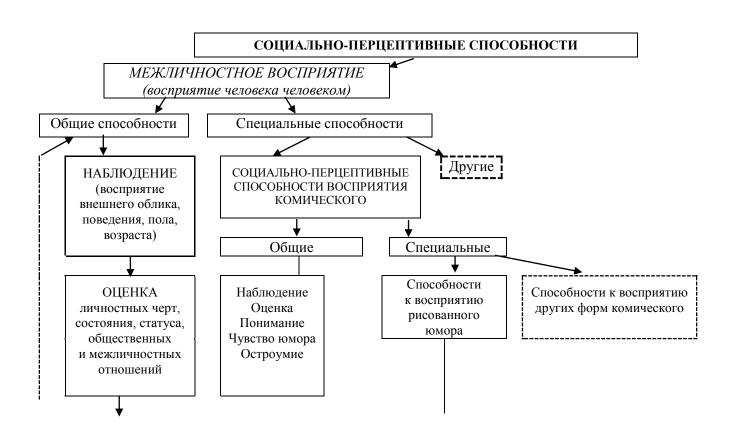
По мнению С.Л.Рубинштейна, вопрос о способностях должен быть слит с вопросом о развитии. «Развитие человека в отличие от накопления опыта, овладения знаниями, умениями, навыками — это и есть развитие его способностей» (Рубинштейн, 1994, с. 56). Способности человека — это внутренние условия его развития, которые формируются в процессе взаимодействия человека с внешним миром. В составе каждой способности, делающей человека пригодным к выполнению определенной деятельности, входят операции, или способы действия, посредством которых эта деятельность осуществляется. Но ядро способностей, по мнению С.Л.Рубинштейна, это не усвоенная, не автоматизированная операция, а те психические процессы, посредством которых регулируются эти операции. С.Л.Рубинштейн выделил в актуальной способности два компонента: 1) отработанную совокупность операций — способов, которыми осуществляется деятельность; 2) качества процессов, которыми регулируется функционирование этих операций. Такое строение способно-

стей у людей объясняет трудности, с которыми сталкиваются суждения о них. О способном человеке обычно судят по его продуктивности. Но бывает, что даровитые иногда оказываются не очень продуктивными, дают не столько, сколько обещали. И наоборот, люди менее даровитые оказываются более продуктивными. Эти несоответствия, по мнению С.Л.Рубинштейна, объясняются разными соотношениями между совершенством, с которым осуществляются у человека процессы анализа и генерализации, и отработанностью операций, освоенных индивидом. Нельзя, например, определить умственные способности человека по одному лишь результату его деятельности, не вскрывая процесса мышления, который к нему приводит.

Остановимся на соотношении способностей, знаний, умений и навыков. Наиболее четко определяет эти понятия К.К.Платонов (Платонов, 1986): способности включают в свою структуру умения, а следовательно, и знания, и навыки, на основе которых таковые создаются, но не сводятся только к ним; знания — система понятий, усвоенных человеком; способности облегчают усвоение знаний, но и овладение знаниями содействует развитию способностей; умение — знание в действии, не вполне завершенный навык; навык — автоматизированное действие. Легкость, скорость и качество формирования каждого навыка и умения зависят от имеющихся способностей. Сформировавшиеся навыки, знания и умения превращаются в элементы новых, изменившихся способностей человека к новым, более сложным видам деятельности. А новый вид деятельности потребует более сложных знаний, навыков и умений.

Особенно дискуссионным моментом является соотношение общих и специальных способностей человека.

В.Н.Дружинин считает, что под общими способностями, следует понимать *интеллектуальные*, *т.к.* «интеллект есть некоторая общая способность приспособления к новым жизненным условиям» (Дружинин, 1996, с. 4). Далее он останавливается на общих *творческих* способностях, выделяя «креативность как универсальную творческую способность» (Дружинин, 1996, с. 176).



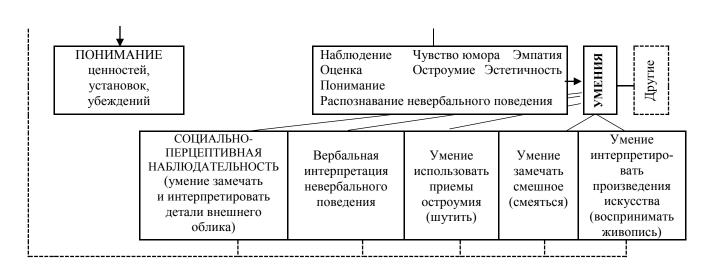


Рис. 4. Структура социально-перцептивных способностей

Г.М.Андреева называет *перцептивными* способности отдельных индивидов «читать» характеристики других людей (Андреева, 1996, с. 131). С этих позиций можно определить *общие социально-перцептивные способности* как способности к восприятию человека (Рис.4).

В.Д.Шадриков определяет способности как «свойства функциональных систем, реализующих отдельные психические функции» (Шадриков, 1996, с. 178). Человек, по его мнению, наделен лишь общими способностями, а специальные есть те же общие, но «приобретшие черты оперативности под влиянием требований деятельности» (Шадриков, 1996, с. 232). Положив в основу классификации способностей познавательные процессы, В.Д.Шадриков выделяет способности восприятия, разделяя восприятие на симультанное (времени и пространства) и сукцессивное (движения, речи, эмоций). Опираясь на эти определения, можно говорить о том, что способности человека к восприятию следует считать специальными по отношению к общим. По этому же принципу можно в структуре социально-перцептивных способностей выделить общие (восприятие, оценку и понимание человека), так и специальные (восприятие комического, связанное с восприятием человека посредством юмора). В свою очередь, социально-перцептивные способности восприятия комического могут быть рассмотрены как общие.

Работа с рисованным юмором (как определенная деятельность) придает черты оперативности следующим способностям, передавая их тем самым в разряд специальных: наблюдение, оценка, понимание (как общие в структуре перцептивных способностей), чувство юмора, остроумие, эмпатия (как общие в структуре способностей восприятия комического), распознавание невербального поведения, эстетичность (как специальные к восприятию рисованного юмора). Реализуются эти способности в соответствующих умениях: замечать и интерпретировать детали внешнего облика (наблюдательность), давать вербальную интерпретацию невербальному поведению, применять приемы остроумия (шутить), реагировать на комическое (смеяться), интерпретиро-

вать произведения искусства (воспринимать живопись), сочувствовать осмеянному и т.д.

Специальные способности, обеспечивающие восприятие рисованного юмора, можно рассматривать более подробно: чувство юмора — это способность распознавать комизм ситуации без слов; остроумие — способность применять приемы остроумия при вербальной оценке, весело описывать людей и ситуации; эмпатичность — способность к состраданию, в отличие от злорадства, наблюдательность — способность видеть смысл в мелочах, которыми, как правило, так богата карикатура; распознавание невербального поведения — способность интерпретировать комические позы и жесты; эстетичность — способность чувствовать красоту, гармонию, симметрию и т.д. (Рис. 4).

Таким образом, осуществляя деятельность по восприятию человека, воспринимающий его индивид осваивает и развивает социально-перцептивные умения, актуализируя психические процессы анализа и генерализации, что приводит к развитию соответствующих способностей, позволяющих ему на новом витке своего развития осваивать новые социально-перцептивные умения и т.д. Можно сказать, что выработанные в процессе работы с рисованным юмором социально-перцептивные умения, способствуют развитию социально-перцептивных способностей к восприятию комического, которые становятся благодаря освоенным умениям органичной составляющей общих социально-перцептивных способностей.

# 2.4. Социально-перцептивная компетентность и ее развитие

В практике социальной психологии рассматривается заманчивая идея отыскать средства развития перцептивных способностей для различных людей. Ряд экспериментов был поставлен для того, чтобы выявить, обладает ли определенной стабильностью способность отдельных индивидов «читать» характеристики других людей. Подобные эксперименты не дают однозначного ответа. По данным Г.М.Андреевой,

в пятидесяти случаях стабильность была зафиксирована, в других пятидесяти случаев ее не удалось выявить (Андреева, 1996). Такие же противоречивые результаты были получены и относительно того, можно ли обучить искусству более точного восприятия другого человека. Несмотря на то, что вопрос этот остается дискуссионным, предпринимается ряд усилий, которые связаны с использованием для этих целей социально-психологического тренинга (СПТ). Наряду с тем, что тренинг применяется для обучения искусству общения в целом, его специальные приемы ориентированы на повышение «перцептивной компетентности», т.е. точности восприятия. Среди принципов социальной психологии, которые можно успешно применять в курсе тренинга социальных умений, Д.Майерс выделяет следующие три: 1. Изменения во внешнем поведении могут привести к внутренним изменениям. 2. Деструктивный круг негативных атрибуций можно разорвать, используя позитивный опыт в обучении более совершенным поведенческим навыкам, меняющим у испытуемого восприятие себя и других людей. 3. После позитивного опыта улучшение сохраняется дольше, если люди приписывают его внутренним факторам, а не обучающей программе.

Идеи эффективности социального обучения обсуждаются и российскими социальными психологами.

Ю.А.Лунев (Лунев, 1998) под социальным обучением понимает помощь личности в позитивном самоопределении и обучение конструктивному социальному взаимодействию. Важнейшим условием успешной помощи молодым людям он считает косвенное воздействие, включение их в специально созданную развивающую среду.

В.П.Танаев, утверждая, что «люди в общении творят друг друга»(Танаев, 1998), водит понятие «творческое общение» и описывает его характерные особенности: направленность на самое существенное в человеке, путь к совершенству, вера в будущее и движение к цели.

В.А.Барабанщиков (Барабанщиков, 1998) считает необходимым рассматривать перцептивный процесс как целое, тем самым подчеркивая этим единство субъекта и объекта восприятия, их взаимосвязь и развитие.

Под руководством Г.В.Акопова разработана инновационная программа курса психологии для высших учебных заведений (Акопов, 2000), в которой самостоятельное значение приобретает содержание психологической практики. Ее задачей являются как формирование практических психологических умений, так и готовность к действиям, которые можно сформировать в процессе тренинговых занятий, через упражнения, имитирующие разнообразные ситуации взаимодействия

Остановимся на проблеме, обозначенной В.Д.Шадриковым (Шадриков, 1996). Что следует развивать в человеке, индивиде, личности? По мнению этого автора, развивать можно только то, что уже дано. Пытаться развивать то, что отсутствует, - значит создавать фрустрационную ситуацию. Объясняя суть развития, В.Д.Шадриков сопоставляет его с воспитанием, учитывая, что оба они направлены на качества, которые присущи индивиду и исходят из норм общественной морали, а присваиваются эти качества в процессе воспитания. «Развитие - то, что есть, воспитание - то, чего нет», замечает он (Шадриков, 1996, с.126) .В своем единстве развитие и воспитание составляют сущность развития личности. По определению В.Д.Шадрикова, развитие способностей индивида в сочетании с воспитанием нравственных качеств приводит к формированию добродетельных качеств личности

Г.В.Акопов (Акопов, 2000) акцентирует внимание на разведении понятий «развитие» и «формирование». Формирование означает безальтернативное стимулирование, принуждение и т.д. Развитию присущи возможность выбора и самопрограммирования, непрогнозируемость и слабая управляемость в «движении» личности. Рассматривая аспект этой проблемы в контексте соотношения обучения и психического развития в системах образования, Г.В.Акопов отмечает три варианта соотношения: 1) обучение и развитие не являются взаимосвязанными, развитие обусловлено созреванием и внешней средой; 2) обучение должно приспосабливаться к психическому развитию; 3) обучение играет определяющую роль в развитии и должно вести его за собой. От-

стаивая преимущества образовательной модели развития, Г.В.Акопов подчеркивает, что развитие многообразно: оно индивидуально, вариантно, непрерывно, нуждается в самоконтроле, опирается на предпосылки, использует демократические средства воздействия — информирование и продуктивную деятельность. Помимо знаний, умений и навыков, при этом важно состояние психологической готовности к труду и наличие внутренней мотивации.

В работе Г.В.Акопова исследуется явление взаимодействия социальной среды (институт высшего образования) и личности. В связи с этим рассматривается соотношение понятий «качество» и «свойство» личности. Качество — это существенное свойство или способность. Понятие обозначает как существенное качество объекта, так и как его функциональное свойство. Г.В.Акопов предлагает классификацию профессионально-значимых качеств личности, выделяя три уровня психологических свойств: 1) класс субъектных свойств, выражающих уровень развития профессионального сознания (знания, профессиональные планы, программы, самосознание др.); 2) класс личностных свойств, характеризующий отношения субъекта к природе, труду, людям, себе и др.; 3) класс индивидуальных свойств: психические процессы, темперамент и т.д.

Исходя из вышеперечисленных определений, можно проследить процесс развития личности следующим образом (Рис. 5).

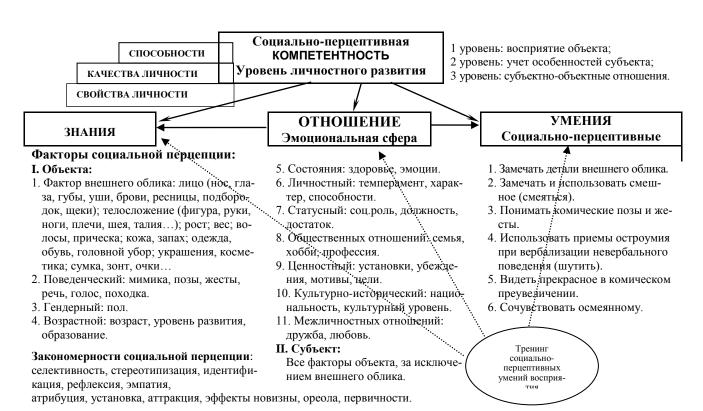


Рис. 5. Структура социально-перцептивной компетентности

Существенные свойства личности становятся качествами личности, существенные качества личности генерализуются в способности, уровень развития способностей определяет уровень личностного развития, который может быть обозначен как компетентностиь. В структуре компетентности можно выделить три компонента, соответствующие трем уровням значимых психологических свойств: знания, отношения (эмоциональная сфера) и умения, освоенные индивидом. Рассматривая разные аспекты компетентности, можно выделить разные группы знаний, соответствующих им отношений и умений, связанных с конкретными видами деятельности (в контексте данной работы можно рассматривать компетентность в общении и еще более узкий аспект — социальноперцептивную компетентность).

Понятие компетентности в общении определено Л.А.Петровской (Петровская, 1989) в связи с теоретическим обоснованием социально-психологического тренинга, который описан как перцептивно-ориентированный тренинг.

«Перцептивно-ориентированный тренинг можно определить как метод диагностики и коррекции социально-перцептивных образований участников тренинга, основывающийся на интенсификации намеренной межличностной обратной связи в рамках группового общения, организуемого на субъектсубъектных принципах» (Петровская, 1989, с. 4). Л.А. Петровская подчеркивает, что «формы тренинга, ориентированного на перцептивные процессы, являются ... ключевыми в общей совокупности его разновидностей. Это ключевое положение определяется регулятивной функцией социальной перцепции в контексте общения». Определяя социально-психологический тренинг в качестве средства развития компетентности в общении, Л.А.Петровская подчеркивает, что выбор соответствующих психологических средств воздействия должен быть увязан с теми аспектами компетентности, которые интересуют нас в первую очередь. В качестве примера исследователь называет коммуникативную компетентность, когда речь идет о развитии коммуникативных знаний, умений и опыта. Учитывая тот факт, что процессы социальной перцепции являются «ключевыми», а мы в данной работе говорим о развитии социально-перцептивных умений, можно выделить понятие социально-перцептивной компетентности. Перцепция двух составляющих – это, по Л.А.Петровской, органическое соединение составляющих: эмоциональной и интеллектуальной. Вся работа группы происходит в насыщенной эмоциональной среде. Этот факт может служить дополнительным обоснованием использования юмора, который, несомненно, увеличит вероятность активизации этих процессов. Решая вопрос о выборе средств, пригодных для повышения компетентности в общении, Л.А.Петровская расширяет понятие развитого общения, следующими пунктами: 1) общение, основанное на субъектобъектной схеме (по типу приказа...), и общение, основанное на субъект-субъектной схеме; 2) наличие репродуктивной и продуктивной стороны общения; 3) общение объединяет два уровня: внешний, поведенческий и внутренний, глубинный. Перечисленные характеристики Л.А.Петровская рассматривает в качестве примеров компетентности в общении. Рассматривая проблему становления социально-перцептивных образований, т.е. проблему основных источников развития и коррекции восприятия себя и другого, Л.А.Петровская выделяет источники такого рода: 1) восприятие себя через соотнесение себя с другими; 2) восприятие себя через восприятие себя окружающими; 3) восприятие себя через результаты собственной деятельности; 4) восприятие себя через наблюдение собственных внутренних состояний; 5) непосредственное восприятие собственного внешнего облика; 6) восприятие другого через соотнесение его с собой; 7) восприятие другого через то, как его воспринимают другие; 8) восприятие другого через восприятие результатов его деятельности; 9) непосредственное восприятие внешнего облика другого; 10) восприятие другого через репрезентацию им своих внутренних состояний (Петровская, 1989, с. 20).

Г.М.Андреева (Андреева, 1996) использует термин «перцептивная компетентность», обозначая им точность восприятия. Ю.Н.Емельянов (Емельянов, 1991) использует термин коммуникативная (межличностная) компетентность и определяет ее как способность к эффективному общению. По его мнению, основными источниками приобретения чело-

веком коммуникативной компетентности являются жизненный опыт, искусство, общая эрудиция и специальные научные методы. О.В.Соловьева (Соловьева, 1992) подчеркивает важность обратной связи в межличностном восприятии, рассматривает ее особенности в деятельностном контексте, в условиях развивающихся реальных групп, определяет ее структуру и содержание. Определяя структуру социальноперцептивной компетентности в общении, можно считать ее уровнем личностного развития, затрагивающим аспекты восприятия и понимания человека человеком.

Таким образом, социально-перцептивной компетентности стью могут быть названы ключевые аспекты компетентности в общении, определяемые объемом знаний, характером отношений и степенью овладения социально-перцептивными умениями, связанными с адекватным восприятием и пониманием людей. Ее основу составляют социально-перцептивные способности, которые в межличностном восприятии проявляются в качестве социально-перцептивных умений, таких, как восприятие себя через другого, восприятие другого через соотнесение с собой, восприятие себя через результаты собственной деятельности, непосредственное восприятие внешнего облика другого и т.д. Освоение социально-перцептивных умений обеспечивает развитие социально-перцептивных способностей, определяющих уровень личностного развития, который может быть обозначен как компетентность.

### 2.5. Познание человека и понимание юмора

Особый интерес вызывают исследования, связанные с особенностями понимания людьми друг друга. По А.А.Бодалеву, понимание человека означает проникновение в его внутреннее психическое содержание (его убеждения, потребности, интересы, чувства, характер, способности). Понимание обязательно выражается в действиях, поступках. По данным Саймондса и Ньюкона, правильное понимание личности образуется при не очень длительном и тесном знакомстве (см. Бодалев, 1995, с. 216; далее страницы указаны в круглых скобках). В дальнейшем работает «эффект ореола»

(оказывает влияние устарелое представление о человеке). Г.Олпорт исследовал «житейские обобщения», на которые неосознанно опираются люди в общении (очки, высокий лоб – умные; пожилые, полные – надежные) (220). Э.Холл, наблюдая особенности общения у разных народов (дистанцию, эмоциональность, ритуал завязывания знакомств), подчеркивал значение узкой практики общения (224). Задачами исследований В.А.Лабунской было выявление комплекса условий, влияющих на успешное опознание эмоциональных состояний. Было установлено, например, что люди необщительные, эмоционально неустойчивые, старшие по возрасту успешнее опознают отрицательные эмоции (224).

Особенно сложной является проблема *понимания* юмора. Как это происходит? Психология понимания — это отдельная тема теоретической психологии. По определению В.В.Знакова (Знаков, 1998), понимание — это раскрытие существенных связей и отношений объективной действительности. Понимание тесно связано с мышлением, но не сводится к нему. Понимание как компонент мышления (по В.В.Знакову) направлено на то, чтобы знания приобретали смысл. Знать — мало, надо понять, *зачем* это нужно, *почему* и *как* это происходит. Понимание — это ответы на причинные вопросы. Специфика понимания явления или предмета определяется самим явлением или предметом. В чем специфика понимания юмора?

Соотнесем понятия восприятия и понимания юмора. «Что не понято, то не смешно», — справедливо замечает Т.Б.Любимова (Любимова, 1990, с. 41), поэтому восприятие юмора очень близко к его пониманию. Однако различия все же уловимы. Воспринять ситуацию как комическую означает увидеть многовариантность ее интерпретации, противоречивость смыслов, информационную нагруженность несопоставимыми элементами. Понять юмор означает рассмеяться, то есть осознать главное противоречие, изюминку задуманного, причем сделать это интуитивно, быстро, эмоционально, а не в результате логического размышления. Объяснить юмор невозможно: смех возникает в момент его понимания. Можно понять ситуацию (объяснить ее), но не понять юмора в ней.

Или воспринимать ситуацию, осознавая, что она комична (видеть комедийный фильм, смеющихся людей вокруг), но не смеяться и не понимать, почему смешно другим.

Г.Д.Сюнькова составила общую схему прочтения анекдота (Сюнькова, 1994, с. 86). Краткое ее описание сводится к следующему. Процесс понимания — это всегда движение по кругу. Воспринимая анекдот с момента ввода главного обстоятельства, мы понимаем последнюю главную внутреннюю тему, самую глубокую и весомую. Когда мы «возвращаемся» обратно к первоначальной понятой нами внутренней теме, обогащая ее содержанием всех остальных, происходит так называемое «просветление чувств», (катарсис, по выражению Л.С.Выготского, т.е. вхождение в авторскую сверхзадачу).

Идея «возврата» и «переосмысления» имеет основания быть общей для понимания юмора, т.е. комического вообще, а не только анекдота. Только слова «по кругу» хочется заменить на... «по спирали», соотнося это понятие с общефилософским смыслом. Каждый новый «возврат» — это восприятие какого-то нового элемента, понимание другой, более «внешней» темы, как бы новый виток спирали, приводящей к «катарсису», т.е. собственно к осознанию идеи комического. Сопоставляя схему прочтения анекдота Сюньковой с моделью понимания юмора Х.Левенталя, можно сделать вывод об аналогичности их основных положений. Идея «интерпретации» созвучна с идеей переосмысления по спирали, «интеграции» — с идеей «катарсиса» и «просветления чувств», а «завершающее суждение» вполне может быть прочитано как «вхождение в авторскую сверхзадачу».

В качестве примера восприятия юмора рассмотрим прочтение «невербального анекдота» (карикатуры): «Угадай напиток» (Рис. 6, 7). Понимание комического *начинается* с понимания главной, внутренней темы и лишь потом – внешних, менее значимых. Об этом же размышляет Е.В.Петросян: «Юмор – прорыв в суть, в истину, взгляд в центр, в сердцевину» (Петросян, 1995, с. 5). Можно сказать, что понимание юмора – это понимание того, что внутри (понимание, направленное изнутри по спирали).

В социальной перцепции, таким образом, участвуют две стороны: 1) объект (тот, кого воспринимают) и 2) субъект (тот, кто воспринимает). При непосредственном общении объект часто становится субъектом и оказывает влияние на процессы социальной перцепции, возникают субъект-субъектные отношения. Проблема понимания человека перерастает во взаимопонимание при общении.



Рис. 6. Карикатура «Угадай напиток»

Термины восприятие, понимание и познание в литературе используются неоднозначно. В.В.Знаков соотносит понимание с мышлением, рассматривает соотношение понимания и познания («понимание в познании»). А.А.Бодалев анализирует понимание как одну из составляющих восприятия человека человеком. Будем считать восприятие начальным этапом процесса познания, целью которого является понимание

человека. В широком смысле восприятие человека — это весь процесс его познания в целом, включая все основные этапы (восприятие, оценку, понимание). В узком смысле собственно восприятием (или наблюдением) можно обозначить начальный этап — интерпретацию внешнего облика человека, что и составляет содержание соответствующей социальноперцептивной способности. Под оценкой можно понимать интерпретацию факторов другого рода, связанных с особенностями личностных черт человека, проявляющихся во взаимодействии его с другими людьми. Это соответствует следующему, более осмысленному этапу познания человека.

Модель понимания юмора	Пример восприятия карикатуры «Угадай напиток»
внешняя тема	3 внутренняя тема ПЬЯНСТВО
1 внутренняя тема	2 внутренняя тема
2 внутренняя тема	ТЕЛЕПЕРЕДАЧА «Угадай мелодию»
3 внутренняя тема	1 внутренняя тема ТЕЛЕПЮУ
<b>КАРИКАТУРА</b> (невербальный анекдот)	внешняя тема ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ ГЛУПОСТЬ
Осознание смысловой задачи	Борьба с пьянством средствами телевидения на основе популярности телевизионной программы
Завершающее суждение	«ПЬЯНСТВУ – БОЙ!»

Рис. 7. Психологическое прочтение карикатуры

Понимание как социально-перцептивная способность означает умение объяснить причины уникальности человека, т.е. более глубоко проникнуть в его психическую природу. Одновременно это завершающий этап в процессе познания человека. Восприятие (наблюдение), оценка и понимание — это способности, помогающие отвечать на вопросы о человеке на разных уровнях обобщения: какой он, кто он среди людей, почему он такой?

Таким образом, процесс восприятия человека человеком может быть описан трехуровневой схемой, соответствующей трем этапам, включающим: 1) наблюдение особенностей внешнего облика, 2) оценку личностных черт и своеобразия поведения, 3) понимание причин и предсказание поступков. Познание человека — это постепенное углубление в его внутренний мир. Понимание юмора отличается от этой схемы. Две первые стадии максимально сокращены за счет важности последней.

Юмористическое противоречие понимается мгновенно, именно поэтому возникает смех — и лишь потом приходит осознание цели задуманного и сопоставление всех деталей. Сначала человек смеется, затем понимает и объясняет почему. Проблема понимания, связанная с юмором, распадается на две: 1) понимание особенностей юмора (восприятие анекдота, карикатуры, «английского» юмора и т.п.) и 2) понимание человека через юмор (по характеру смеха или стилю остроумия можно судить о человеке. В межличностном общении это выглядит так: задача первая — понять юмор собеседника, т.е. рассмеяться, если он шутит; задача вторая — понять, почему он шутит именно так, что он имеет в виду, какой он, т.е. через юмор понять человека.

# 2.6. Невербальное поведение в структуре социального восприятия

Невербальному поведению посвящены многие работы психологов, которые наделяют его, кроме функций дополнения и замещения речевого высказывания, такими, как регуляция межличностных отношений, репрезентация эмоцио-

нальных состояний и т.д., рассматривая основные моменты, определяющие структуру, функции и способы опознания психологических характеристик личности.

В.А.Лабунская понимает под «невербальным поведением личности социально и биологически обусловленный способ организации усвоенных индивидом невербальных средств общения, преобразованных в индивидуальную, конкретночувственную форму действия и поступков» (Лабунская, 1986, с. 6). Феномен «невербальное поведение» рассматривается в контексте социальной перцепции как личностное образование, наделенное когнитивно-регулятивной функцией (Рис. 8). К элементам невербального поведения относятся все движения тела, интонационные, ритмические, высотные характеристики голоса, временная и пространственная организация. В основу выделения подструктур невербального поведения положены основные характеристики невербальных средств (движение, пространство, время), а также системы их отражения и восприятия (оптическая, акустическая, тактильная, ольфакторная). Под кинесикой принято понимать зрительно воспринимаемый диапазон движений, выполняющих экспрессивно-регулятивную функцию в общении. Кинесика – это не только язык тела (жесты, позы, мимика, взгляд), но также манера одеваться, причесываться и т.д. К кинесике относятся: хлопанье дверью, поскрипывание стулом, почерк. Физиогномика – это экспрессия лица и фигуры человека, взятая безотносительно к выразительным движениям и обусловленная самим строением лица, черепа, туловища, конечностей. Под выразительными движениями понимаются «широко разлитые периферические изменения, охватывающие при эмоциях весь организм» (Лабунская, 1986, с.8). Иногда все выразительные движения обозначаются термином «жест». Под жестом обычно понимают движение рук или кистей рук. Жест в процессе общения не только сопровождает речь. На основе жестов можно сделать заключение об отношении человека к какому-то событию, лицу, предмету. Жест может также сказать о желании человека, о его состоянии. Человек, формируясь как личность в конкретной социальной среде, усваивает характерные для этой среды способы жестикуляции, правила их применения и прочтения. Жесты могут быть типичными для данного человека и совсем нехарактерными для него, выражать его случайные состояния.

Н.И.Смирнова (Смирнова, 1977) на основе анализа поз русских и англичан предлагает классификацию: коммуникативные жесты, описательно-изобразительные, модальные. В.А.Пронников и И.Д.Ладанов (Пронников, Ладанов, 1998) выделяют следующие типы жестов: иллюстраторы-жесты, подкрепляющие сообщение; регуляторы-жесты, сигнализирующие об отношении к собеседнику; адапторы — жестыпривычки, иногда вредные; эмблемы — жесты — заменители слов; аффекторы — эмоциональные жесты.

Первый вопрос в психологии невербального поведения, по мнению В.А.Лабунской, — это диапазон психологических феноменов, связанных с выразительным поведением. Что именно выражается с помощью движений? Все исследования делятся на две группы. В первой невербальное поведение понимается как индикатор внутренних, преимущественно эмоциональных состояний субъекта. Наряду с этим развивается второй — физиогномический — подход, претендующий на определение свойств характера по чертам лица, однако большинство ученых отрицает прямую зависимость характера от внешних черт.

Вторым вопросом в изучении выразительного поведения выступает диапазон необходимых средств («Как выражается?»). Каждое средство экспрессии имеет самостоятельную традицию исследования. Наиболее изученными являются мимика лица и жесты.

Третьим вопросом в изучении невербального поведения являются функции выразительных движений в общении: «Для чего выражается?». В.А.Лабунская подчеркивает, что выразительные движения рассматриваются как показатели эмоциональных состояний и многообразных отношений человека к окружающему миру — те выразительные движения, жесты и звуки, которые обладают прямыми возможностями управлять социальной жизнью.



Рис. 8. Структура невербального поведения человека (В.А.Лабунская)

Движения и звуки становятся жестами только в социальном контексте, когда они служат индикаторами намерений человека, предоставляя другим основу для соответствующих реакций. Выразительные движения, выполняя осведомительную и регулятивную функции в процессе общения, являются своеобразным языком общения. Малоизученной подструктурой кинесики являются движения глаз («контакт глаз»).

Особая роль отводится *мимике*. Лицо является важнейшей характеристикой физического облика человека. П.Экман с коллегами создали методику для измерения выражений лица (Сухаребский, 1969), где перечислили все лицевые мышцы шести эмоций. Затем были составлены фотомодели, которые включали три области лица: брови – лоб, глаза – веки и основание носа, нижняя часть лица и щеки. Основанный на сравнении оцениваемого лица с эталоном метод получил название «метод кодирования выражений – FAST». С его помощью можно провести анализ экспрессии, определив ее по соотношению в ней компонентов, выражающих шесть основных эмоций.

Следующим элементом кинесической подструктуры невербального поведения является *поза*. Поза — это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Именно с помощью поз можно определить ориентацию партнеров относительно друг друга, мысленно создав относительно окружающих барьер.

Несколько слов о *походке*. Она имеет ряд черт: ритм, скорость, длина шага, давление на поверхность. Характер походки связан с физическим самочувствием, возрастом и состоянием людей. В целом походка существенно дополняет наши представления о другом человеке, особенно о его психомоторной активности.

К просодичесской структуре относятся высота, тон, длительность, сила звука, тембр голоса. Экстралингвистика изучает околоречевые проявления невербального поведения: паузы, кашель, вздох, смех, плач. Еще одна система отражения невербального поведения — тактильно-кинествическая. Данные поступают от сенсорных рецепторов, находящихся

в коже, мышцах, сухожилиях, суставах и во внутреннем ухе. По сравнению со зрением эта система дает менее точную информацию о внешнем мире. Ольфакторная система позволяет выделить такую структуру невербального поведения, как запахи, естественные и искусственные.

Наука *проксемика* утверждает, что под влиянием различных причин пространство и время в общении определенным образом структурируются. К собственно пространственно-временным параметрам относятся вид ориентации партнеров в момент общения, дистанция между ними, длительность общения.

Опознание невербального поведения — это сложный процесс, включающий когнитивные и аффективные компоненты. Основные способы опознания невербального поведения, по данным В.А.Лабунской, сводятся к следующим: эмпатия — вчувствование, сопереживание; имитирование — подражание; проецирование; опознание невербального поведения через анализ ситуации общения или речевого поведения общающихся.

Основные составляющие процесса опознания невербального поведения — это формирование перцептивного образа и сличение этого образа с хранящейся в памяти человека системой эталонов, как считает В.А.Лабунская (Лабунская, 1986, 1999). Знания о невербальном поведении личности формируются в процессе общения и совместной деятельности. Эталоны играют роль «пусковых механизмов», так как для успешного опознания необходимо овладеть «техникой» моделирования внутренних особенностей личности на основе ее внешних признаков (например, эталоны невербального поведения в состоянии радости, удивления и т.п.). Эталоны отличаются различным уровнем обобщенности и соответствием всему многообразию элементов невербального повеления.

По мнению В.А.Лабунской, «одним из направлений в использовании знаний о специфике восприятия и понимания невербального поведения является создание специального практикума» (Лабунская, 1986, с. 113), основным предназначением которого может стать осознание своего невер-

бального поведения, расширение экспрессивного репертуара, успешное опознание невербального поведения, чтобы использовать невербальное поведение, управляя процессами общения.

Рисованный юмор можно считать атласом невербального поведения, с его помощью можно научиться его распознавать. Дружеские шаржи являются источником информации об индивидуальных особенностях человека. Художник, как правило, привлекает внимание к лицу, заостряя самые существенные детали (нос, глаза, уши...), подчеркивает особенности телосложения (рост, габариты), утрирует характерные позы и жесты, демонстрирует важность мелких деталей, несущих значимую информацию о человеке, опосредованно, через дополнительные предметы и графические метафоры раскрывает особенности внутреннего мира человека, связанные с его деятельностью и личностными качествами. Карикатура изображает людей во взаимодействии друг с другом, в котором так или иначе раскрываются их характеры, темпераменты и эмоциональные состояния. Сюжеты карикатур позволяют проследить поведение людей в разных ситуациях, социальных ролях и общественных отношениях. Комиксы, как правило, отражают динамику межличностных отношений, связанных с формированием первого впечатления, возникновением интереса к человеку, дружбы и любви. Юмористический рисунок отличается позитивным, добрым отношением к изображенному человеку или явлению, что актуализирует состояние радости и веселья.

Таким образом, невербальное поведение дополняет речевое общение и регулирует межличностные отношения. Особая роль отводится репрезентации эмоциональных состояний общающихся. В структуре невербального поведения человека определяющую роль играет кинесика. Выразительные движения и мимика оказывают наибольшее влияние на процессы социальной перцепции. Рисованный юмор впитывает в себя все элементы невербального поведения, являясь своеобразным атласом характерных поз и жестов человека, «усиленных» средствами комического. Актуальной проблемой является обучение распознаванию невербального поведения (сопе-

реживанию, имитированию, проецированию, анализу ситуаций), разработка оригинальных методов, способствующих развитию социально-перцептивных умений, для чего, в частности, может быть использован и рисованный юмор.

# 2.7. Рисованный юмор как форма фиксации невербального поведения

Определим более строго понятие *рисованный юмор*. Рисованный юмор – это комическое, зафиксированное на плоскости в виде рисунка (Рис. 9). Оно имеет три модификации: карикатуру, юмористический рисунок и шарж. По «мере смеха» карикатура занимает один из полюсов смеха с такими категориями комического, как сатира, а по приемам смыкается с анекдотом, являясь по сути его разновидностью.

Юмористический рисунок находится на противоположном полюсе комического, т.к. смыкается с понятиями юмора и комикса. Шарж — это шутка, включающая черты пародии, которая должна занимать промежуточное по тону положение.

Введем понятие невербального комического, под которым будем понимать элементы комизма, выраженные в мимике, позах, жестах, взглядах и т.д., то есть имеющие невербальную природу (Рис. 9). С этой точки зрения рисованный юмор (карикатура, шарж, юмористический рисунок) — это неподвижное невербальное комическое, то есть зафиксированное на бумаге в виде рисунка, застывшее в определенный момент времени в позах и жестах. Термин «невербальное комическое» может быть использован для обозначения карикатуры, шаржа или юмористического рисунка в тех случаях, когда необходимо подчеркнуть их невербальную природу.

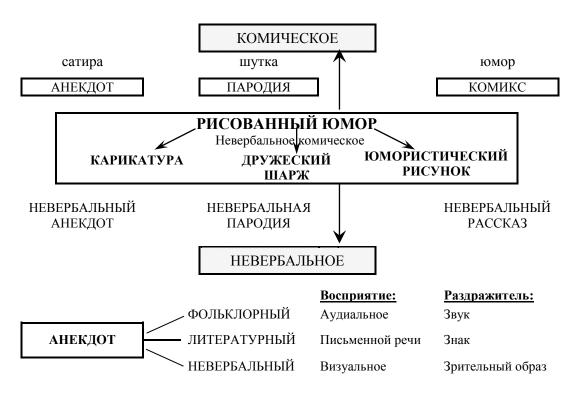


Рис 9. Рисованный юмор. Невербальное комическое. Невербальный анекдот

Рассматривая закономерности комического на примере анекдота, Г.Д.Сюнькова (Сюнькова, 1994) определяет его как жанр публицистики, который имеет такие отличительные черты, как текучесть, летучесть, живость, социальнополитические функции, философский подтекст, концентрированность выражения проблемной ситуации, помощь в восприятии и сближения читателя с автором и провокационный характер. Жанровым признаком анекдота является новизна, парадоксальность проблемы, что побуждает к ассоциативному мышлению, к расшифровке этого парадокса не только в контексте миниатюры, но и в контексте жизни. Карикатуру можно рассматривать как разновидность анекдота. Литературный и фольклорный варианты анекдота, отмеченные Г.Д.Сюньковой, могут быть дополнены понятием «невербального анекдота». Такая схема оправдана с точки зрения модальности восприятия (Рис. 9). Карикатура содержит все признаки анекдота и отличается принципиально тем, что часть слов (текста) заменена рисунком. Крайний вариант – подпись «Без слов». Карикатура имеет свои преимущества. Карикатура более чем анекдот, сжимает время восприятия. Видим сразу все. А в анекдоте, читая, вникаем в суть поэтапно. Парадоксальность передана в статике. То, что трудно описать словами, иногда легче показать в виде рисунка, особенно заостряющего, преувеличивающего, как бы облегчающего процедуру его понимания.

Комикс — это юмористический рассказ в картинках. Для восприятия невербального комического интересен тем, что передает динамику, как бы разворачивая невербальное комическое во времени и пространстве, «оживляя» его.

Взгляд на рисованный юмор как на невербальное комическое высвечивает его явные *достоинства* в процессе восприятия:

- 1) повышает интерес и настроение;
- 2) облегчает процесс восприятия за счет заострения, преувеличения (преуменьшения), доведения до абсурда и т.д.;
- 3) затрагивает «визуальный канал» восприятия, что для большинства людей предпочтительнее;

- 4) упрощает процесс восприятия за счет схематичности и простоты изображения;
- 5) экономит время восприятия за счет краткости, концентрированности, сосредоточенности на сути происходящего.

Как правило, большинство исследований, где предлагается опознать невербальное поведение, строятся на предъявлении различного рода изображений: фотографий, рисунков, схем, кинофильмов. В.А.Лабунская саму организацию *стимульного материала* рассматривает как форму фиксации невербального поведения и делает следующие выводы (Лабунская, 1986, с. 65): представленное актером невербальное поведение лучше опознается, чем естественное, спонтанное; успешнее опознается профессионально изображенное невербальное поведение; динамические стимулы легче опознаются, чем статические; опознание психических явлений по целостному невербальному поведению осуществляется быстрее и точнее, чем по отдельным его элементам.

И.В.Введенский (Введенский, 1978) утверждает, что разный стимульный материал дает разные результаты. Успешность распознавания эмоций зависит от половой принадлежности испытуемых. По восприятию фотографий разницы не замечено, а вот по рисункам-схемам женщины определяли эмоции лучше. Восприятие кинофильма этого вывода не подтвердило. Можно предположить, что изучение самого стимулирующего материала, его особенностей, преимуществ и недостатков представляет собой отдельное направление психологических исследований. Рисованный юмор (карикатура, шарж, комикс) — это интересный и своеобразный материал для дальнейшей работы.

Главным выводом по исследованию невербального комического стала мысль о возможности использовать его в качестве стимула для обучения восприятию невербального поведения. Перечень достоинств рисованного юмора может быть расширен.

1. «Искусственный» момент, т.е. шаржи, карикатуры усиливают выразительность по сравнению с естественной спонтанной ситуацией в жизни.

- 2. Профессионализм изображения. Отбираются только рисунки признанных классиков карикатуры, отличающихся глубиной психологического мышления.
- 3. Наличие динамической составляющей. Используются серии рисунков (комиксы), как бы воспроизводящие динамику события.
- 4. Сочетание целостного и элементного восприятия невербального поведения. Возможно изучение поз, жестов... и ситуации в целом.

Рисованный юмор можно рассматривать как форму фиксации невербального поведения. Рисованный юмор (как невербальное комическое) является своеобразной иллюстрацией основных *способов выражения* невербального поведения. Художники невербально описывают поведение людей, используя *приёмы*, аналогичные приемам распознавания невербального поведения.

- 1. Эмпатия. Хорошая карикатура или шарж всегда передают те чувства, которые испытывал к объектам осмеяния рисующий их художник.
- 2. *Имитирование*. Комическое изображение жестов, поз, мимики это «имитирование в квадрате», предполагающее сознательное преувеличение и заострение самого существенного.
- 3. Проецирование. Дружеский шарж, как правило, выражает одно через другое. Выбор графической метафоры не случаен: основная задача такой проекции передать смысл, высветить характерные особенности личности (шарж на А.Райкина в виде театральной маски).
- 4. Анализ ситуации. Художник «анализирует» ситуации графическими средствами, сопоставляя несопоставимое, затрагивая самые разные социальные темы, предоставляя безграничную возможность сравнивать варианты «видения проблем» с разных точек зрения.
- 5. Дополнительный способ, уникальность которого связана с характерной особенностью невербального комического, «геометрическое кодирование», т.е. использование геометрических закономерностей или их нарушений (соотнесение размеров, пропорциональность форм, пространственная ориентация).

Таким образом, рисованный юмор, понятый как невербальное комическое, имеет два явных преимущества: элемент комизма и элемент невербальности. В процессе его восприятия актуализируются положительные эмоции, распознавание невербального поведения упрощается за счет схематичности и вместе с тем точности изображения. Многообразие жизненных ситуаций, отображенных в карикатуре, расширяет пространство восприятия за счет воображения. Возможность использовать приемы остроумия при вербализации невербального поведения расширяет число вариантов.

**ИТАК, во второй главе** обозначены факторы и закономерности социального восприятия, отмечена особая роль в нем невербального поведения, определены понятия социальноперцептивных способностей и умений, обоснована возможность развития социально-перцептивной компетентности и определено место юмора в процессах социальной перцепции.

Главными выводами можно считать следующие. Факторы социальной перцепции (Что воспринимается? Как интерпретируется?) могут быть рассмотрены с разных позиций: 1) со стороны объекта — это факторы внешнего облика, состояния, общественных и личных связей между людьми, а также личностный, ценностный, статусный, поведенческий, гендерный, возрастной и культурно-психологический; 2) со стороны субъекта — это все факторы объекта, кроме внешнего облика; 3) факторы субъект-объектных взаимодействий (совместная деятельность, общественные и межличностные отношения).

Восприятие рисованного юмора ограничивается субъектобъектными отношениями. С позиции субъекта можно рассматривать общие социально-перцептивные способности (как способности к восприятию и пониманию человека) и специальные социально-перцептивные способности восприятия комического, по отношению к которым специальными можно считать социально-перцептивные способности, связанные со спецификой восприятия рисованного юмора. Социально-перцептивные способности развиваются в процессе деятельности, обусловленной восприятием человека человеком, в состав которой входят социально-перцептивные

умения, в том числе социально-перцептивные умения восприятия комического вообще и рисованного юмора в частности. Познание человека – это поэтапное проникновение в его внутренний мир. В процессе познания человека можно выделить три этапа: 1) наблюдение (восприятие внешнего облика), 2) оценку личностных черт и поведения, 3) понимание установок и ценностных ориентаций. Понимание юмора имеет принципиальное отличие – это понимание «изнутри»: сначала происходит разгадка главного противоречия, провоцирующая смех, затем осознание его причин и составляющих. Что не понято, то не смешно. Рисованный юмор (карикатура, юмористический рисунок и дружеский шарж) имеет ряд особенностей, главной из которых является наличие двух взаимодополняющих элементов: комизма (преувеличения, заострения) и невербальности (изображения поз, жестов, мимики). Термин «невербальное комическое», обозначающий карикатуру, подчеркивает ее достоинства в процессах социального восприятия. Взгляд на карикатуру как на «невербальный анекдот» позволяет подчеркнуть ее жанровые особенности. Юмор как элемент социально-перцептивного процесса имеет свои отличительные особенности и проявления во всех основных закономерностях, установленных социальной психологией, таких, как селективность, стереотипизация, идентификация, рефлексия, эмпатия, атрибуция, установка, аттракция, эффекты ореола, новизны, первичности. Рисованный юмор представляет собой оригинальную форму фиксации невербального поведения и может служить основой для развития умения его распознавать.

# Вопросы для самопроверки

- 1. Феномен комического глубоко изучает:
- A- психология; B- эстетика; B- философия;  $\Gamma-$  все ответы верны.
- 2. Какая из теорий комического объясняет следующее положение: «Смешное есть некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющая страдания»?
- A теория деградации; B ... отрицательного свойства; B ... противоречия;  $\Gamma$  ... контраста.
- 3. Какая из моделей комического соответствует утверждению, что причиной смеха является «несоответствие ожидаемому»?
- A теория противоречия; Б ... контраста; B ... отклонения от нормы;  $\Gamma$  ... пересекающихся мотивов.
- 4. Идея экономии психической энергии за счет остроты принадлежит:
  - А Выготскому; Б Бахтину; В Бергсону; Г Фрейду.
- 5. Чья идея: «Наличие косности и автоматизма в живом существе противоречит сущности природы и поэтому кажутся смешными»?
  - А Фрейда; Б Выготского; В Бергсона; Г Бахтина.
- 6. Эпохе Возрождения наиболее свойственны формы смеха:
- A праздничный, карнавальный смех; B литературный смех; B «отрицательный», высмеивающий пороки смех;  $\Gamma$  все ответы неверны.

# 7. Что неверно?

A – смешное шире комического; Б – смешное всегда комично; B – комическое порождает социально окрашенный смех;  $\Gamma$  – смех – всегда реакция личная, и не всегда – общественная.

# 8. Форма иронии:

A — намек;  $\,$  Б — шутка;  $\,$  В — насмешка;  $\,$   $\!\Gamma$  — все ответы верны.

# 9. Что ближе всего к «положительному полюсу комического»?

A- шутка; B- насмешка; B- ирония;  $\Gamma-$  комедийный намек.

## 10. Комедийное преувеличение в подражании, это:

A – пародирование; B – окарикатуривание; B – гротеск;  $\Gamma$  – все ответы неверны.

# 11. Комедийное преувеличение, придающее образу фантастический характер, это:

A — пародирование;  $\hat{B}$  — окарикатуривание; B — гротеск;  $\Gamma$  — шаржирование.

#### 12. Функцией комического является:

A- психологическая защита; B- агрессия; B- воспитание;  $\Gamma-$  все ответы верны.

# 13. Чувство юмора – это (найти неверный ответ):

A – умение создавать смешное; Б – умение видеть смешное; B – свойство личности;  $\Gamma$  – одно из социальных чувств человека.

# 14.К какой подструктуре схемы невербального поведения человека нельзя отнести смех?

A- кинесика; B- такесика; B- экстралингвистика;  $\Gamma-$  ни к какой из предложенных.

# 15. Что является способом опознания невербального повеления?

A- эмпатия; B- имитирование; B- проецирование;  $\Gamma-$  все ответы верны.

# 16. Что наиболее полно отражает определение понятия «невербальное комическое»?

A-комизм, выраженный в позах и жестах; B- рисованный юмор; B- дружеский шарж;  $\Gamma-$  все неверно.

# 17. Карикатура – это «анекдот», но какой?

A — невербальный; B — литературный; B — фольклорный;  $\Gamma$  — все ответы верны.

# 18. Что является достоинством рисованного юмора?

A — повышает интерес и настроение; Б — затрагивает визуальный канал восприятия; B — экономит время восприятия;  $\Gamma$  — все ответы верны.

# 19. Что может быть продуктом юмористической деятельности?

A- карикатура; B- реклама; B- фельетон;  $\Gamma-$  все ответы верны.

## 20. Зарубежные карикатуристы:

A- Бидструп; B- Кукрыниксы; B- Тильман;  $\Gamma-$  все ответы верны.

## 21. «Кукрыниксы» – это псевдоним художника:

A- Куприянова; B- Крылова; B- Соколова;  $\Gamma-$  все ответы верны.

# 22. Социальная перцепция, это:

A – процесс восприятия окружающего мира; B – процесс восприятия социальных объектов; B – процесс восприятия конкретного человека;  $\Gamma$  – все ответы неверны.

# 23. Что неверно?

A — способности включают в свою структуру умения; B — способности — система понятий, усвоенных человеком; B — умение — знание в действии;  $\Gamma$  — человек наделен лишь общими способностями.

# 24. Какие умения являются социально-перцептивными умениями восприятия комического?

A — реагировать на комическое;  $\Gamma$  — использовать приемы остроумия; B — сочувствовать осмеянному;  $\Gamma$  — все ответы верны.

# 25. Что нельзя отнести к факторам социальной перцепции с позиции субъекта?

 $A - \varphi$ актор внешнего облика;  $B - \Gamma$ ендерный фактор;  $B - \varphi$ актор общественных отношений;  $\Gamma - \varphi$  возрастной фактор.

# 26. Что является закономерностью социального восприятия:

A- аттракция; B- импринтинг; B- аффилиация;  $\Gamma-$  альтруизм.

## **27.**Структура социально-перцептивной компетентности включает:

A — свойства личности, качества личности, способности; B — знания, эмоции, социально-перцептивные умения; B — восприятие объекта, особенности субъекта, субъектобъектные отношения;  $\Gamma$  — все верно.

#### 28. Что верно?

A – смех свойственен не только человеку; B – ни одно животное не способно смеяться; B – радость, а значит, и смех – базовая эмоция человека и высших животных;  $\Gamma$  – все ответы сомнительны.

#### 29.Смех – это:

 $A- \varphi$ изиологическая реакция;  $B- \varphi$  эмоциональное состояние;  $B- \varphi$  экспрессивное поведение;  $\Gamma- \varphi$  все ответы верны.

## 30.Юмор - это:

A – личностное свойство; B – юмористическая деятельность; B – продукт юмористической деятельности;  $\Gamma$  – все ответы верны.

## 31. Что неправильно?

A — понимание юмора — это «понимание изнутри»; B — что не понято, то не смешно; B — понять юмор — значит рассмеяться;  $\Gamma$  — все не верно.

#### 32.К какому понятию относится определение:

«\*\*\* — это объективные социально значимые противоречия, отраженные субъектом посредством актуализации эмоциональных состояний, сопровождаемых смехом»:

A – юмор; B – ирония; B – комическое;  $\Gamma$  – невербальный анеклот.

## 33. Приемом остроумия не является:

A- доведение до абсурда; B- неоднократное повторение; B- анализ ситуации;  $\Gamma-$  многозначное истолкование.

34. Какая закономерность восприятия юмора выражена в утверждении: «Не над всем и не всегда хочется и можно посмеяться»:

A- стереотипизация; B- идентификация; B- селективность;  $\Gamma-$  установка.

# 35.Прием познания человека через способность посмеяться над собой:

A — идентификация; B — эмпатия; B — атрибуция;  $\Gamma$  — верного нет.

# 36. Кажется, что клоунам всегда весело. Это:

A – эффект первичности; B – эффект ореола; B – эффект новизны;  $\Gamma$  – эффект проекции.

- **37.**Понять, почему смеются над тобой, значит увидеть себя со стороны глазами другого. Это:
- A стереотипизация; B эмпатия; B атрибуция;  $\Gamma$  рефлексия.
- 38. Дружеский шарж, как правило, содержит графическую метафору, то есть выражает одно через другое. Как называется в данном случае способ выражения невербального поведения?
- A имитирование; B геометрическое кодирование; B эмпатия;  $\Gamma$  проецирование.
- 39. Какое из утверждений является концептуальной основой «игротерапии для взрослых»?
- A ребенок во взрослой личности это источник радости и творчества; Б «разбудить в себе ребенка» элемент личностного роста; B «крокодил, кошка, тюлень... это мы!»  $\Gamma$  все важно.
  - 40. Состояние, когда использование юмора опасно:
- A плохое настроение; B печальные воспоминания; B уныние;  $\Gamma$  все неверно.
  - 41. Наука о том, как использовать смешное:
- - 42. Какое из упражнений тренинга вы запомнили?
- A- «Пословицы и поговорки»; B- «Темперамент»; B- «О чем говорят лица»;  $\Gamma-$  любой ответ верен.
- 43. «Встать перед зеркалом и... посмеяться над собой» это:
- A игротерапия для взрослых; B юморобика; B тренинг юмористических фраз;  $\Gamma$  верно все.
- 44. Кому принадлежат слова «Смех человека может сказать о его характере гораздо больше, чем психологическое обследование»?
- А Достоевскому; Б Выготскому; В Фрейду;  $\Gamma$  Мэю.

# **Глава 3.** ЮМОР В ПРАКТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

# 3.1. Основные направления практического использования юмора

Юмор используют практические психологи, которые, исходя из своей профессиональной интуиции, изобретают «юмористические технологии», помогающие им достигать пели.

Первый, самый очевидный, вариант связан с идеей эмоционального присоединения к клиенту и создания благоприятной эмоциональной атмосферы. С этой целью используют шутки, анекдоты, каламбуры, не отягощенные большой смысловой нагрузкой. Цель — производство «веселья», актуализация радости, снятие напряжения.

Второй вариант связан с особой интеллектуальной переработкой информации, поступающей от клиента, и той, которую ему надо сообщить. Это «эриксоновский гипноз», НЛП, сказкотерапия, психодрама, игровая терапия и т.п., когда содержание юмористических фраз и комических движений имеет особый смысл, понимаемый в контексте проблем клиента. В качестве примера можно привести «технику метафорического клиента» А.Я.Варги, применяемую в системной семейной психотерапии (отсутствующего или придуманного человека заменяют любым предметом, с которым возможны некоторые действия) (Варга, 1996).

Третий вариант призван использовать принцип позитивного мышления. Позитивное переформулирование — это пересказ проблемы другими словами (как правило, с юмором), который помогает увидеть наилучший вариант ее решения. В.А.Ананьев пропагандирует техники «За...», также предназначенные для решения проблем с помощью актуализации позитивных мыслей и состояний (проблему можно ЗАесть, ЗАспать и т.п.) (Ананьев, 1998).

Четвертый вариант требует особой профессиональной подготовки. В данном случае юмор используется в качестве оружия, направленного на самого клиента, исходя из прин-

ципа «чем хуже, тем лучше». Проблема сознательно усиливается, «доводится до абсурда», что помогает «перекинуть» состояние, близкое к «слезам», в состояние, близкое к «смеху». Конечно, человеку, попавшему в сложную жизненную ситуацию, «не до смеха». Легче («ближе») довести его до слез, чем заставить засмеяться. Но комическое при определенных условиях граничит с трагическим, и на смену сильных негативных эмоций приходят не менее сильные позитивные. Так работает одна из психологических защит. Этому есть теоретические подтверждения. А.Т.Злобин обосновал «волновую теорию эмоций», в которой высказана мысль о том, что на смену любой эмоции обязательно придет эмоция, ей противоположная (например, грусть неизбежно компенсируется радостью) (Злобин, 1991). Смех долго выдержать невозможно, он «доводит до слез», и слезы иногда вызывают смех (А.Н.Лук отметил, что некоторые люди смеются на похоронах, не выдерживая прессинга негативных эмоций). Задача психолога-профессионала определить, «куда ближе» – к смеху или к слезам, - и умело «довести человека» до нужного состояния, в результате которого он почувствует себя лучше и сможет найти выход из ситуации. О такой возможности говорит Р.Мэй, подчеркивая, что цель «встряски» вовсе не в том, чтобы причинить человеку лишние страдания, а в том, чтобы предотвратить более серьезный и непредсказуемый кризис, к которому могут привести накопившиеся переживания (Мэй, 1994). Это вариант известной техники В. Франкла, в основе которой лежит «парадоксальная интенция» (Франкл, 1997). Он был убежден, что использование юмора помогает человеку дистанцироваться от своих проблем, увидеть себя со стороны, стать «выше», «над» проблемой, а значит, став сильнее и умнее, найти способ избавления от страданий. Американским психологом Ф.Фарелли предлагается подобная техника, названная им «провокационной терапией» (Фарелли, 1996).

Пятый вариант предполагает использование юмора для психодиагностики. Юмор у каждого человека проявляется по-разному, приобретая черты устойчивых состояний или акцентуаций. Оригинальное, «нестандартное» чувство юмора

может быть как признаком болезни, так и признаком уникальности человека. Задача психолога — обратить внимание на особенности отношения человека к юмору и умело их проинтерпретировать. Об этом рассуждает врач-невропатолог и психолог А.Н.Лук, останавливаясь на проблеме «патологического остроумия» (Лук, 1977).

Тему здоровья в фокусе проблемы смеха развивает самарский медик Н.Стасишина (Стасишена, 1998). Она считает смех бесплатным лекарством и ссылается на научные исследования, проведенные в этом направлении. Оказывается, что припадок смеха в физиологическом плане является результатом сильного умственного возбуждения. В процессе смеха организм активнее вырабатывает вещества, которые подавляют депрессию. В США смехом лечат астму, мигрень, боли в спине, сексуальные расстройства, укрепляют сердце, нормализуют кровяное давление, пищеварение и сон. Французские психологи утверждают, что под воздействием смеха организм омолаживается, одна минута смеха заменяет 45 минут релаксационного тренинга и действует как дополнительная доза витамина С. Смех — гимнастика для кишечника, смех очищает верхние дыхательные пути и улучшает циркуляцию крови. Н.Стасишина поддерживает идею создания смехотерапевтической методики в качестве искусственного стимулятора хорошего настроения.

тора хорошего настроения.

В наше время потребность в юморе подпитывается всеобщим разочарованием, паникой и путаницей, вызванными настоящим шквалом перемен. Эту мысль, так подходящую для современной России, высказали американские ученые С.Меткалф и Р.Фелибл. Они разработали систему занятий, на которых обучают техникам создания смешного, помогают использовать себе на благо удивительные силы, таящиеся в юморе (Меткалф, Фелибл, 1997). «Юморобика» — это система физических и духовных упражнений, которые дают возможность немного поиграть. Главная задача — обрести контроль над своими страхами и научиться здоровому риску.

контроль над своими страхами и научиться здоровому риску.

С.Меткалф и Р.Фелибл предупреждают, что не во всех жизненных обстоятельствах уместно использовать юмор.

Существует невидимый, интуитивный барьер, за которым

применение юмористических технологий становится кощунственным. Это такие ситуации, как тяжелая болезнь, смерть близких, природные катаклизмы, техногенные катастрофы и т.п. А вот такие сферы, как семейные и межличностные отношения, легкое и среднее недомогание, некоторые виды депрессий, алкоголизм и многое другое, — вполне допускают сознательное использование юмора в психокоррекционной технологии. Различают позитивный и негативный юмор. Позитивный юмор возможен среди знакомых людей. Они как бы заручаются согласием друг друга на веселье, шутки и смех, укрепляющие их взаимоотношения. Негативный юмор — это нападение, замаскированное шуткой, что позволяет обидчику уйти от ответа за свою недоброжелательность. С.Меткалф и Р.Фелибл составили *таблицу юмористического этикета* (Табл. 3).

Таблица 3. Таблица юмористического этикета

Добрый юмор	Злой юмор
Объединяет в понимании сложности и ответственности	Разделяет и ищет виноватых
Смеется над собой	Смеется только над другими
Помогает найти решение	Ничего не решает
Снимает напряжение	Усиливает напряжение
Укрепляет уверенность в своих силах	Разрушает уверенность в своих силах
Радует всех вокруг	Заставляет грустить других

Юмор может быть созидательным и разрушительным. Как утверждал З.Фрейд, «юмор позволяет нам быть злобными, сохраняя при этом видимость приличий и достоинства» (Фрейд, 1990). Поэтому рекомендации по использованию юмора должны быть гибкими. Прежде, чем шутить, надо очень внимательно присмотреться к себе и своей аудитории.

Смех, как утверждают некоторые американские социологи, играет в жизни огромную роль, но только в том случае, если смеются «по всем правилам». По мнению социологов, 60% женщин не умеют этого делать. В Нью-Йорке открыт специальный институт, где за 200 долларов представительниц прекрасного пола научат «очаровательно» улыбаться.

Смех используют и на экзаменах. Как помочь студентам, которые волнуются, теряют на экзаменах дар речи? По мнению американских психологов из университета штата Нью-Йорк, помочь таким студентам может... смех. Для проверки этой гипотезы был поставлен опыт. Перед экзаменом по химии 215 студентов разбили на три группы. В первую группу вошли сильно волнующиеся студенты. Во вторую – с меньшими признаками волнения и, наконец, в последнюю группу – не боящиеся экзаменов. Студенты первой группы получили экзаменационные билеты, в которых все вопросы были составлены в юмористической форме. Второй группе предложили билеты, где с юмором была составлена лишь половина вопросов, а третья группа получила вопросы, сформулированные обычным, сухим теоретическим языком. В результате почти все студенты первых двух групп успешно справились с экзаменом, в то время как многие студенты третьей группы провалились. Психологи предполагают, что юмор помогает студентам собраться, подготовиться к ответу. Правда, не каждый вопрос в билете можно окрасить юмором. Как, например, придать шутливую форму такому вопросу: «Влияние молекулярной теории на прогнозирование результатов химических реакций»?

# 3.2. Практикум по освоению юмористических приемов эмоциональной саморегуляции

Юмор – это очень серьезно! Юмор может многое, если не все!

<u>Цель</u> – развитие чувства юмора и остроумия, освоение юмористических приемов, с помощью которых возможно улучшение процессов эмоциональной саморегуляции и выработка эффективного стиля поведения.

#### <u>Задач</u>и:

- 1. Научить шутить и смеяться тех, кто делает это недостаточно часто.
- 2. Разумно ограничить тех, кто превратил свою жизнь в сплошную комедию.
- 3. Улучшить «качество юмора» прирожденных или профессиональных юмористов.

#### Общие рекомендации:

- 1. Смотреть на жизнь с оптимизмом, определяя ее «цвет»: если преобладают темные тона, то иногда «надевать розовые очки»; если и без очков все «в розовом цвете», то иногда «снимать розовые очки», чтобы «все стало вокруг голубым и зеленым». Юмор призван не столько «повышать настроение», сколько уравновешивать его: «поднимать» при депрессии и «опускать» при эйфории.
- 2. «Шутить всегда, шутить везде», но в меру, не превращаясь в «салонного дебила», над шутками которого смеется только он сам. Помнить о том, что существуют ситуации, в которых юмор категорически противопоказан.
- 3. Соблюдать «субординацию» старший по званию шутит первым, подчиненный смеется всегда! Искренний смех предпочтительнее среди равных.
- 4. Культивировать в себе «добрый юмор», направленный на улучшение самочувствия и достижение цели; приглушать «злой», который ухудшает состояние.
- 5. Копить «юмористический опыт», вырабатывать «индивидуальный стиль юморения», учась на своих удачах и ошибках других. Собирать удачные шутки, анекдоты, крылатые фразы, шаржи, карикатуры и иные продукты юмористической деятельности, имеющие психотерапевтическое значение, чтобы в нужный момент воспользоваться самому или оказать помощь другому.

<u>Упражнение-тест</u> «Проверь себя на чувство юмора» (из практикума М.В.Мусийчук). Направлено на экспрессдиагностику своего эмоционального состояния и оценку своих потенциальных возможностей. Для более глубокого самоисследования можно использовать тест Г.Айзенка – Г.Вильсона (Айзенк Г., Вильсон Г. Как измерить личность. М., 2000.

284 с.), тест Е.Генкина (Генкин Е. Психологические опыты. СПб., 1997), тест из сборника О.А.Никитиной (Личность. Карьера. Успех // Сост. О.А.Никитина. СПб., 1996. 608 с.). Выберите подходящий, на Ваш взгляд, вариант ответа:

- 1. Почему мужчины-бизнесмены не носят длинных волос?
  - А. Экономят на шампуне и завивке.
  - Б. Боятся, чтобы их не перепутали с женщинами.
  - В. Боятся, чтобы их не перепутали с рок-музыкантами.
  - 2. Почему люди не причесываются вилкой?
    - А. Это опасно, можно уколоться.
    - Б. Это долго.
    - В. Это негигиенично.
- 3. Почему люди никогда не жарят яичницу на поверхности утюга?
  - А. Она растекается.
  - Б. Вверх ногами утюг неустойчив.
  - В. После этого сложнее гладить.
- 4. Какой вариант фразы вам кажется наиболее смешным?
  - А. Чем дальше хочешь прыгнуть, тем ниже надо согнуться.
  - Б. Чем дальше хочешь прыгнуть, тем больше надо прыгать.
  - В. Чем больше хочешь, тем больше надо.
- 5. Какой вариант продолжения фразы вам кажется более смешным? «Людоеды жалуются на обилие...»
  - А. Тощих людей.
  - Б. Черствых людей.
  - В. Умных людей.

Обработка результатов.

За каждый ответ, совпавший с ключом, поставьте один балл.

КЛЮЧ: 1А, 2Б, 3В, 4А, 5Б.

Если вы набрали 5 очков из пяти возможных, пишите заявку на участие в КВН. Именно такие варианты ответов, согласно статистическому исследованию, выбирают официально признанные остряки. При более скромных результатах не расстраивайтесь – у вас все впереди!

Упражнение «Лимерик» (из практикума М.В.Мусийчук). Направлено на развитие умений производить на свет «веселую чепуху» — сочинять короткие стишки или просто подбирать рифмы. В сложной ситуации (например, перед экзаменом) бывает необходимо отвлечься и сохранить душевное равновесие. Задание очень простое, доступное любому человеку, даже далекому от поэзии. Сочинять лимерики можно в транспорте, по пути на работу, в одиночестве или в группе друзей.

«Лимерик» (жанр создан Э.Лиром) – это короткое пятистрочное стихотворение, в котором описывается веселая чепуха по определенным правилам. Первым приводится пример М.В.Мусийчук (он легко может быть заменен любым другим, например лимериками, которые сочинили самарские студенты):

Жил-был старичок из Киото, Постоянно жалевший кого-то, Он увидел лягушку И метнул ей ватрушку, Благородный старик из Киото.

Жила-была Маня в Самаре, Возила корову в трамвае, Поила водою, Кормила травою, Та Маня в трамвае в Самаре.

Жил на льдине большущий тюлень, Все ему было делать лень, И ходить и ползти, И хвостом потрясти, Вот такой был ленивый тюлень.

Жил на свете осьминог, Много рук и много ног, Обнимал свою подружку, Зацепился за ракушку, Бедный страстный осьминог!

Алгоритм создания «шедевра» прост: первая строка содержит указание на героя, во второй дана его характеристика, в третьей и четвертой герой что-то делает, последняя повторяет первую и привносит экстравагантный эпитет.

#### Упражнения-юморобики

<u>Упражнение</u> «Козел отпущения». Для его выполнения необходим несложный реквизит – кубик с точками на гранях (используется в большинстве настольных игр).

Необходимо придумать для себя любое задание: присесть, хлопнуть в ладоши, подпрыгнуть, спеть песенку, прокричать петухом. Кинуть кубик и сделать то, что придумано столько раз, сколько «выпало» точек на грани (от 1 до 6). Идея – в правильной интерпретации. «Везение» можно рассматривать по-разному. Людям с выраженным мотивом достижения цели «везением» будет казаться большое количество «точек». Для того, кто больше ориентирован на избегание неудач, «шесть раз сделать что-то» – это «невезуха». Такие люди склонны ощущать себя «козлом отпущения». Необходимо научиться ощущать свою «везучесть» в любой ситуации: повезло, если выпало много, и повезло в другом смысле, если дурацкое движение пришлось повторить лишь раз («Бог спас»). Если умело варьировать заданиями, можно добиться удивительных результатов – выработать привычку радоваться любым событиям и извлекать из них максимальную пользу («Все к лучшему»), а также развивать силу воли (например, заставить себя таким образом делать зарядку по утрам). Хорошее настроение гарантировано!

<u>Упражнение</u> «Дружеский шарж». Предлагается рисовать дружеские шаржи на значимых для себя людей. Способности к рисованию не имеют значения. Техника шаржирования

позволяет сильно отклоняться от правдоподобия и не заботиться о высоком качестве своего «произведения». Главное – выразить, отследить и переработать те чувства, которые явились причиной эмоционального дискомфорта. Возможны следующие варианты.

Автошарж. Если причиной плохого самочувствия или настроения являетесь Вы сами (приступ «самобичевания»), то рекомендуется нарисовать «дружеский шарж на самого себя». Так как Вы в этот момент относитесь к себе как к врагу, сильно «дружеским» шарж не получится, рисунок будет больше напоминать «политическую карикатуру». Таким образом, Вы увидите свои недостатки. Их можно усилить - сознательно подрисовывая отягощающие детали, преувеличивая физические несовершенства до тех пор, пока Вам не удастся весело рассмеяться. Можно пойти «в другую сторону» и попытаться себя приукрасить – подрисовать красивую одежду, убрать то, что не нравится, и, «достигнув совершенства», успокоиться. Можно превратить рисование в привычку и использовать автошарж в качестве экспресс-психодиагностики (Как я выгляжу сегодня? Как я к себе отношусь?) Попросите друзей нарисовать на Вас дружеский шарж – узнаете о себе много интересного.

Дружеский шарж на своего врага. В моменты гнева, направленного на человека, явившегося причиной ваших негативных эмоций, вместо того, чтобы вступать с ним в открытый конфликт или мучительно переживать, «сжигая себя изнутри», нарисуйте на него карикатуру. Выразите невербально все то, что вам хотелось бы ему высказать вслух. Постарайтесь высмеять его и все его недостатки: «подрисуйте усы», элементы одежды, различные предметы — сделайте с ним все, что вам хочется (можно даже «застрелить», нарисовав пистолет, или «уничтожить», порвав рисунок). В процессе этой «работы» вам наверняка станет весело...

Можно поступить иначе: заставить себя «полюбить» этого человека... и нарисовать действительно дружеский шарж, подмечая те детали, которые его украшают и не имеют прямого отношения к вашей ссоре (например, «у него красивые глаза, он заботливый отец, у него чудесная внучка»).

Может быть, Вам удастся разглядеть и объективно оценить достоинства этого человека, что поможет изменить к нему отношение и погасить свои отрицательные эмоции.

Дружеский шарж на своего друга. Предлагается рисовать дружеские шаржи на любых людей: знакомых, незнакомых, любимых, родных, развивая свою «эмпатичность», то есть умение сочувствовать, сопереживать, радоваться успехам другого, подмечая в людях общее и особенное, характерные черты личности, детали внешности, особенности поведения. Удачные рисунки, те, что понравятся Вам самим, можно дарить тем, на кого они нарисованы, или показывать другим как загадку «Кто это?».

Увлекательное, эмоциональное насыщенное занятие доставит радость познания себя и другого.

<u>Упражнение</u> «Юмористическое перефразирование». Очень полезно научиться формулировать позитивные установки. В принципе любую фразу можно «переделать» так, чтобы она звучала, как установка, совет или нравоучение. Лучше обращать внимание на изначально «позитивные» мысли и с помощью юмористического преувеличения заострять тот аспект, контекст или качество, которые потенциально содержатся в фразе и актуальны для Вас в определенной ситуации. Основой могут служить любые фразы: «крылатые», обычные, собственного изобретения или заимствованные из периодической печати и речи собеседников. Они должны быть короткие, не просто смешные, а с определенным «психотерапевтическим» смыслом. Ваша задача – их видоизменить, приукрасить или продолжить, чтобы стало «еще смешнее». Хорошо бы со временем накопить словарик не просто любимых фраз, а тех, которые Вам действительно помогают при определенных обстоятельствах. Их может быть не очень много, но они должны быть «высокого качества» и разного «спектра действия», в зависимости от особенности тех состояний, в которых Вы, как правило, пребываете. Повторяйте «юмористические нравоучения» перед сном, в моменты замешательства или скуки. Например (Табл. 4):

Таблица 4. Юмористические нравоучения

Крылатые фразы	Юмористическое перефразирование
Да здравствуют трудности –	Да здравствуют радости!
ими растем!	(Расти уже некуда)
Хотелось как лучше, а получи-	Хотелось – как всегда, а получи-
лось – как всегда.	лось – лучше!
Будет лучше, чем Вы ожидали!	Случится это раньше, чем Вы
	думали.
	Й радости Вашей никто не от-
	нимет у Вас!
Не подходите ко мне близко,	Подойдите ко мне близко! Не
я тигренок, а не киска!	тигренок я, а киска
Идет бычок, качается, вздыха-	Идет бычок, качается, бормо-
ет на ходу: «Ой-ой, доска кон-	чет на ходу: «Ура! Доска конча-
чается, сейчас я упаду».	ется! И я не упаду!»
«Помни, не забывай»	Помни. Не вспоминай!
(песня).	
Старый друг лучше новых двух.	Новый друг лучше старых трех.
Не всякая кучка – могучая.	И простая кучка может ока-
	заться могучей! (Папка с доку-
	ментами)
Разрешить можно многое	Разреши себе не помнить и не
	возвращаться.
Если мысль стоящая – она вер-	Если не вернется – она не сто-
нется!	ящая!
Не откладывай на завтра то,	Не делай сегодня то, что мож-
что можно сделать сегодня.	но не делать.
Делай, что можешь, и удача	Чего можешь не делать – не
тебе улыбнется!	делай!
	Не разгребай чужую шелуху
Кто ясно мыслит, тот ясно из-	Разрешите себе молчание
лагает.	
Одно дело слушать, а другое –	Услышишь, не прислушиваясь!
слышать.	Не слушая, услышишь!
	Слушая, пропускай мимо ушей!
Незавершенный гештальт, как	Не плоди детей. Планируй рож-
ребенок, требует постоянного	даемость.
внимания.	

Девушка, как вас зовут? Смот-	Идем вместе! Как Вас зовут?
ря куда	Смотря с кем
(любимый анекдот 3.Фрейда)	
Жить – хорошо, а хорошо	Жизнь хороша, если жить не
жить – еще лучше.	спеша.
За все приходится расплачи-	От всего можно устать. Даже
ваться. Усталостью.	от зарплаты.
Чего не сделаешь для един-	Чего не сделаешь для един-
ственного ребенка!	ственного друга, тем более, ес-
	ли он – ребенок.
Путь к сердцу мужчины – через	Путь к сердцу мужчины – через
его желудок.	голову (его интеллект).
Что НИ делается – к лучшему.	Что HE делается – еще лучше!
В здоровом теле – здоровый дух.	Здоровому духу – здоровое те-
	ло!

<u>Упражнение</u> «Чем хуже, тем лучше!». Направлено на развитие абсурдного мышления, которое иногда оказывается эффективнее позитивного. Это касается состояний, из которых трудно выбраться «прямым» путем и предпочтительнее оказывается путь «в обход». Конечная цель одна и та же – достичь «положительного полюса эмоций». Находясь в той или иной жизненной ситуации, можно сознательно (но осторожно!) усилить ее негативные стороны или последствия. Хитрость состоит в том, чтобы «ухудшать» обстоятельства не «понемногу и постепенно», а резко, сразу формулируя абсурдный вариант («отрубать хвост собаке» не по частям, продлевая мучения, а делать «больно, но один раз», чтобы в один миг избавить от страданий). Осторожность заключается в том, чтобы оценить «силу удара» и его последствия: «бить наверняка и в нужное место». Результат – «на лице», Вы увидите его мгновенно! Тренироваться лучше на себе, постепенно перенося позитивный опыт на своих близких или клиентов. Техника настолько тонкая, интуитивная, что описать ее прямым текстом, разложив по полочкам, что, как и когда можно и нельзя говорить или делать, - очень трудно. Возможны лишь общие рекомендации. Следует помнить, что юмор в любых его формах применим в определенных пределах. Бывают обстоятельства, при которых он становится

настолько сильным оружием, что беззащитный человек (или Вы сами) может стать жертвой необдуманной «юмористической агрессии». Но для тех, у кого развита интуиция и способность к самоиронии, техника абсурда может оказаться эффективной (Табл. 5).

Таблица 5. Примеры абсурдного мышления

Обстоятельства	Пример абсурдного мышления
Головная боль	Хорошо быть всадником без головы!
Легкое недомогание	И болезнь бывает кстати: можно полежать
	в кровати Вспоминая, вспоминая Хо-
	рошо, что я больная!
Зубная боль	Зубы – на полку!
Профессиональные	Глупее меня только я сам.
проблемы	Он начальник? Я – дурак!
Измена	Зачем я, буренка, тебя продаю?

#### <u>Упражнение</u> «Искорки остроумия».

Рекомендуется в свободное от интеллектуальных занятий время заниматься «гимнастикой для ума» - сочинять оригинальные слова, термины, словосочетания, многие из которых могут оказаться смешными. (Наподобие рубрик «Очепятки», «Мимоходом» и др.) Несмотря на кажущуюся трудность, заключающуюся в том, что «научиться тому, что не дано, нельзя», следует помнить, что в принципе всем людям изначально «дано» все или очень многое. Как говорил Дейл Карнеги, нельзя узнать свои способности, не попробовав их применить. Ваши «творческие находки» не обязательно должны претендовать на звание «юмористического шедевра». Цель предлагаемой практики – уберечь себя от уныния, заполнить вынужденные периоды «творческого застоя», приобрести еще один способ самоутверждения. Удачными смешные слова могут выглядеть только в Вашем личном контексте и не иметь отношения к другим людям, хотя многими своими «искорками остроумия» Вы, наверняка, сможете поделиться с другими. Следует предупредить, что, как всякое творчество, юмористическое требует определенного вдохновения. Ваше негативное эмоциональное состояние

может не позволить вам «творить» в полную силу. Поэтому, необходимо иметь под рукой (в записной книжке), перед глазами (на стене перед столом) или просто в памяти десяток примеров, свидетельствующих о Вашем предыдущем «творческом подъеме». Заставьте себя повторить Ваши лучшие находки, задайте себе вопрос «Неужели это я?» – и вы наверняка эмоционально «раскачаетесь» и снова войдете в рабочее, творческое, состояние. Конечно, с этой целью не обязательно острить, можно перечитывать главы защищенной Вами диссертации, повторять выведенные Вами формулы, но изюминки собственного остроумия вдохновляют куда быстрее и эффективнее! После такой краткосрочной юмористической самопсихотерапии Вы наверняка будете способны написать очередную научную статью (примеры см. табл. 6).

## Таблица 6. Искорки остроумия

Самоирония: «Чучащаяся» – чучело, а не учащаяся! Чудесная ученица!

Я «выкуклилась»! (Распуталась с делами, или «наигралась»)

«Кошкофобия» – зависимость от случайностей («Кошка дорогу перебежала»)

«Кошкизм» – независимость от авторитетов («Кошка гуляет сама по себе»)

Танец втроем или чай вдвоем... (Любовный треугольник)

# Однопсишия из ИНТЕРНЕТа (от Д.Н.Леонтьева):

Общаясь, забываем друг о друге...

Мотив, мотив! Люблю тебя, как цель...

На Вашем фоне даже он – фигура...

Но-но! Извольте без акцентуаций!...

Нет, интеллект аффекту не товарищ...

Куда ни глянешь – всюду архетипы...

Будь другом, опредметь мою потребность...

Привычно сублимируя либидо...

Здесь и теперь. Ни взад и ни вперед...

Не пересдашь не ту самооценку...

<u>Упражнение</u> «Сказка ложь, да в ней намек...»

В юморе потенциально заложена возможность мыслить проективно. Многие сказки, притчи, юмористические расска-

зы, пословицы, поговорки содержат в себе мощный психотерапевтический эффект. Предлагается коллекционировать или самостоятельно создавать подобного рода психотерапевтическую юмористическую продукцию, чтобы использовать по назначению. Примеры объемны, поэтому разумнее обратиться к источникам. Много интересных притч собрал В.А.Сонин (г. Смоленск), поучительные юмористические рассказы сочиняет А.Н.Завальный, он же издает сборники анекдотов и забавных случаев из жизни самарцев (Завальный, 2000, 2001), из которых умный читатель может извлечь большую пользу.

В заключение хочется поделиться собственной уверенностью в том, что юмористическим опытом вполне можно делиться, юмористические техники и приемы в своей основе универсальны и потому могут быть переданы другим. Многолетний опыт наблюдения за людьми в условиях тренингов доброжелательного общения «Юморобика», спецкурса и спецпрактикума, которые проводятся на факультете психологии Самарского государственного педагогического университета, а также собственный личный опыт позволяют утверждать, что сознательное и серьезное отношение к юмору оказывается полезным во многих направлениях. Юмор раскрепощает, позволяет разумно выйти за пределы своих возможностей, развивает уверенность в себе и своих перспективах, помогает эффективно владеть своими эмоциями, создавать вокруг себя доброжелательную эмоциональную атмосферу, управлять ситуацией и достигать цели.

# 3.3. Психологическое сопровождение молодежного досуга: полезное с приятным (Методические материалы для ведущих социально-психологические тренинги)

Термин СПТ впервые введен в научный обиход в ГДР М.Форвергом. При всем разнообразии конкретных форм СПТ, используемых на практике, все они могут рассматриваться как средства воздействия, направленные на развитие знаний, социальных установок, умений и опыта в области

межличностного общения. Главным фактором является механизм обратной связи, принцип действия которого описал А.А.Бодалев: человек на основе достигаемого в ходе взаимодействия с другими людьми результата может корректировать свое последующее поведение, заменяя использованные способы воздействия новыми, которые окажутся более эффективными. Для перцептивно ориентированного тренинга характерна высокая степень включения эмоциональной сферы. Опыт переживаний, полученный в процессе работы группы, становится важной эмоциональной компонентой целого ряда ее эффектов.

Как показывает практика тренинга, возможны различные стратегии групповой работы. Л.А.Петровская выделяет три основные:

- 1. Свободное ведение группы. Минимальное вмешательство ведущего, вязкий темп, паузы, чувство неопределенности. В результате группа приходит к самостоятельной активности и саморазвитию. Такая техника доступна лишь высококвалифицированному специалисту. Примером может служить представитель гуманистической психологии К.Роджерс.
- 2. Программированное ведение групповой работы заключается в наличии плана всего цикла занятий в целом и каждого занятия в отдельности. Группе предлагаются темы и обеспечивающие их упражнения. Ситуация близка к традиционной схеме обучения, сковывающей активность участников.
- 3. Компромиссная форма ведения тренинга сочетает планирование с свободной стратегией.

Важным элементом организационно-психологической работы является комплектование группы (знакомые, незнакомые, уровень знаний, возраст, пол, цели). Диагностическая фаза тренинга поможет участникам получить сведения относительно себя, другого и группы. Дальнейшее развитие группы определяется целью тренинга. Т-группы, или группы сензитивности, группы встреч, гештальттерапия, психодрама, телесная терапия, танцевальная терапия, терапия искусством, тренинг умений, личностного роста и т.п. В.Ю.Большаков выделяет три основные цели тренингов: психотерапия, обучение и обогащение личности новым опы-

том. Он же выделяет четыре стадии развития группы (знакомство, стадия агрессии, стадия устойчивой работоспособности, стадия распада группы). Ролевое распределение группы, как правило, таково: лидер, эксперт, поддерживающее большинство и отвергающая оппозиция. Интересен подход В.Ю.Большакова к разработке тренинга интеллектуальных способностей для одаренных подростков. По его сведениям, существуют тренинги по развитию умений в области контроля за весом, управления гневом, сексуальных отношений. Л.А.Регуш описывает тренинг педагогической наблюдательности. Н.В.Цзен и Ю.В.Пахомов] разработали психотехнику для спортсменов. А.А.Плеекачевская разработала так называемый кинотренинг (кинотерапию). Идея явно перспективна. Подбирая «психологические» фильмы или эпизоды, можно организовать любую дискуссию.

Определим место смеха в тренинговой работе. Разогрев, релаксация, развлечение, отдых — это средства традиционного применения комического.

Психодрама - это жизнеутверждающая техника основателя – гуманиста Д.Морено. Сама за себя говорит эпитафия на урне с его прахом: «В память о человеке, который внес в психиатрию радость и смех». Психотерапия абсурда, включения в текст обратной связи противоречия, парадокса, приводящего, как правило, к возникновению комического эффекта, - это составная часть методики системной семейной психотерапии А.Я.Варги. Типологию людей по отношению к юмору изучает и использует в своей работе Н.П.Дедов. Юмор в качестве эффективной техники «За...» использует пропагандист позитивного подхода в психологическом консультировании В.А.Ананьев. Он считает юмор одной из самых эффективных технологий «присоединения к клиенту». Э.Ш.Недува приводит примеры продуктивного воздействия юмора на развитие интеллекта школьников. С помощью юмора, по ее мнению, можно воспитывать не унижая и научить многому через комические приемы.

Особая проблема в практической социальной психологии – это является определение эффективности тренинговой работы. Ее рассматривают по трем факторам: направленность

конкретного тренинга, его цели и задачи. Но любой СПТ это область практической психологии, ориентированной на использование активных методов групповой работы, чтобы развить *компетентность* в общении (коммуникативную компетенцию). Базовые методы СПТ – это групповая дискуссия и ролевая игра, которые одновременно становятся и средствами как для диагностики, так и для развития способности к общению. Современный подход к проблеме развития коммуникативной компетенции, по мнению Ю.М.Жукова и др., и состоит в том, что обучение рассматривается как саморазвитие, а диагностика как самодиагностика и самоанализ. А.Г.Лидерс считает главным критерием эффективности любого тренинга взаимное удовлетворение его участников. Психологи стремятся разработать более конкретные методы по оценке эффективности тренингов. Как правило, это тестирование до и после тренинга.

А.Н.Воронин исследует личностные особенности стандартизированными методиками 16РF, ММРІ, МВТІ. М.Р.Битянова и В.В.Давыдова применяют проективные методики «Незаконченные предложения», рисунок «Прошлое – настоящее – будущее». Как правило, проводится итоговое сравнение с контрольными группами. Следует отметить, что работа в тренинговых группах всегда дает положительный эффект. Выявленные изменения охватывают все структуры самосознания. Участники тренингов могут более свободно рассуждать о себе, общаться с другими и обсуждать актуальные для них вопросы. М.Р.Битяновой и В.В.Давыдовой удалось выявить условия, при которых эффективность тренинга возрастает:

- 1. Структурирование программы тренинга, ее четкая направленность.
  - Регулярность занятий и их оптимальная насыщенность.
     Оптимальный подбор участников.

  - 4. Сочетание индивидуальных и групповых форм работы.
- 5. Поддержка благоприятного психологического климата в группе, создание условий для самораскрытия, стимулирование активности участников.

Социально-психологический тренинг можно считать основным методом развития социальных умений. Тренинг соцально-перцептивных умений восприятия комического можно считать разновидностью перцептивно ориентированного тренинга. Наиболее продуктивной для него является компромиссная форма ведения тренинга, сочетающая планирование со спонтанностью. Ввиду того, что для этого типа тренинга очень важно включить эмоциональную сферу, особо значимую роль в нем отводят юмору. Рисованный юмор, лежащий в основе методик по развитию социальноперцептивных умений, еще более повышает продуктивность групповой работы, так как, актуализируя процессы генерализации, способствует развитию социально-перцептивной компетенции. Наиболее сложная проблема, связанная с тренинговой формой психологической работы, – это определение ее эффективности. Необходимо разработать специальные методики по диагностике позитивных изменений, которые происходят в результате целенаправленного использования разных форм юмора, в частности, рисованного.

#### Вступление к тренингу

Тот взрослый, кто хоть раз оказывался наедине с группой подростков или молодых людей (исключая учителей на уроках), наверняка чувствовал себя «не совсем в своей тарелке». Особый микромир, своеобразный, не всегда понятный сленг, неожиданное, часто настораживающее проявление эмоций, легкое «отторжение» всего назидательнорекомендательного, очень часто - ирония, не всегда предопределяющая смех, чаще - как психологическая защита или попытка преодолеть трудности общения... С каждым из подростков наедине бывает гораздо проще, чем со всеми вместе. А им – комфортнее и вольготнее в своей стайке, там, где сложился особый психологический групповой климат. В силу этого тренинг как групповую психологическую работу можно считать наилучшим вариантом взаимодействия с молодежью. Особенностью возраста является то, что молодые люди живут в основном в «референтных группах», значимых для них иногда больше, чем родительский и педагогический авторитет: во дворе, в компании, в учебном или производственном микроколлективе, в спортивных секциях, в кружках и клубах по интересам, в походах, на экскурсиях и в путешествиях, на КВНах, на дискотеках и СТЭМах, в видеосалонах, в барах и даже в ИНТЕРНЕТ-форумах. Позже, когда придет взрослость, будет формироваться потребность в интимно-личностном общении: наедине с собой или значимым другим будет интереснее и спокойнее. А пока лучше быть «как все» и в то же время «отличаться от других» — то есть искать и отстаивать свое своеобразие и индивидуальность. Поэтому главная задача тех, кто хочет и может помочь ИМ, состоит в том, чтобы К НИМ «присоединиться»: понять, почувствовать, «услышать» их тревоги и волнения. Не разрушая, не пугая, не обостряя отношений, обогатить уже запущенный групповой процесс чем-то полезным и приятным.

Три тренинга, представленные в виде методик, готовых для использования, затрагивают три важные молодежные проблемы:

- Освоение навыков конструктивного общения и продуктивного использования юмора в нем («Юморобика»).
   Глубокое осознание особенностей различных типов
- Глубокое осознание особенностей различных типов профессий и своих личностных возможностей («Выбери профессию»).
- Адекватное восприятие людей иной культуры (страны, национальности, веры...) на основе осознания общечеловеческих ценностей («Встреча с Неведомым»).

Стимульный материал — это в основном рисунки юмористического содержания, подобранные с определенной целью, которая указана в инструкции к тому или иному упражнению. Авторы рисунков — не профессиональные психологи, а профессиональные художники (Х.Бидструп, Кукрыниксы, Ленгрен, Ж.Эффель и др.). Психологическую составляющую их творчества удалось распознать и использовать в процессе работы над теоретическим обоснованием представленных методик. Общий замысел художника, как правило, совпадает с общим замыслом психолога, но не во всех нюансах. Так, один из известных комиксов Х.Бидструпа имеет авторскую подпись «Характер», хотя речь идет о четырех типах темперамента. Некоторые рисунки к упражнениям составлены по типу коллажа, то есть собраны из фрагментов комиксов или

отдельных рисунков художников (например, «разное» изображение ног в «ножных рассказах» или отдельных частей тел в танцевальных позах упражнения «Части тела»). Многие рисунки пришлось «подгонять по размеру» друг к другу, т.к. в авторском варианте они имели различный формат. Соблюдено общее правило: одно упражнение содержит рисунки одного автора, что позволяет дать представление о стиле конкретного художника. Например, упражнение «Поведение» проиллюстрировано рисунками польского художника Ленгрена, упражнение «О чем говорят лица» - рисунками датского художника Х.Бидструпа, упражнение «Личность» рисунками российских художников Кукрыниксов (М.В.Куприянова, П.Н.Крылова, Н.А.Соколова), упражнение «Пословииы поговорки» - рисунками россиянина и В И Тильмана

Часть упражнений основана на юмористических рисунках другого типа — взятых из газет и журналов. Качество изображения здесь не всегда достаточно хорошее и уровень художественного мастерства художников заметно ниже, но у них есть свое неоспоримое преимущество: они созданы «на злобу дня» и отражают социальные проблемы современного общества. Именно поэтому они, как правило, позволяют реализовать психодраматический подход к построению упражнений, заключающийся в невербальном изображении ситуаций, представленных на карикатуре («тур карикатур»), или составлении «вербальных» (речевых) рассказов по картинкам.

Участники тренинга, как правило, много рисуют сами, не слишком заботясь о художественном уровне своих «произведений», отрабатывая не навыки собственно рисования, а способность понимать людей и невербально изображать то, что не всегда можно выразить словами. Часть таких рисунков идет «в корзину», часть остается тренеру для профессиональных раздумий или оформления стендов, на которых представляются рисунки победителей различных конкурсов («Один глазами многих», «Лучшая невербальная пословица» и т.п.). А некоторые самодеятельные рисунки представляют такую личностную ценность, так дороги тем, кто их рисовал, или тем, кого на них изобразили, что участники тренинга забирают их домой, требуя автографы авторов или героев изображения.

Структура методических материалов такова, что наиболее подробно представлен первый тренинг. Он является основным, базовым вариантом всех модификаций других тренингов, т.к. содержит все основополагающие теоретические основания и методические приемы. Упражнения этого тренинга наиболее универсальны и при необходимости могут быть модифицированы под конкретную задачу (например, изучение основных разделов общей психологии — для студентов непсихологических специальностей; обсуждение конфликтных ситуаций в семье или межличностных отношениях — для молодежи, собранной на досуговое мероприятие; развитие чувства юмора и остроумия — для любых возрастных и социальных категорий людей).

Второй и третий тренинги представлены более компактным образом. Они ориентированы на конкретные, более узкие проблемы. Упражнения к ним более специфичны, рисунки соответствуют определенной тематике, хотя основой работы по-прежнему служат психологические преимущества разных форм юмора. При желании они могут быть использованы по уточненному преподавателем назначению. На тренинге «Выбери профессию» можно обсуждать особенности каких-то определенных профессий, может быть, тех, на которые хотят ориентировать молодежь педагоги или представители службы занятости. На тренинге «Встреча с Неведомым» можно сделать акцент не только на проблемах межкультурных различий, но и на «экологической» тематике, обсудить проблему НЛО и установления контактов с внеземными цивилизациями или посвятить его развитию воображения и творческих способностей.

Термин «юморобика» (умение делать смешное) заимствован у американских авторов С.Меткалфа и Р.Фелибла. В тексте пособия он используется двояко. В широком смысле — это название общего направления тренинговой работы, подчеркивающее то, что в ее основе лежит именно юмор (особенно рисованный). В узком смысле слова юморобика —

это методический прием, созвучный со «смехотерапией». Он использован в серии упражнений, направленных на развитие умений по управлению своим эмоциональным состоянием.

Тому, кто решит вести подобные тренинги, придется позаботиться о том, чтобы иметь несколько комплектов рисунков на группу для удобного рассмотрения, обсуждения, проигрывания.

# 3.3.1. Психологические аспекты юмора и смеха (Мини-лекция для ведущего тренинги)

Актуальной задачей психологии остается поиск средств для развития способности людей правильно воспринимать и понимать друг друга. Юмор играет важную роль в общении, является универсальным средством, в равной мере приемлемым для большинства участников взаимодействия, особенно на начальных его стадиях, когда формируется мотивационная направленность и обеспечивается интенсивная включенность в деятельность. Психологические аспекты юмора и смеха затронуты в работах таких известных психологов, как З.Фрейд, А.Бергсон, Л.С.Выготский, А.Н.Лук. Юмор активно используют психологи-практики (А.Я.Варга, В.А.Ананьев, В.Франкл, Р.Мэй и др.). Разработаны варианты теста юмористических фраз (Е.В.Павленко), упражнения для групповой работы и социально-психологического тренинга (Н.В.Цзен, А.Г.Лидере и др.). Однако практически не задействован рисованный юмор (дружеские шаржи, карикатура и юмористические рисунки). Все это подчеркивает значимость исследования социально-психологических аспектов юмора и смеха как доступных и эффективных средств, на основе которых возможна разработка методик, улучшающих процессы восприятия, оценки и понимания людьми друг друга.

Теоретический обзор целесообразно начать с определения понятия «комическое». Польский эстетик Ю.Борев отмечает, что комическое – наиболее сложная проблема эстетики: «Смех – как ртуть. Он легко ускользает из-под рук теоретика. В этом трудность, но не безнадежность исследования природы комического». Значительный вклад в теорию комического внес М.М.Бахтин. Он подчеркивал, что истоки философии

смеха берут начало в античности. Гиппократ указывал на целительную силу смеха в борьбе с болезнями. Философское осмысление проблем, связанных со смехом, продолжил наш современник Л.В.Карасев. Его подход – желание увидеть главное, единое символическое целое. Исследование Л.В.Карасева оригинальное и глубокое, оно основано на изучении мифов и народных традиций. Видимое многообразие различных методологических подходов к трактовке природы комического польский эстетик Б.Дземидок систематизировал в шесть генеральных типологических моделей комического (теории отрицательного свойства, теории деградации, теории контраста, теории противоречия, теории отклонения от нормы, теории пересекающихся мотивов). Т.Б.Любимова предлагает свой подход к классификации теорий комического: по специфике того, над чем смеются; того, какое чувство лежит в основе смеха. «Разделить комическое» можно и по модальностям восприятия: визуальное (пантомима, клоунада, рисованный юмор); аудиальное (разговорные жанры, анекдоты); письменной речи (текстовый, литературный юмор). В этом русле встает вопрос и о тактильно воспринимаемом комическом: возможно ли распознать юмор на ощупь, например, слепому человеку?

Создатель теории психоанализа З.Фрейд одну из своих многочисленных книг («Остроумие и его отношение к бессознательному», 1905) посвятил теории остроумия. Естественные влечения в психике цивилизованного человека подавляются, согласно З.Фрейду, требованиями приличия, морали, логики и т.д. На каждое торможение природного импульса мы расходуем психическую энергию. Острота помогает нам избежать торможения и сэкономить некоторое количество энергии. Оригинальную теорию комического разработал Анри Бергсон. По его мнению, комическое мы можем чувствовать только в общении с людьми. Сама по себе действительность имеет характер неповторимый, индивидуальный, постоянно меняющийся. Автоматизм и косность, присущие людям, противоречат ее сущности и кажутся, следовательно, смешными.

Современный уровень научного знания, связанного с природой самого человека, не позволяет делать однозначных выводов о природе комического. Наиболее продуктивными представляются взаимодополняющие усилия ученых, добавляющих в обозначенную проблему новые знания и выводы, а также намечающих разные способы ее решения.

Затронем некоторые внутренние механизмы феномена комического. Чем отличается комическое от смешного? Комическое – смешно, но не всегда смешное комично. Смех – всегда реакция личная и не всегда общественная. Смех могут вызывать не только комические, но и самые разнообразные явления, начиная от щекотки и кончая действием напитков и газа. Смешное шире комического. Комическое порождает социально окрашенный, значимый смех, отрицающий одни человеческие качества и общественные явления и утверждающий другие.

Подчеркнем диалектическое взаимодействие пары категорий комического: *юмора* и *сатиры*. Иногда эти понятия соотносят как обозначение двух форм комического. Современное определение комического из энциклопедического словаря содержит три *вида* комического: ирония, юмор, сатира. А.Бергсон считал, что юмор — противоположная иронии форма сатиры.

Наиболее логичной выглядит точка зрения Ю.Борева. Он предлагает рассматривать юмор и сатиру как *полюса смеха*. А между ними — целый мир оттенков комического. Сатира — крайняя и высшая форма критики, отрицания. М.М.Бахтин называл сатиру «несмеющимся смехом». Юмор помогает раскрыть прекрасное, человечное за неприглядным, невзрачным, в наших недостатках увидеть продолжение наших достоинств.

 ${\it Шарж}$  — дружелюбная, юмористическая карикатура. Карикатура есть сатирически заостренный шарж. Шарж предусматривает сходство и подчеркивает характерные черты человека.

Каким образом в объективной социальной реальности создаются ситуации, вызывающие у воспринимающего их смех? Основными механизмами, которые так или иначе ука-

зывают практически все теории комического, являются: 1) несуразица, нелепость, неловкость; 2) неоднократное повторение; 3) преувеличение (преуменьшение); 4) противоречие, противоположность, контраст; 5) доведение до абсурда; 6) многозначное истолкование; 7) искусство словообразования.

В процессе работы над использованием юмора в практической психологии особое внимание было уделено рисованному юмору, который отбирался на основе анализа творчества художников-карикатуристов разных стран. Это Х.Бидструп (Дания), Н.Ленгрен (Польша), Ж.Эффель (Франция), В.И.Тильман, Кукрыниксы (Россия). Несмотря на разнообразие подходов, всех этих художников объединяет глубина психологического содержания их произведений. Человеколюбие в сочетании и высоким профессионализмом позволяет авторам непринужденно и весело рассказать о многом в человеке.

Существует и другой вид юмористических изображений. Это карикатуры из периодической печати. Их психологический анализ позволяет увидеть, что эта форма юмора, хотя и отличается более низким художественным уровнем, но имеет свои достоинства: несет в себе все содержательные моменты жизни общества и является его неотъемлемой составляющей.

Что такое *смех*? Можно согласиться с А.Бергсоном в том, что смех не относится к области чистой эстетики. Что же это? Специфическая эмоция (А.Бергсон), чувство (Л.В.Карасев), аффект (Ю.Борев), экономия психической энергии (З.Фрейд)? Все эти предположения вызывают множество сомнений. Например, А.Т.Злобину, создателю «волновой» теории эмоций, в основе которой лежит выделение шести ведущих эмоций, при анализе всех возможных сочетаний этих эмоций (6 \* 6 = 36!) ни разу не понадобился термин «смех». В наиболее глубоком, фундаментальном современном исследовании эмоций К.Изарда смех также не включается в список «базовых» эмоций. При этом, оценивая своеобразие смеха, исследователи подчеркивают его непосредственную близость с эмоциями. «Среди *чувств* смех стоит особняком», – отмечает Л.В.Карасев. Р.Юренев пишет так: «Смех

может быть радостный и грустный, добрый и гневный, умный и глупый, гордый и задушевный, снисходительный и заискивающий, презрительный и испуганный, оскорбительный и ободряющий, наглый и робкий, дружественный и враждебный, иронический и простосердечный, саркастический и наивный, ласковый и грубый, многозначительный и беспричинный, торжествующий и оправдательный, бесстыдный и смущенный. Можно еще увеличить этот перечень: веселый, печальный, нервный, истерический, издевательский, физиологический, животный. Может быть даже унылый смех!».

Можно сделать вывод: смех сопровождает целую гамму чувств различной интенсивности и направленности; смех – это не специфическое чувство, а специфическая характеристика отдельных эмоциональных состояний. Наиболее правильным кажется вывод о том, что смех — это «не совсем эмоция», не вся эмоция, а одна из трех ее составляющих (исходя из трехкомпонентной структуры эмоции по дифференциальной теории К.Изарда), а именно ее внешнее проявление. Человек смеется не только голосом. Человек смеется и «телом», т.е. позой, жестами, и «лицом», т.е. мимикой вообще и глазами в особенности. Смех — это элемент экспрессивного поведения, т.е. кинесики.

Каково социальное предназначение комического, какие функции берет на себя юмор в регуляции человеческих взаимоотношений? Один из возможных кратких ответов может быть сформулирован так: вызывать эмоции. Но какие и зачем, только ли положительные во главе с радостью и только ли для развлеченья? Зачем вообще человеку нужны эмоции? Эмоции определяют поведение и способны его изменять. Что же может изменить юмор? Основным предназначением комического является следующее: создавать веселье, доставлять радость, вызывать смех. Но есть и другие, не менее значительные и интересные моменты. Юмор может быть оружием, средством нападения (насмешка); средством установления контакта и передачи информации (шутка, юмореска, фельетон); воспитателем, стремящимся донести до воспринимающего субъекта «вечные истины», нравственные нормы (пословицы, поговорки); своеобразным щитом, за которым можно скрыть свое отношение, мнение, состояние в случаях, когда это необходимо (анекдот, каламбур). Все эти вызванные юмором состояния могут сопровождаться разными вариантами смеха. И как следствие — содействовать направленности поведения личности.

И все-таки смех в чистом виде, смех как эталон — это веселый смех, характерная особенность и вечный спутник главной эмоции человека — радости. Радость, по К.Изарду, а значит и смех, имеет свои преимущества: увеличивает способность индивида познавать и ценить мир; развивает способность видеть красоту и добро в природе и в человеческой жизни; заставляет человека почувствовать, что существуют разнообразные связи между ним и миром; обеспечивает энергетический подъем; усиливает ощущение того, что человек больше, чем он есть в обычном состоянии.

Эмоциональный аспект комического соприкасается с таким понятием, как *чувство юмора*. Оно занимает в перечне социальных чувств человека одно из главных мест наравне с чувством долга, справедливости и т.д. Недаром А. Маслоу включил *обладание чувством юмора* в перечень характерных особенностей самоактуализирующейся личности.

Н.А.Лук, рассматривая *чувство комического*, различает понятия *чувство юмора* и *остроумие*. Бывает, что бойкий и удачливый острослов начисто лишен чувства юмора, то есть умения смеяться не только над другими, но и над собой.

Проблеме смеха уделил внимание Ч.Дарвин. По его мнению, смех — это врожденная приспособительная реакция, свойственная не только человеку, но и высшим животным — обезьяне, например. Ч.Дарвин называет смех одним из средств социального общения. В.Франкл считает иначе: ни одно животное не способно смеяться.

Личностным свойством могут выступать как юмор (своеобразное чувство юмора и остроумия), так и собственно смех (свойственный человеку набор «видов смеха», характерных звуков и жестов).

Мысль о том, что смех — это зеркало личности, пришла в процессе сопоставления фотографий людей и дружеских шаржей, на которых они нарисованы. Добрую улыбку вызы-

вают характерологические особенности, преподнесенные нам умелой рукой художника. Вместе с тем, прислушиваясь (и приглядываясь) к смеху, вызванному шаржем, можно распознать отголоски тех эмоций, которые испытывает смотрящий на шарж человек. В этом смехе присутствует своего рода «отражение» той личности, которая «смотрит» на человека с рисунка. Но и смех смеющегося тоже «зеркало» его души. По тому, как, когда, над чем смеется каждый из нас, можно многое узнать о нашем «внутреннем устройстве». Смех может высветить все грани любой личности.

Определим понятие *«рисованного юмора»*. Рисованный юмор – это комическое, зафиксированное на плоскости в виде рисунка. Такой юмор имеет три модификации: карикатуру, юмористический рисунок и шарж. По «мере смеха» карикатура ближе к сатире, чем к юмору, она занимает, говоря условно, отрицательный полюс, т.к. вызывает не вполне положительные эмоции. По используемым приемам карикатура схожа с анекдотом, является, по сути, его разновидностью (карикатуру можно назвать «невербальным анекдотом»). Юмористический рисунок – на противоположном полюсе комического (положительном, т.к. не обижает и вызывает радостный смех). Шарж – это шутка, включающая черты пародии. Он занимает промежуточное по тону положение.

Введем понятие *невербального комического*, под которым будем понимать элементы комизма, выраженные в мимике, позах, жестах, взглядах и т.д., то есть имеющие невербальную природу. Рисованный юмор — это разновидность невербального комического, отличная, например, от пантомимы.

Рисованный юмор можно считать формой фиксации невербального поведения, своеобразным атласом, с помощью которого можно овладевать навыками распознавания невербального поведения. Основные способы опознания невербального поведения, по мнению В.А.Лабунской, сводятся к следующим: эмпатия — вчувствование, сопереживание; имитирование-подражание; проецирование; опознание невербального поведения через анализ ситуации общения или речевого поведения общающихся.

Дружеские шаржи являются источником информации об индивидуальных особенностях человека. Карикатура изображает людей во взаимодействии друг с другом, в ней так или иначе раскрываются их характеры, темпераменты, эмоциональные состояния. Комиксы, как правило, отражают динамику межличностных отношений, связанных с формированием первого впечатления, возникновением симпатии, дружбы и любви. Юмористический рисунок отличается позитивным, добрым отношением к изображенному человеку или явлению, актуализирует состояние радости и веселья.

Взгляд на рисованный юмор как на невербальное коми-

Взгляд на рисованный юмор как на невербальное комическое высвечивает его явные *достоинства* в процессе восприятия: повышает интерес и настроение; облегчает процесс восприятия за счет заострения, преувеличения (преуменьшения), доведения до абсурда и т.д.; затрагивает «визуальный канал» восприятия, что для большинства людей предпочтительно; упрощает процесс восприятия за счет схематичности и простоты изображения; экономит время восприятия за счет сосредоточенности на сути происходящего.

Подведем некоторые итоги. На всех уровнях обобщения (комическое, юмор, смех) так или иначе присутствует категория смеха, отражая разные аспекты одного явления. Все на свете может быть либо серьезным, либо смешным. Комическое связано с социально значимым смехом, в отличие от смеха физиологического (смеха от щекотки...). Комическое далее может быть классифицировано по «мере смеха»: положительный полюс (юмор) связан с положительными эмоциями (веселый смех), а отрицательный полюс (сатира) – с отрицательными эмоциями («несмеющийся» смех, граничащий со слезами и противоположностью комического – трагическим). Юмор (как и сатира) может быть условно разделен на две психологические составляющие: 1) юмор как личностное свойство (чувство юмора и связанные с ним виды смеха и экспрессии; остроумие и связанные с ним приемы остроумия); 2) юмор как многообразие видов деятельности, в основе которых лежит юмористический продукт, определяющий их направленность. Классифицировать юмористическую деятельность можно по-разному, выделяя жанры искусства,

технологические приемы, виды коммуникации, модальности восприятия и т.д. Продукты юмористической деятельности предназначены в конечном счете для производства смеха, который и является главным признаком комического.

Комическое – объективные социально значимые противоречия, отраженные субъектом посредством актуализации эмоциональных состояний (позитивных - юмором, негативных сатирой), сопровождаемых смехом. Комическое проявляется во взаимодействии людей. Строго говоря, не каждой ситуации комизма соответствует реакция в виде смеха и наоборот – не всегда смех отражает комическое. Существуют противоречия, но не все из них комичны. Комические противоречия должны быть подтверждены смехом многих людей, чтобы можно было признать объективность комического. Объективность комического, таким образом, подтверждается его субъективностью. Комическое может возникать в процессе взаимодействия объекта и субъекта (неловкость в обращении с какой-то вещью) или в процессе субъект-субъектных отношений (непонимание в процессе серьезного диалога). Ситуации могут быть и «полукомическими»: объективно комическое существует (комедийный фильм), но человек, смотрящий его, не смеется. Или иначе: человек смеется под воздействием наркотических веществ. В последнем случае есть субъективная сторона, но нет объективной стороны комического. Описывая комическое в целом, выделяя самое характерное его свойство, можно принять в качестве такого смех, рассматривая его не в узком смысле, как околоречевое сопровождение, а как отличительную черту экспрессивного поведения, являющегося своеобразной эмоциональной реакцией на «комический стимул». В структуре социальной перцепции (социального восприятия) комическое занимает одно из важных мест, т.к. облегчает восприятие за счет максимального включения эмоциональной сферы и основного принципа комизма, заключающегося в преувеличении, заострении существенного в предмете, явлении, ситуации. Именно поэтому его можно целенаправленно использовать для развития социально-перцептивных умений восприятия комического, таких, как умение шутить (остроумие), умение замечать и использовать смешное, т.е. смеяться

(чувство юмора), умение управлять своим эмоциональным состоянием в процессе общения, умение распознавать и интерпретировать невербальное поведение, умение сострадать и сочувствовать осмеянному (эмпатия), умение понимать человека при общении и т.д.

### 3.3.2. «Юморобика» (Тренинг компетентного общения)

Общая характеристика

Главной <u>целью</u> тренинга является развитие социальноперцептивных умений, обеспечивающих адекватное восприятие и понимание людьми друг друга, а также умений, связанных с использованием юмора в повседневном и деловом общении и регуляции своего эмоционального состояния.

Тренинг состоит из пяти блоков, каждый из которых содержит серию упражнений, основанных на определенном методическом приеме.

**І блок – обучающая программа «Тренинг юмористических поз и жестов (ТЮП-11)»,** основанная на работе с рисованным юмором художников-карикатуристов мирового уровня: Бидструпа, Ленгрена, Тильмана, Кукрыниксов и др. Программа содержит 11 упражнений, каждое из которых состоит из пяти заданий. Материалом каждому заданию служит серия рисунков, расположенных на одном листе. Принятое обозначение: «Рис. 1.1» – лист с рисунками из упражнения 1, задания 1; «Рис.7.3» – лист с рисунками из упражнения 7, задания 3 и т.д.

Все одиннадцать упражнений строятся как групповой просмотр карикатур с последующей дискуссией и элементами психодрамы (проигрывания ситуации в ролях). Высокий художественный уровень отобранных произведений и их глубокое психологическое содержание дают возможность охватить многие смысловые единицы социального восприятия. Каждое упражнение, имея свои особенности, так или иначе затрагивает широкий спектр социально-перцептивных умений (наблюдательность, эмпатию, способность к распознаванию невербального поведения, чувство юмора, эстетичность). Просмотр любой карикатуры связан с распознаванием

невербального поведения. Есть упражнения, которые конкретизируют этот процесс («Позы», «Части тела», «Поведение»). Распознавание эмоций является сквозной темой при обсуждении ситуаций, выраженных на карикатурах. Некоторые упражнения особенно заостряют эту проблему («Эмоциональные состояния», «Изменение эмоционального состояния»). Социально-перцептивная наблюдательность связана прежде всего с фиксацией внимания на мелких деталях изображения. Специально подобранные упражнения служат развитию этих умений («О чем говорят лица», «Личность»). Оценка человека и отношения – главное в содержании упражнений, связанных с межличностным общением. Как правило, это комиксы – серии рисунков, посвященные развитию отношений, демонстрации способов взаимодействия людей («Межличностные отношения», «Изменение эмоционального состояния», «ножные рассказы» из упражнения «Части тела» и т.д.). Тема взаимопонимания людей является наиболее трудной, дискуссионной и потому наиболее интересной. Карикатура представляет уникальную возможность понимания человека «без слов» – по внешним признакам и особенностям поведения. Прежде всего это понимание людей, которых изобразил художник. Но вместе с тем карикатура дает ключ к пониманию человека, сумевшего средствами рисунка передать свое отношение к людям, т.е. к пониманию автора карикатурного произведения. При глубокой психологической проработке упражнений можно многого добиться в понимании себя и людей, принимающих участие в обсуждении: уловить их настроение, состояние, определить их общественный статус, угадать проблемы, уяснить особенности характера, оценить способности, а также познать себя. Наибольшую смысловую нагрузку несут упражнения «Личность», «Темперамент», «Встреча с Неведомым», «Пословицы и поговорки» и др. Наконец, все упражнения призваны развивать такую социально-перцептивную способность, как понимание прекрасного, связанную прежде всего с восприятием художественных образов, созданных высокопрофессиональными художниками.

**И блок** — «Игротерапия для взрослых: тренинг в юмористическом зоопарке (ТЮЗ-22)». Это упражнения с игрушками. Молодые люди становятся в позицию ребенка, что позволяет активизировать их творческий потенциал, снять излишнюю психологическую защиту, дает им возможность спокойно выразить свои личностные особенности и проективно обсудить свои внутриличностные проблемы. Упражнения равивают эмпатию, социально-перцептивную наблюдательность, способствуют формированию межличностных отношений, что ведет участников тренинга к пониманию друг друга.

III блок – «Юморобика (смехотерапия)», или «Тренинг юмора и смеха (ТЮС-33)». Это в основном подвижные игры, целью которых является регуляция эмоционального состояния группы. Обучение основным приемам юморобики и техники остроумия призвано способствовать развитию чувства юмора, научить наиболее продуктивно использовать юмор в общении и в регуляции своего эмоционального состояния.

IV блок тренинга условно назван «Тренингом юмористических фраз (ТЮФ-44)». Это несколько модификаций упражнения, основанного на проработке речевых форм юмора. Тренинг призван развивать чувствительность к смысловому наполнению речи, зависящему от контекста. Основная цель — определить мотивационную направленность личности, научить формулировать вопросы, ответы на которые будут способствовать пониманию человека, объяснению причин его поведения.

V блок — «Тренинг юмористических рисунков (ТЮР-55)» — связан с работой над определенным типом карикатур: это рисунки из периодической печати (журналов, газет). Их отличает невысокий художественный уровень и широкий спектр затронутых социальных проблем. Упражнения, основанные на использовании комплектов карикатур, позволяют осваивать разнообразие приемов распознавания невербального поведения, оценивать людей в разных ситуациях, формировать свое отношение к ним.

#### Описание упражнений

Упражнение 1. Эмоциональное состояние. Эмоции – особый класс субъективных психологических состояний, отражающихся в форме непосредственных переживаний, ощущений приятного и неприятного, отношения человека к миру и людям, процессу и результату его практической деятельности. К классу эмоций относятся настроения, чувства, аффекты, страсти, стрессы. Они включены во все психические процессы и состояния человека. Любые проявления его активности сопровождаются эмоциональными переживаниями. Лицо как канал невербальной коммуникации является ведущим и очень сложным средством общения, оно способно передавать эмоциональный и содержательный подтекст речевых сообщений. Невозможно эффективное общение без адекватной оценки тех чувств, которые испытывает собеседник и которые выражаются на его лице.

Такая оценка является необходимой обратной связью, вносящей коррекцию в дальнейший ход взаимодействия.

<u>Материал</u>: Рис. 1.1–1.5: рисунки, изображающие выражение эмоций на лице.

<u>Задание</u>: Назовите эмоциональное состояние, отображенное на лице. Сделайте подписи к рисункам лиц, выбрав правильный ответ из предлагаемого списка эмоций.

Упражнение 2. Поведение. В разных ситуациях один и тот же человек может вести себя по-разному. Очень важно рационально подходить к анализу собственного и чужого поведения, лучше осознавать себя и структуру своей личности, а также сущность взаимодействия с другими людьми. В человеке заложена потребность во внимании людей; оно же не в последнюю очередь зависит от того, насколько правильно нас воспринимают и оценивают люди.

Материал: Рис.2.1–2.5: рисунки Ленгрена из серии «Жизненные советы» («Как произносить речь», «Как фотографироваться»), отражающие стиль поведения, с авторскими подписями, две из которых переставлены местами.

<u>Задание:</u> Найдите две неверные подписи, укажите их место правильно. Опишите поведение по картинкам. Кого из

знакомых вам людей напоминает персонаж? Встаньте сами в похожую позу и скажите несколько слов от имени действующего лица.

Упражнение 3. Темперамент. Темпераментом называют совокупность свойств, характеризующих динамические особенности протекания психических процессов и поведения человека, их силу, скорость возникновения, прекращения и изменения. Темперамент в основном является биологически обусловленным и врожденным. Он оказывает существенное влияние на формирование характера человека, определяет его поступки, его индивидуальность. Существует 4 типа темперамента: сангвиник – человек веселого нрава, меланхолик – мрачный настрой, холерик – вспыльчивый, флегматик – хладнокровный. Каждый тип темперамента не является ни плохим, ни хорошим, имеет свои достоинства и недостатки. Важно научиться распознавать в человеке основные черты его темперамента и учитывать их при общении с ним.

<u>Материал</u>: Рис. 3.1–3.5: рисунки Х.Бидструпа, изобра-

жающие поведение людей разного темперамента.

Задание: Определите тип темперамента изображенного человека: сангвиник, меланхолик, холерик или флегматик. Опишите черты темперамента по картинкам. Сопоставьте варианты поведения. А как вы вели бы себя в такой ситуации?

<u>Упражнение 4.</u> **Пословицы и поговорки.** Как трудно порой объяснить смысл сказанных слов! Метафора, образное сравнение, переносный смысл... Сокращенное речевое высказывание достаточно для понимания среди хорошо знакомых людей и в знакомой обстановке, однако оно затрудняет выражение и восприятие в непривычной ситуации, а также понимание сложных, абстрактных мыслей, связанных с тонкими различениями и дифференциальным анализом скрытых взаимосвязей. На помощь речи здесь могут прийти элементы невербального. Образное мышление художника помогает понять смысл, вложенный в слова русских пословиц и поговорок. Не все и не всегда можно сказать напрямую. Многовековой человеческий опыт взаимодействия людей подсказал вариант общения. К месту сказанная «крылатая фраза» заменяет длинную развернутую прямолинейную речь.

Материал: Рис. 4.1—4.5: рисунки Тильмана, поясняющие прямой и переносный смысл русских пословиц и поговорок. Лист бумаги, карандаши или фломастеры.

Задание: Выберите из предложенных трех вариантов одну пословицу, соответствующую обоим рисункам. Один из них отражает прямой смысл, другой — переносный. Какая деталь какого рисунка однозначно определяет ваш выбор? Почему не подходят другие подписи? Вспомните какую-либо пословицу или поговорку (предложить список). Как бы вы нарисовали рисунки к ней в стиле Тильмана? Нарисуйте два рисунка, отображающих прямой и переносный смысл.

Упражнение 5. О чем говорят лица. Современные исследования головного мозга свидетельствуют о том, что черты характера человека тесно связаны с его физическим строением. Одним из наиболее широко известных фактов такого рода стали данные о лево- и правополушарном типах людей. Полезно замечать моментальные оттенки выражений лиц окружающих людей. Для их правильной оценки не нужны особые инструкции. При этом необходимо помнить, что поведение конкретного человека в тех или иных обстоятельствах зависит от присущих ему врожденных черт характера. Р. Уайтсайд считает вполне объективными следующие закономерности: если у человека большие глаза, он впечатлителен, если тонкие, крепко сжатые губы – склонен выражаться коротко. Он утверждает, что на лице человека «написано» многое, надо только уметь «читать»: эмоциональность и нежность, вспыльчивость, аналитические способности, обаяние, серьезность, озабоченность, предрасположенность к несчастным случаям, меланхолия, лживость, приветливость и разборчивость, эстетические наклонности, театральность, чувство юмора, дар красноречия, оригинальность, точность, мелочность, методичность и т.п. Не все ученые-психологи разделяют мнение о наличии прямой и однозначной зависимости между строением лица и характером человека, но обращать внимание на лица все-таки целесообразно!

Своеобразно «высказался» по этому поводу датский художник-карикатурист Х.Бидструп. Его рисунки «Мужские шляпы» как нельзя лучше демонстрируют наличие определенных типов людей. Не всякому можно надеть на голову берет! Головной убор — такая же интересная «деталь личности», как и... ботинки. Обратите внимание на то, кто, что, когда и как надевает себе на голову! Это поможет лучше понять собеседника.

<u>Материал:</u> Рис. 5.1–5.5: рисунки Х.Бидструпа «Мужские шляпы» без авторского комментария; рисунки Р.Уайтсайда, представляющие лица различного типа.

Задание: Посмотрите на лица. Что можно прочитать на них? Какие детали внешности, по-вашему, однозначно определяют те или иные черты характера? Опишите человека без головного убора: какой он? Какая «шляпа Бидструпа» могла бы подойти ему? Наденьте мысленно каждую из предложенных на рисунке. Какой вариант лучше? Расскажите, какие головные уборы носите вы и, «примерив» шляпы художника, выберите себе новую.

Упражнение 6. Изменение эмоционального состояния. Выражение (экспрессия) лица есть не столько статичное (как на фотографии), сколько динамичное явление. Рукой художника Х.Бидструпа созданы «рисованные кинофильмы»: комиксы, где очень тонко зафиксированы не только общий внешний вид выражений в различных областях лица, но и замечены моменты начала, кульминации и исчезновения активности лицевых мускулов (каждого в отдельности и в сочетании с другими), учтены временные характеристики и показатели интенсивности. Очень интересно и важно научиться «озвучивать» такие «кинофильмы», замечая оттенки и переливы эмоционального состояния. Существует несколько способов опознания невербального поведения: вчувствование, подражание, проецирование, оценка ситуации. Упражнение предоставляет возможность применить их на практике.

Материал: Рис. 6.1–6.5: серии рисунков Х.Бидструпа,

Материал: Рис. 6.1–6.5: серии рисунков Х.Бидструпа, изображающих изменение эмоционального состояния человека в зависимости от изменения ситуации, в основном со-

средоточенное в мимике. Авторская подпись несет информационную нагрузку и является своеобразной подсказкой.

Задание: Проследите изменение эмоционального состояния человека. Вербализуйте описание. Воссоздайте ситуацию. С кем разговаривает, что видит человек, что могло вызвать такую реакцию? Что имел в виду автор, подписывая рисунки? Постарайтесь «озвучить» переживание человека, вложив в его уста подходящие фразы.

<u>Упражнение 7.</u> **Части тела.** Мимика, позы, жесты, взгляд... Особое внимание уделяется при невербальном общении, конечно же, верхней части тела. А что могут рассказать нам ноги? Походка, обувь, движения ног — не такая уж малая составляющая! Выразительные движения доступны не только рукам. Очень многое можно рассказать и ногами.

<u>Материал:</u> Рис. 7.1–7.5: рисунки Х.Бидструпа – рассказы в картинках, где изображены лишь позы ног.

Задания: *К группе картинок № 1:* воссоздайте ситуацию, опишите поведение людей. *К № 2 и 3:* укажите, кто какой танец танцует? *К № 4:* озаглавьте «ножной» рассказ. Найдите «подвох» в рис. 7.4: одна пара ног (не считая женских) не принадлежит герою рассказа. Какая деталь говорит об этом? (ответ: фигурные коньки). *К № 5:* что вы можете рассказать о людях по их походке и обуви?

<u>Упражнение 8.</u> **Позы. Как мы сидим.** Многие исследователи невербального поведения включают в его состав не только самого человека, но и окружающую обстановку. Интерьер тоже источник информации о человеке. Где сидит, в какой комнате, за каким столом, на каком стуле, что вокруг него? Сидеть можно по-разному — в зависимости от возраста, пола, социальной роли и просто настроения. Это тоже язык, понимать который совсем не вредно.

Материал: Рис.8.1–8.5. Рисунки Х.Бидструпа, изображающие сидящих в разных позах и на разных креслах людей.

<u>Задание</u>: Опишите позу, состояние человека, сидящего в кресле. Что вы можете рассказать о нем? Где он сидит? Сядьте, по возможности, в похожую позу.

Упражнение 9. Межличностное общение. Механизм формирования межличностных симпатий, лежащих в основе дружеских отношений, имеет специфику в зависимости от возраста и условий, в которых возникают отношения. Прежде чем испытать симпатию (антипатию), включиться в общение, человек сознательно или бессознательно познает другого человека. Если в понимании доминирует когнитивная (познавательная) составляющая, то во взаимном согласии — эмоциональная и поведенческая составляющие отношения. В межличностных отношениях согласие приводит к взаимной удовлетворенности партнеров друг другом. Процесс взаимопонимания может заканчиваться достаточно устойчивой межличностной привязанностью. Личные отношения могут быть оценочными (восхищение, популярность) и действенными (связанными с взаимодействием).

Материал: Рис. 9.1–9.5: рисунки Х.Бидструпа, рассказы в картинках, отражающие варианты межличностного общения.

Задание: Составьте устный рассказ по картинкам. Оза-

<u>Задание:</u> Составьте устный рассказ по картинкам. Озаглавьте рассказ. Оцените характер межличностных отношений. Расскажите, как вели бы себя вы в подобной ситуации.

Упражнение 10. Личность. В обиходе нашей речи часто фигурирует такое понятие, как личность. Говоря о личности человека вообще, мы подразумеваем своеобразие поведения, оригинальность мышления, богатство внутреннего мира (чувств, эмоций, воображения, морально-этических ценностей и т.п.). В психологии существуют различные подходы к описанию и пониманию личности. Основными составляющими личности являются: темперамент, характер, потребностно-мотивационная, эмоционально-волевая, когнитивно-познавательная сферы, способности. Черты личности – это обобщенные ее характеристики, представляющие ряд взаимосвязанных психологических признаков. Гармоническая личность находится в единстве с миром, с людьми и с собой. Богатым материалом для изучения личности являются дружеские шаржи, сделанные профессиональными художниками. Изображая того или иного человека, карикатурист подчеркивает наиболее характерные его черты, доводит их до пре-

дельной броскости, отметая второстепенные, несущественные детали, сознательно «нагружая», «отягощая» самое типичное в нем и тем самым помогая разобраться в главном.

Материал: Рис. 10.1–10.5: дружеские шаржи Кукрыниксов на известных деятелей культуры (Ч.Чаплин, США, киноактер; Е.Светланов, Россия, дирижер; Х.Бидструп, Дания, художник; Кукрыниксы: Куприянов, Крылов, Соколов, Россия, художники; В.Клиберн, США, пианист).

Задание: Опишите характерные черты личности (кто это, тип телосложения, тип лица, социальное положение, профессия, род занятий, возраст, черты характера, особые приметы и т.п.). Что вы знаете об этом человеке и можете рассказать (роли, заметки в прессе, участие в телепередачах).

Упражнение 11. Встреча с Неведомым. Проблема «культурного шока» при встрече с незнакомой культурой (страной, нацией, образом жизни...) настолько актуальна, что в качестве «инопланетянина» может выступать, например, негр или папуас, т.е. человек, очень отличающийся от привычного окружения. Быть готовым к таким контактам — значит не испытывать страха, не очень удивляться, стараться понять поведение человека в контексте ситуации. Если нет знаний о чужой культуре, то можно использовать те психологические навыки общения, которые присущи всем людям, т.е. попытаться общаться на общечеловеческом, общекультурном уровне.

Возможно, что человечество стоит на пороге разгадки тайн, связанных с межпланетными коммуникациями. Может быть, XXI век принесет людям новые знания и такие контакты станут повседневной реальностью. Попытаемся представить себе такую встречу... В конце концов, развитие воображения – одно из увлекательных и полезных занятий!

Материал: Рис.11.1–11.5: материалы председателя Самарского УФО-клуба В.И.Тюрина-Авинского.

Задание: Опишите ситуацию. Как вы думаете, возможна ли встреча с представителями других планет в ближайшем будущем? Где, когда и как это может произойти? Представьте себя на месте встречи. Как бы вы себя вели? Скажите

предполагаемые фразы. Что вы знаете об этом? Воспользуйтесь советами уфолога. Может быть, вам действительно повезет!

### ИГРОТЕРАПИЯ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Теоретическим фундаментом идеи разработки методики игротерапии для взрослых послужило положение Э.Берна о том, что человек в социальной группе в каждый момент времени обнаруживает одно из состояний  $\mathcal{A}$  — родителя, взрослого или ребенка. Лишний раз «разбудить в себе ребенка» очень полезно, таким образом можно ощутить новые слои своей психики, открыть резервы для дальнейшего саморазвития.

### <u>Упражнение-игра</u> «Тренинг в юмористическом зоопарке (ТЮЗ-22)».

Материалы: 22 мягкие игрушки-зверюшки из предложенного списка (кошка, тигр, собака, крокодил, заяц, лиса, жираф, свинья, лев, черепаха, попугай, обезьяна, корова, олень, тюлень, еж, слон, белка, мышка, медведь, верблюд, баран).

Задания: 1. Посмотрите на эти симпатичные игрушки. Представьте себя детьми. Выберите себе какую-либо зверюшку. Давайте обсудим те особенности внешности и черт характера, которые по общепринятым представлениям и вашему мнению отличают выбранную вами игрушку от других. Почему вы выбрали именно ее? «Нарисуйте» мысленный портрет несуществующего животного, собирая детали из предложенных зверюшек. Не забывайте про цвет, форму, тактильные ощущения. Можно ли сказать, что получился «рассказ о себе»? Что хотелось бы вам изменить в себе, какие особенности или детали особенно дороги вам и отражают индивидуальные черты вашей внешности и внутреннего мира? Можно предложить добровольцам раздать зверюшек участникам тренинга по своему усмотрению (кому кого хочется дать, почему?). 2. Поиграем в «Зоопарк»! Расселите всех зверющек по клеткам. Кто с кем уживется? Решение может быть общегрупповым или индивидуальным. Можно поговорить о соци-ально-психологическом климате: это общая характеристика состояния малой группы, в особенности человеческих взаимоотношений, сложившихся в ней; о психологической совместимости: способности людей находить взаимопонимание, налаживать деловые и личные контакты, сотрудничать друг с другом. По какому признаку отбирались «малые группы» животных? Есть ли перспективы их длительного совместного проживания? Каковы направления преодоления возможных конфликтов? Какие названия малым социальным группам каждой «психологической клетки» вы хотите дать (семья, трудовой коллектив, школьный класс, друзья из одного двора...)? Захотелось ли вам после этого кого-либо кудато пересадить? С чем это связано?

Игра может иметь несколько модификаций. Используя методики «Автопортрет», «Портрет семьи», в ходе игры можно говорить о многом, если не обо всем.

### Юморобика (смехотерапия) (ТЮС-33)

Р.Мэй, исходя из своего многолетнего опыта индивидуального консультирования, делает глубокий вывод, формулируя его словами Ф.М.Достоевского: «Смех человека может сказать о его характере гораздо больше, чем скучное психологическое обследование». Невротику не так легко от души рассмеяться. Искренний смех — это признак душевного здоровья, прямое доказательство распахнутого отношения к жизни». В.Франкл разработал и успешно применял метод парадоксальной интенции как один из основных в составе логотерапии. Суть его в том, чтобы убеждать пациента желать и делать то, чего он боится. «С помощью чувства юмора, характерного для парадоксальной интенции, пациент может установить дистанцию между собой и своим неврозом».

Целебную энергию смеха пропагандирует и самарский медик Н.Стасишина. Она подчеркивает, что смех является сложным биохимическим процессом, результатом сильного умственного возбуждения (при смехе организм вырабатывает вещества, которые подавляют депрессию), приводит примеры использования смеха зарубежной медициной: в США смехом лечат астму, мигрень, сексуальные расстройства, болезни

сердца, расстройства пищеварение и сна. В детских клиниках США работают клоуны! Французы рекомендуют смех вместо витамина С.

С.Меткалф и Р.Фелибл ввели своеобразный термин: *юморобика*. Провели научное исследование, подтвержденное практическими результатами. Юморобика — это система физических упражнений, влияющих на психическое состояние человека. Это программа школы выживания для «безнадежно серьезных» людей. Она дает возможность делать странные жесты, корчить глупые рожи, издавать смешные звуки. По-играть! Но главное, юморобика — это *наука* о том, как использовать смешное, преодолевая страх казаться глупым и смешным. Погружаться в юморобику необходимо постепенно, т.к. это непросто. «Относитесь к себе легко, а к упражнениям юморобики — серьезно», «не бойтесь быть смешными», — советуют авторы. Вот несколько упражнений Меткалфа и Фелибла, которые вполне можно использовать как в повседневной жизни, так и на тренинге.

**Американская Летучая Мышь (АЛМ)**. Для расслабления лицевых мышц полезно... «корчить рожи».

Змея, Поедающая Свой Хвост (ЗПСХ). Встать (перед зеркалом), упереть руки в бока и посмеяться над собой. Не обязательно естественно, достаточно издавать соответствующие звуки (ха-ха, хо-хо...), даже если настроение совсем грустное. Повторять каждое утро до тех пор, пока вы не обнаружите, что смеетесь совершенно искренне.

Крайнее проявление чувств может перекинуть вас в противоположное состояние. Люди иногда смеются на похоронах. Чувства есть чувства, если вы не даете себе возможности почувствовать грусть и боль, то вы не испытаете и радости.

**Стой, Дыши и Улыбайся** (СДУ) — успокаивающее и смешное, эффективное в группе упражнение. Сядьте удобно. Считайте до трех. Встаньте и сделайте глубокий вдох. Изобразите улыбку (покажите все зубы!). Повторяйте до тех пор, пока не устанете, пока не получится.

Занимаясь в Молодежном центре «Диалог» г. Самары, мы с ребятами придумали свои игры:

Два мячика. 1. Сидя в кругу, одновременно перекидывать два мячика разного размера (например, диаметром 5 и 10 см); те, кто уронил любой мячик, меняются местами (кидавший с непоймавшим). 2. Соревнование двух мячиков, у каждого из которых есть свой «капитан» (участник круга, считающий количество перелетов своего мячика до падения). Все участники одновременно являются членами обеих команд и болеют за тот мячик, который проигрывает. Главное – не кидать одновременно двух мячиков одному человеку! Побеждает один из мячиков и его капитан. Устанавливается «рекорд». Он может быть относительным (в группе, в данный день, маленького или большого мячика...) или абсолютным (рекорд всех групп, мячиков и дней). 3. Кидая маленький мячик, надо называть несъедобный предмет, а кидая большой – съедобный. Так как трудно предвидеть, какой мячик попадет к тебе в руки в данный момент, трудно заранее подготовить нужное слово - тем и интереснее! Сочетания для мячиков могут быть разные: большой – слово на гласную букву, маленький – на согласную, большой – что-то большое, маленький – маленькое и т.д. (нужное – ненужное, хорошие качества человека – плохие, любимое занятие – нелюбимое занятие). 4. Кидая мячики, говорить пожелание; тот, кто получил мячик с пожеланием, говорит «спасибо» и возвращает его кидавшему. Каждый участник должен кинуть мячик с пожеланием каждому участнику. После того, как один человек «раздал пожелания» всем, он передает мячик соседу и игра продолжается. Так как одновременно кидают два мячика (два человека раздают пожелания), наступает веселая путаница, в результате которой все должны получить пожелания либо от большого, либо от маленького мячика (если группа большая – 15-20 человек) или от обоих, что вдвое дольше (для небольших групп, до 10–15 человек).

<u>Упражнение</u> «**Тренинг юмористических фраз (ТЮФ-44)**» (в основе – тест юмористических фраз Е.В.Павленко). Обратив внимание на то, *что* и *кому* кажется смешным и *как* разные люди реагируют на одну и ту же шутку, можно заду-

маться над тем, каков человек. Очень полезно обратить внимание не только на окружающих, но и на себя.

Материалы: 55 карточек формата 9 х 4 см с юмористическими фразами, (одна пустая); 11 карточек с перечнем тем.

Инструкция: В центр круга кладутся карточки с темами. Карточки с фразами (55 штук) раздаются всем участникам тренинга случайным образом. Процедуру раздачи можно модифицировать: «Возьми сам, сколько хочешь». Все участники тренинга по очереди читают свои фразы, группа обсуждает, к какой теме отнести фразу, заслушивая разные варианты. По большинству «голосов» определяется тема; участник, читавший фразу, кладет ее в центр круга на место «темы». Пустая карточка «обсуждается» в конце упражнения. Определяется наиболее понравившаяся всем тема. После распределения всех фраз (карточек) по темам необходимо обсудить получившийся результат. «Диагностику» в группе надо проводить осторожно, с юмором, под углом зрения проблем «Какие мы?», «Что для нас важно?», «У кого что болит, тот о том и говорит». В итоге получится «портрет группы». Таким образом, упражнение можно считать элементом «личностного роста».

Упражнение «Тренинг юмористических рисунков (ТЮР-55)». Идея использования рисованного юмора в качестве стимульного материала для развития психологических навыков нашла свое воплощение в модификации ТЮФ. Предлагается вместо фраз обсуждать карикатуры. Учитывая тот общеизвестный в психологии факт, что «визуалов» большинство, можно прогнозировать больший эффект от увиденного, чем от услышанного (или прочитанного). Осмысляется невербальное поведение — через оценку поз, жестов и другого, изображенного карикатуристом. Вступительная часть к упражнению соответствует упражнению ТЮФ, общий список тем тоже, а вот вместо карточек с фразами раздаются комплекты подобранных «психологических» карикатур с максимальной многосмысловой нагрузкой. Можно устроить «Тур карикатур», предложив участникам тренинга изобразить понравившиеся карикатуры в виде поз и жестов. «Жюри»

должно отгадать, какая карикатура изображена и оценить качество изображения.

### План проведения тренинга

Объем занятий -30 часов: 5 занятий по 6 часов или 3 по 8 часов + 6-часовое занятие. Группа 15-20 человек.

## **ДЕНЬ ПЕРВЫЙ.** Тема: Развитие социально-перцептивной наблюдательности.

Раздача визиток, выбор тренингового имени.

Вступительное слово тренера: структура социального восприятия, место юмора в общении, важность развития социально-перцептивных способностей, психологическая наблюдательность.

Обсуждение правил поведения на тренинге.

Знакомство: несколько слов о себе, оценка своего состояния по десятибалльной системе, имя, свое основное качество на первую букву имени (каждый участник круга).

<u>Упражнение</u> «O чем говорят лица». Обсуждение карикатур X.Бидструпа «Шляпы».

Подвижная игра «Менялки».

<u>Упражнение</u> «Поведение». Как мы произносим речь, как мы фотографируемся (психологический комментарий к рисункам Ленгрена). Подготовка «театральных сценок» по подгруппам, демонстрация, обсуждение.

<u>Упражнение</u> «*Тренинг юмористических фраз» (ТЮФ-44*). Многозначное восприятие юмора и себя.

<u>Упражнение</u> на сплочение группы «Веселый мячик» (поставить рекорд взаимодействия).

<u>Упражнение</u> «*Личность*». Обсуждение дружеских шаржей Кукрыниксов.

<u>Игра-задание</u> «Рисуем дружеские шаржи друг на друга» (отобразить все мелкие детали внешности и одежды).

Веселая игра «Кто сегодня самый... (симпатичный, веселый, ленивый, молчаливый и т.д.).

<u>Домашнее задание:</u> обратить внимание на интересных людей вокруг себя, подготовить рассказ о ком-то, кто привлек наибольшее внимание (внешний вид, особенности поведения, одежды, мимики, жестов...).

<u>Ритуал</u> прощания: несколько слов о своих впечатлениях, оценка своего состояния, пожелания друг другу (каждый в круге).

# ДЕНЬ ВТОРОЙ. Тема: Восприятие другого (распознавание невербального поведения).

Раздача визиток, возможная смена тренингового имени.

Вступительное слово тренера: особенности невербального общения, способы распознавания невербального поведения, особенности рисованного юмора.

Обмен мнениями, повторение правил поведения, оценка своего состояния, отчет о домашнем задании (каждый участник круга).

Ассоциативное восприятие друг друга: «Если бы он был...(кем-то, чем-то)...». Все о всех.

<u>Упражнение</u> «*Позы. Как мы сидим*». Обсуждение карикатур X.Бидструпа.

<u>Работа</u> в подгруппах: подготовка сценки-загадки по изображению позы в определенном эмоциональном состоянии и социальном контексте, демонстрация в круге, обсуждение.

<u>Игра</u> «Кидаем мячик» (покрытие рекорда предыдущего дня. Задание: назвать то, что возьмем с собой в дальнее плавание – на букву «к»).

<u>Упражнение</u> «Эмоциональное состояние в мимике». Обсуждение карикатур.

Мимика на практике: подвижная <u>игра «Моргалки».</u> Меняются те, кто сумел договориться взглядом.

<u>Упражнение</u> «Части тела. О чем могут рассказать ноги». Обсуждение версий «ножных рассказов» Х.Бидструпа. Все – по желанию.

<u>Упражнение</u> «Тренинг юмористических рисунков (ТЮР-55)». Умеем ли мы понимать друг друга без слов? Над чем смеется Россия сегодня: определение и обсуждение тематики карикатур современной периодической печати.

«Рисуем групповой портрет» (все, по кругу).

<u>Упражнение</u> «*Если бы они могли говорить*...» – вербализация диалога с животными (составление подписей к карикатурам).

<u>Домашнее задание:</u> начать разговор с тремя незнакомыми людьми на улице: подготовить рассказ о наиболее интересном варианте развития ситуации.

<u>Ритуал прощания</u>: обмен впечатлениями, оценка своего состояния, пожелания друг другу (каждый в круге).

### ДЕНЬ ТРЕТИЙ. Тема: Человек в социальных связях: оценка и отношение.

Раздача визиток. Давайте сменим имена! Кем бы мы хотели быть...

Вступительное слово тренера: восприятие личностных особенностей (характеров, темпераментов, способностей, намерений), межличностные отношения (симпатия, дружба, любовь), чувство юмора и остроумие, юмор как средство коммуникации и психологической защиты.

Несколько слов о себе в стиле антибиографии: рассказ о чертах, себе не свойственных, отчет о домашнем задании (каждый участник круга).

<u>Упражнение</u> «*Темперамент*». Обсуждение карикатур Бидструпа. Разыгрывание сценок, демонстрирующих поведение людей разного темперамента.

<u>Упражнение</u> «*Межличностное общение*». Работа в подгруппах по составлению устного комментария к рисованным рассказам Х.Бидструпа. Обсуждение в круге.

<u>Игра</u> «Скалолазы»: взаимопомощь в преодолении трудностей.

<u>Упражнение</u> «Пословицы и поговорки». Обсуждение рисунков Тильмана.

«Рисуем в стиле Тильмана» – как мы понимаем скрытый смысл.

<u>Игротерапия</u> для взрослых: <u>Упражнение</u> «*Тренинг в юмористическом зоопарке (ТЮЗ-22)*».

**Вступление тренера**: три составляющих личности (по Э.Берну). Состояние ребенка как творческий потенциал развития личности.

<u>Упражнение</u> «*Автопортрет*». Играем в игрушки – рассказываем о себе. (Каждый участник круга выбирает себе любимую зверюшку, описывает ее и себя).

<u>Упражнение</u> «*Несуществующее животное*»: как собрать черты характера и внешности с помощью мягких игрушек (каждый в круге).

<u>Упражнение</u> «*Психологический зоопарк*»: Как расселить зверей по психологическим клеткам (семьям, классам, компаниям, трудовым коллективам). Подготовка к представлению своей «клетки» (по подгруппам), обсуждение (в круге).

<u>«Кидаем мячик»</u> – рекорд вежливости (Задание: скажи что-нибудь хорошее...).

<u>Домашнее задание:</u> позвонить по телефону трем людям (или в организации), которым никогда не звонил раньше, подготовить рассказ об интересном звонке.

<u>Ритуал прощания:</u> два слова на прощание... (каждый в круге).

### **ДЕНЬ ЧЕТВЕРТЫЙ. Тема: Управление эмоциональным состоянием.**

Раздача визиток. Как тебя назовем сегодня? (Решает группа.)

**Вступительное слово тренера:** распознавание эмоций, смехотерапия, юморобика как средство изменения своего настроения и окружающей обстановки, приемы остроумия.

Чем хочется поделиться сегодня? Оценка своего настроения, отчет о домашнем задании (каждый участник круга).

Импровизированный рассказ друг о друге: каким ты был в детстве.

<u>Упражнение</u> «*Изменение* эмоционального состояния». Обсуждение в круге рисунков X.Бидструпа о любви и дружбе.

<u>Упражнение</u> «Два мячика» – веселая путаница.

Игра-тест: оцени свое чувство юмора.

<u>Игра</u> «Часы» – конструируем живые веселые часы с ку-кушкой!

<u>Игра</u> «Рассмеши другого». Борьба двух команд – серьезных и смешливых:

<u>Упражнения</u> Американская Летучая Мышь (АЛМ), Змея, Поедающая Свой Хвост (ЗПСХ), Стой, Дыши и Улыбайся (СДУ).

<u>Рисуем</u> свое настроение, мечту, будущее – невербальное выражение своего состояния, обсуждение рисунков в круге.

<u>Игра</u> «Кубик»: корчить рожи, выполнять дурацкие поручения...

<u>Домашнее задание:</u> улыбаться, замечать, звонить, знакомиться, общаться, дружить и любить.

«Чемоданчик пожеланий» — обмен короткими письменными пожеланиями. Выдача «Сертификата участника».

# РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ К ТРЕНИНГУ (на группу 20 чел. на три – пять дней)

Мячик диаметром 7–15 см, лучше два разных по размеру (для игр).

Карандаши простые с резинками на конце – 20 шт.

Карандаши цветные – 2 коробки по 6–12 шт.

Фломастеры – 6–12 шт.

Бумага формата А5 (1/2 стандартного листа) — для рисунков: 20 чел\*3 дня=60 л.

Бумага формата А6 (1/4 станд. листа) – для визиток (имен): 20 чел\*3 дня=60 л.

Бумага формата А7 (1/8 станд листа) — для «чемоданчика пожеланий»: 20 чел\* 10 пожеланий=200 л.

Булавки английские (для фиксации визиток) – 20 шт.

Картонки формата А5 (1/2 станд листа) — для удобства рисования в любых условиях — 20 шт.

Игрушки – 22 мягких зверюшки – для игротерапии.

Комплекты карикатур к каждому упражнению – 5–7 экземпляров (11 упражнений\*5 листов в упражнении\* 7 комплектов=385 листов формата А4: стандартные листы, желательно в прозрачных файлах).

# 3.3.3 «Выбери профессию» (Профориентационный тренинг)

### Общая характеристика

В выбор профессии — это одна из сложнейших и самых ответственных жизненно важных практических задач, которые приходится решать человеку. Выбор профессии — это второе рождение человека. От того, насколько правильно выбран жизненный путь, зависит общественная ценность человека, его место среди людей, удовлетворенность работой, физическое и нервно-психическое здоровье, радость и счастье. При планировании профессионального жизненного пути школьник может столкнуться с множеством трудностей. Мир профессий весьма разнообразен, и порой подростку бывает трудно решить для себя проблему профессионального выбора. Неясности, противоречия, неопределенность могут привести к кризисным переживаниям.

Очень важно в этой ситуации содействовать формированию у школьника состояния готовности к сознательному, самостоятельному обдумыванию своего профессионального будущего.

Проблемам профессиональной ориентации молодежи посвящают свои работы известные ученые: Е.А.Климов, Н.С.Пряжников, Е.Ю.Пряжникова, С.Н.Чистякова, Н.Н.Захаров, П.А.Шавир, Л.М.Митина и др. В этих работах исследуются особенности формирования профессионального самоопределения (Е.А.Климов), проблемы выбора профессии (С.Н.Чистякова, П.А.Шавир), проблема готовности к выбору профессии (Л.Н.Фридман), общая структура полного личного профессионального плана (Е.А.Климов), выявляются некоторые ошибки, которые может допустить подросток при выборе профессии. В настоящее время наибольшее количество исследований направлено на изучение теоретических аспектов профессиональной ориентации, намного меньшее — на разработку практической стороны этой проблемы (включая разработку профориентационных упражнений для групповой работы).

Несмотря на то, что сейчас существует много различных компьютерных профориентационных методик, в решении такого важного вопроса, как планирование профессионального пути, не всегда можно использовать «рекомендации компьютера», потому что компьютер не может полностью учесть всех индивидуальных особенностей подростка. Готовность учащихся к выбору профессии зависит от того, какие формы профинформационной работы составляют ту среду, в которой развивается подрастающий человек. Порой, выбирая профессию, подростки ориентируются на внешние ее атрибуты, отмечая престижность, высокооплачиваемость, но не знают особенностей, специфики той или иной деятельности. Представление подростков о профессиях будет более полным и многосторонним, если ознакомить их с психологической классификацией профессий и со схемой их анализа. Поэтому проблема разработки профориентационного тренинга, в ходе которого подросток может высказать свое мнение при обсуждении проблем выбора профессий и получить информацию о них, всегда актуальна.

<u>Цель тренинга:</u> способствовать повышению уровня ориентированности подростков в мире профессионального труда, более глубокому осознанию особенностей профессий и своих личностных возможностей.

Элементы тренинга. Непринужденное общение (минилекции тренера с экспресс-вопросами и ответами) поможет сориентироваться в бесконечном множестве профессий, познакомиться с общепринятой классификацией профессий: человек — человек, человек — техника, человек — природа, человек — художественный образ, человек — знаковая система; диспуты и групповые дискуссии позволят выявить и обсудить особенности профессий, их преимущества и негативные стороны; групповые тесты окажут поддержку в определении индивидуальных особенностей личности; психологические игры предоставят возможность попробовать себя в профессиях разного типа; увлекательные домашние задания будут способствовать становлению серьезного отношения к жизненно важной проблеме выбора профессии.

### План проведения тренинга (с описанием упражнений)

Объем занятий -20 академических часов: 4-5 занятий по 4 часа (1-2 раза в неделю), группа из 10-20 человек.

## **ДЕНЬ ПЕРВЫЙ.** Тема: Общее знакомство с профессиями.

<u>Знакомство.</u> Изготовление визиток, представление участников, оценка своего состояния цветом, обсуждение правил поведения на тренинге.

Мини-лекция тренера: выбор профессии — важный этап личностного становления, мир профессий, классификация профессий, типы профессий. Обсуждение: что вы знаете о профессиях, кто какую профессию выбрал и почему?

Упражнение «Профессии на букву...». Предлагается перечислить все профессии на заданную букву (бухгалтер, бизнесмен и т.д.). Указать, на какую букву начинается наибольшее число названий профессий.

<u>Упражнение</u> « $\bar{B}$ ыбери профессию» (игротерапия для взрослых). Предлагается набор предметов и игрушек, связанных с

разными профессиями (ручка, книжка, тетрадка, часы, шприц, газета, отвертка, ножницы, кукла, игрушечные модельки пылесоса, телефона, компьютера, телевизора, пианино, утюга, самолета, машины, кинокамеры, оружия, кухонной утвари и т.п.).

Задания: 1. Разобрать все предметы, рассказать о том, какие профессии ассоциируются с каждым из них (выполняется группой). 2. Первому участнику «случайно» дают два предмета, из которых он может один заменить на тот, который ему больше нравится. Он должен рассказать, какие профессии он мог бы выбрать в связи с любимым предметом и тем, который ему был навязан обстоятельствами. Передав свой комплект соседу по кругу, участники продолжают игру до тех пор, пока о своих предпочтениях не расскажут все. 3. Угадайка. Все предметы лежат в середине круга. Группе участников из 2–3 человек предлагается запомнить расположение предметов, затем выйти из комнаты и, вернувшись, заметить перемены: исчезновение или перестановку некоторых предметов. Определив пропавшие предметы, нужно попытаться догадаться, кто их взял.

<u>Игра</u> «Профориентационные менялки». Группа выбирает три профессии, каждый участник становится «профессионалом» в одной области из трех. Стульев должно быть, на один меньше, чем участников. Объявляется, что на бирже труда есть вакансии для... летчиков (местами меняются только летчики), не севший «летчик» становится работником биржи и сообщает, какие вакансии поступили.

<u>Упражнение</u> «Бидструпа о профессиях». Предлагаются комиксы X.Бидструпа, изображающие людей разных профессий (раздаются рисунки каждому участнику, по два — три одинаковых рисунка на группу). Нужно угадать профессию, отнести ее к определенному типу ( $\mathbf{Y} - \mathbf{Y}, \mathbf{Y} - \mathbf{T}, \mathbf{Y} - \mathbf{\Pi}, \mathbf{Y} - \mathbf{3}, \mathbf{Y} - \mathbf{X}$ ), обсудить проблемы, заостренные художником, выяснить преимущества и недостатки профессий. Каждый участник представляет свой рисунок и профессию. Кто-то узнает по описанию свой рисунок и выступит оппонентом или единомышленником.

<u>Упражнение</u> «*Нарисуй профессию*». Предлагается нарисовать любимую профессию (каждому – свою), подчеркнув

ее положительные или негативные стороны. Участники круга должны назвать профессию и указать те ее проблемы, на которые обратил внимание рисовавший. Определяется победитель – тот, кто создал лучший рисунок.

<u>Домашнее задание:</u> Составить списки профессий, названия которых начинаются на разные буквы (можно пользоваться справочниками, словарями, мнениями знакомых и родственников), определить букву-победительницу.

<u>Прощание:</u> Обмен мнениями и оценка своего состояния цветом.

# ДЕНЬ ВТОРОЙ. Тема: Профессии группы «Человек – знаковая система», «Человек – человек».

Визитки, представление своего состояния и настроения цветом, жестом или позой.

<u>Представление домашнего задания:</u> Кто какие профессии вспомнил? У кого какая буква победила? Определяется буква – групповой чемпион. Удалось ли узнать новые профессии, вспомнить забытые, определить для себя приемлемые и недоступные?

Мини-лекция тренера: профориентация и профотбор. Какие требования предъявляет профессия к человеку и какие свойства личности предопределяют выбор профессии.

<u>Самопредставление:</u> какой я, к какой профессии у меня склонности, чего я хочу и что могу (все участники по кругу).

<u>Диагностика</u> (Сам себе психолог): **1.** Психомоторный тест на определение ведущего полушария и типа мышления («физики и лирики») (ведущая рука, нога, глаз...). **2.** Пиктограмма: изображение значений слов (дом, возмездие, работа, дружба, любовь, ужас, абракадабра, семья, учеба, развлечение, преступление, творчество, бог, отдых, мечта). Определение типа мышления и личностных особенностей.

Самопредставление: кто я, какой я (по желанию).

<u>Игра</u> «*Разведменялки*». Меняются те, кто любит сериалы, пьет кофе, делает зарядку, у кого есть кошка, собака, дача... Потом вспомнить, у кого что есть и кто что любит. Поменяться в обратном порядке.

<u>Мини-лекция</u> на тему: Профессии группы «*Человек* – *знаковая система*».

Упражнение «Найди букву» (развитие наблюдательности) — модификация упражнения из сборника «Игры, обучение, тренинг, досуг / Под ред. В.В.Петрусинского. Кн. 5. — М., 1994». Материал: Страница текста детской книжки С.Могилевской «Сказка о громком барабане» (М., 1984. См. Приложение) (несколько копий). Задание: Получив текст, не читайте его. Постарайтесь как можно быстрее найти и сосчитать в нем все буквы «б». Не пересчитывайте. Сколько букв «б» на этой странице? (28). Собрать листы с текстами. Ответьте на следующие вопросы: 1. Какие слова встречаются чаще других? (Барабан, дедушка, бабушка, мальчик). 2. Сколько раз встретилось слово «бабушка» (3), «барабан» (8), «мальчик» (3)? 3. Есть ли имя в тексте? (Ларик). 4. Это имя мальчика? (Нет). 5. Один барабан или два? (Два). 6. Какого цвета новый барабан? (Желтого). Пересказать сюжет как можно более подробно.

<u>Мини-лекция</u> на тему: Профессии группы «Человек – человек», невербальное общение. Значение жестов.

Упражнение «Словарь жестов». Материал: Иллюстрации к классификации жестов из книги В.А.Пронникова и И.Д.Ладанова «Язык мимики и жестов» (М., 1998). Несколько листов с разными наборами жестов (4–5 жестов на листе, с авторскими пояснениями). Задание: Каждому из вас досталась группа жестов, отличная от всех других. Внимательно рассмотрите их и поясняющие надписи. Выберите приемлемые для себя жесты. Постарайтесь повторить их. Потренируйтесь! Каждый участник занятий делает свой жест. Задача других — отгадать, что именно передает жестом человек. Критерий объективности — соответствие значения жеста сопровождающей его авторской подписи. Скажите, какие жесты вам повторить трудно, поясните, почему.

Упражнение «Любовь с первого взгляда». Идея упражнения связана с телепередачей аналогичного названия. Вместо девушек и юношей предлагаются юмористические изображения людей разных типов. Подбор пар вынуждены делать не «претенденты», а рассматривающие эти рисунки люди. Можно вообразить, что это своеобразная «служба зна-

комств», где психологи подбирают пары по их дружеским шаржам. Карикатура отражает все характерные черточки внешнего облика человека, его внутреннего мира, привычек, странностей, увлечений, умело и деликатно подчеркнутых рукой художника. Несмотря на странность, идея не лишена серьезного смысла: может быть действительно стоит в клубы одиноких сердец приносить не только фотографии, но и юмористические рисунки! Не всегда просто рассказать о своих особенностях, предупредить о недостатках... А юмор (тем более невербальный, рисованный) позволяет это сделать и получить ответ (пусть даже и отказ!) в более мягкой и приятной форме. Материал: серии рисунков с изображением юношей и девушек, подобранных из карикатур профессиональных художников (Х.Бидструпа). В разных группах «претендентов» акценты сделаны на разные детали изображения: черты характера, одежда, тип лица, манера поведения, особенностей ситуации выбора (одна дама выбирает из десятка мужчин, веселое знакомство молодежи, девушки «делят» парней и наоборот). Задание: давайте поиграем в службу знакомств! Подберите пары. Кто кому подходит больше? Почему? Кого бы выбрали вы? Кто бы выбрал вас? Опишите претендентов, какие они?

<u>Упражнение</u> «Угадай профессию». **1.** Один или несколько участников выходят из комнаты. Вернувшись, они должны отгадать, какую профессию изображает группа. **2.** Все по очереди изображают какую-то профессию, отгадывает группа.

<u>Домашнее задание:</u> Провести профессиональную диагностику своих близких (родственников, друзей) с использованием психомоторного теста.

<u>Прощание:</u> обмен мнениями, оценка своего состояния вербально, не вербально, цветом.

# ДЕНЬ ТРЕТИЙ. Тема: Профессии группы «Человек – природа».

Визитки, представление своего состояния и настроения цветом, жестом или позой.

<u>Представление домашнего задания.</u> Понравилось ли вам роль психолога? Кто из ваших близких наиболее похож на вас, кто вас удивил, какие возникли противоречия и вопросы?

Разминка. Игра «Ручеек».

Мини-лекция на тему: Профессии группы «Человек – природа». Человек – царь природы... Покорение природы... Все чаще фразы такого типа настораживают и приводят в замешательство. Имеем ли мы право рассуждать так? Кто мы на этой планете? На Земле вместе с нами живет множество живых существ. Так ли сильно мы отличаемся от них? Что у нас общего? Как жить так, чтобы не мешать друг другу? Использовав юмор, доведем ситуацию до абсурда – и наглядно представим ее. Один из главных теоретиков смеха А.Бергсон считал, что в его основе лежит человеческое несовершенство, автоматизм и косность, которые вступают в противоречие с совершенной, постоянно меняющейся действительностью. В силу своего несовершенства, мы часто поступаем глупо: вырубаем лес, который очищает воздух, уничтожаем животных, заводя на них Красную книгу. Но в то же время люди давно уже летают в космос, побеждают когда-то неизлечимые болезни, задумывается об устройстве мира далеко от Земли...Человеческая мудрость так же безгранична, как глупость. Можно ли по-настоящему разумно решать насущные проблемы, связанные с сиюминутными потребностями человечества? Наверное, да. Например, посадить новогоднюю елку в цветочный горшок, или сделать ее из искусственного материала, или поехать к ней в лес, или посадить ее возле дома, или посмотреть на нее в видеоклипе, или нарисовать ее на стене... Что еще? Наверняка, очень многое. Юмор, с присущим ему эффектом неожиданности, может служить средством научения видеть разные решения одной задачи. Юмористы позволяют себе самые абсурдные решения – не только для того, чтобы рассмешить, но с тем, чтобы подтолкнуть к серьезному решению. Зрители и читатели, рассматривая и разгадывая замысел художника, могут расширить сферу поисков вариантов решения своих проблем.

<u>Упражнение</u> «*Хотели как лучше*...». <u>Материал.</u> Карикатуры на тему некоторых злободневных экологических про-

блем: изображение необдуманных решений, приводящих к усугублению ситуации. Сюжеты: скворечники на пнях, искусственное дупло в дереве и др. Задание: Давайте задумаемся над теми проблемами, которые подняли в своих карикатурах художники. Абсурдность решений не вызывает сомнений. Но и не решать проблемы нельзя, людям нужны блага цивилизации. Устроим групповую дискуссию по определенным правилам.

<u>Вариант 1.</u> Техника брейнсторминга. Из группы выбираются «генераторы идей», их задача — сформулировать как можно больше идей и конкретных предложений. Все остальные — критики, они должны спорить, искать контраргументы, обсуждать недостатки и прогнозировать последствия. Задача всей группы — принять одно наиболее верное решение.

Вариант 2. Техника синектики. Из группы выбираются наиболее веселые и активные участники. Их компетентность необязательна. В основе дискуссии лежит принцип «позитивного незнания», означающий свободу от стереотипного мышления. Задача «синектиков» — недолго размышляя, не продумывая всего до конца, «накидать» как можно больше разных идей и решений обсуждаемой проблемы, вплоть до крайних, противоположных вариантов, взаимоисключающих предложений. Абсурд и юмор должны раскрепостить мышление до предела. Задача группы — не отвергать ни одно предложение, найти рациональные зерна в самых неправдоподобных проектах. Итог обсуждения — несколько разных подходов к решению проблемы.

<u>Упражнение-игра</u> «*Тренер*» («*Кубик*»). См. тренинг «*Юморобика*».

Упражнение «Модельеры» (Цель – научить распознавать тип профессии). Участникам круга раздаются лекала (картонные изображения фигур людей в разных позах: прямостоящий, сидящий, наклоненный, бегущий, лежащий человек). Предлагается сконструировать внешний облик человека: одежду, прическу, добавить мебель, сопутствующие предметы. Для этого всем участникам предлагается перевести контуры лекала на бумагу, дорисовать все необходимое, вырезать детали, перевести их на цветную бумагу и «собрать кон-

струкцию»: одеть человека, представить его в определенной позе. Мужчина или женщина, ребенок или взрослый получатся? Люди какой профессии смоделированы? Объявляется конкурс на лучшую работу. Можно продолжить дома, разрабатывая разные варианты одежды и внешнего облика.

<u>Домашнее задание:</u> Собрать сведения о любой профессии, записать мнение 5 человек, имеющих одну профессию. Подчеркнуть преимущества и недостатки профессии.

<u>Прощание.</u> Обмен мнениями, оценка своего состояния вербально, не вербально, цветом.

## ДЕНЬ ЧЕТВЕРТЫЙ. Тема: Профессии группы «Человек – художественный образ», «Человек – техника», профессии смешанного типа.

Визитки, представление своего состояния и настроения цветом, жестом или позой.

<u>Представление домашнего задания:</u> Презентация профессий. Что удалось узнать о выбранной профессии? Рассказ о людях этой профессии. (Обсуждение).

<u>Мини-лекция</u> на тему: Профессии группы «Человек – художественный образ».

<u>Упражнение</u> «*Поэт*» (Лимерики). Это упражнение хорошо поднимает настроение в группе. В основе – идея, высказанная М.В.Мусийчук. Она заключается в том, что любого человека можно научить сочинять простые веселые стихи. «Лимерик» (жанр создан Э.Лиром) – это короткое пятистрочное стихотворение, в котором по определенным правилам описывается веселая чепуха.

Жил-был старичок из Киото, Постоянно жалевший кого-то, Он увидел лягушку И метнул ей ватрушку, Благородный старик из Киото.

Жила-была Маня в Самаре, Возила корову в трамвае, Поила водою, Кормила травою, Та Маня в трамвае в Самаре.

Алгоритм создания лимерика: первая строка содержит указание на героя, во второй дана его характеристика, в третьей и четвертой описаны действия героя, последняя повторяет первую и привносит экстравагантный эпитет. Сочинение подобных лимериков в группе — очень веселое занятие, постепенно втягивающее всех участников. В моей практике не было ни одного человека, у которого бы это «не получилось». Получается даже у тех, кто был убежден, что не умеет сочинять стихи и шутить! Упражнение полезно в контексте развития природного остроумия или в качестве самопсихотерапии, к которой полезно прибегать в трудные периоды жизни (перед экзаменом, например, вместо тревожного ожидания можно заставить себя сочинить пару лимериков).

Угадайка (модификация упражнения из сборника «Психогимнастика в тренинге / Под ред. Н.Ю.Хрящевой. СПб., 1999»). Один или несколько участников выходят из комнаты. Остальные участники загадывают строчку из песни или стихотворения. Каждый произносит одно слово из нее. Когда вышедшие участники возвращаются, группа произносит строчку: одновременно все говорят одно свое слово. Нужно угадать, какую строчку загадала группа.

Упражнение «Писатель» (Старая сказка о главном). Попытки сочинить новые варианты известных сказок, опираясь на идеи художников и свою фантазию, провоцируют веселые дискуссии на серьезные темы и развивают творческие способности. Участникам раздаются карикатуры, в которых необычным образом обыгран известный сюжет сказки. Предлагается сочинить свой необычный сюжет. Лучшая сказка получает приз.

<u>Разминка</u> «Мячик вспоминает профессии». Кидая мячик, участник называет профессию. Если мячиков два, можно называть положительные и отрицательные качества профессии.

<u>Мини-лекция</u> на тему: Профессии смешанного типа (фотограф + художник + психолог + ботаник... =?).

«Лечебные пейзажи», «воспитание красотой», «зеленые уроки» – подобные метафоры не просто украшение психолого-педагогического словарного арсенала. Все чаще психологи и педагоги обращаются к природе за профессиональной помощью. Не только потому, что «зеленый цвет успокаивает». Картины природы наводят на раздумья об устройстве этого мира, поведение животных во многом повторяет законы человеческого общения. Заметить в природных явлениях необычные сочетания, противоречия, несоответствия привычному — значит разрушить стереотипы восприятия, расширить границы осознания своих, человеческих проблем. Это своего рода экология мышления. Чистые мысли в чистой душе призваны рождать конструктивные идеи и правильные решения.

Так называемый фото-юмор – явление уникальное и очень интересное. Вместе с улыбкой часто рождается целая гамма чувств: грусть, страх, удивление... Не столько важен сам сюжет, подмеченный фотографом, сколько ракурс, в котором сделан снимок. Цветок увеличен до необычных размеров: может быть, фотограф воспринял его как одинокую красивую женщину на бескрайней поляне бытия? Почему бабочка такая маленькая по сравнению с общим фоном, выхваченным кадром? Значит идея не в ней, а в соотношении маленького, прекрасного, быстротечного, как жизнь этой бабочки, с обыкновенной «зеленой» громадой буден... Два обвивающих друг друга ствола дерева, снятых снизу, деревья вокруг, как бы склонившиеся в центр кадра... Классической красоты нет: стволы кривые, деревья голые, нет ни птиц, ни животных. Но увиденное привлекает внимание, восхищает каким-то глубоким философским смыслом. Что это? Символ любви, верности, взаимопомощи или скорбь по прошедшей молодости, потерянному здоровью, одинокой бездетной старости. «Комедия положений» или трагедия чувств? О чем еще можно задуматься, глядя на такое чудо природы? О чернобыльской аварии, о детяхинвалидах, о проблемах нравственности и морали? О многом...

А если использовать этот богатый психологическим смыслом фотоюмористический материал для целенаправленно-

го привлечения внимания к большим и малым проблемам человечества, не навязывая нравоучений, а только используя подсказки, которые предоставила сама жизнь? Поговорим языком природы...

Упражнение «Мы и природа». Материал. Фотографии, зафиксировавшие необычные пейзажи или юмористические сценки из жизни природы (цветок на поляне, бабочка в траве, два кривых ствола, одинокий пень с молодым ростком, общение с собакой...). Задание: Посмотрите внимательно на фотографии. Что изображено на них? Какие чувства вызывает увиденное? Зачем фотограф сделал этот кадр? Какой технический прием использовал и с какой целью: что хотел увеличить, заострить, высветить? Что можно сказать об этом человеке? О чем он думал, какие проблемы живут в его внутреннем мире, созвучны ли они с вашим мировосприятием? Подберите подходящие, по вашему мнению, темы, которые затрагивает сюжет. Поделитесь своими идеями.

Упражнение «Инженер». Участникам раздаются различные детали или фрагменты предметов разной формы, величины, цвета, из разного материала (пружинки, болтики, крышки, фрагменты конструктора, кусочки картона, материала, детали разобранных конструкций и предметов разного предназначения, часов, например, и т.п.). 1. Предлагается описать каждую деталь: откуда она, в конструкцию какого предмета она может войти? Особенно интересно неожиданное решение, нестандартное использование детали (бигуди – печная труба игрушечного домика...). 2. Первый участник берет деталь. Он должен выбрать еще одну, чтобы вместе они составляли чтото цельное, следующий достраивает конструкцию новой деталью. Так до тех пор, пока конструкция не обойдет весь круг участников или впитает в себя все детали или сборка зайдет в тупик в силу своей абсурдности. Можно продолжить по принципу «Собери несуществующую конструкцию» (как в методике «Нарисуй несуществующее животное»).

#### Разминка.

<u>Мини-лекция</u> на тему: Профессии группы «Человек – техника».

Упражнение «Часы с кукушкой» (модификация упражнения из сборника «Психогимнастика в тренинге / Под ред. Н.Ю.Хрящевой. СПб., 1999»). Круг людей изображает циферблат. Ведущий – «гвоздик», центр. Его руки – стрелки. Он говорит время (например, без пяти девять). Сначала нужно озвучить часы, затем минуты. Тот участник, который находится на месте «часов», говорит «Бим», а тот, кто на месте минут, – «Бом». Выбирается игрок-«кукушка», который кукует столько раз, сколько показывает часовая стрелка. Ведущий изображает руками стрелки. Круг решает, правильно ли показано время (8 часов – бим, 55 минут – бом). Затем гвоздиком становится кто-то из участников, меняется ориентация часов. Тот, кто изображал «шесть часов», например, теперь изображает «двенадцать». Циферблат «вращается» до тех пор, пока каждый участник не сыграет роль «кукушки» и/или «гвоздика». Количество участников не имеет значения. Если игроков много, одно число могут изображать несколько человек, если «не хватает», каждый изображает несколько цифр (левая рука, например – «4», правая рука – «3»), можно на место цифр положить карандаши или поставить пустые стулья.

<u>Упражнение</u> «*Шеренга*». **1.** Выстроиться в шеренгу. По команде повернуться в любую сторону. Повторять до тех пор, пока все не будут стоять лицом в одну сторону. **2.** Выстроиться по росту, по цвету волос, по длине юбок, по темпераменту, по цвету радуги и в обратном порядке (загадав цвет).

<u>Домашнее задание:</u> Найти детали конструкций, из которых можно собрать какое-то устройство, прибор, вещь. Чем необычнее, смешнее, тем интереснее (швейная машинка из катушек, чайный сервиз из пузырьковых крышек, пианино из кубиков и т.п.).

<u>Прощание.</u> Упражнение «Рюкзачок пожеланий». На спину каждому участнику прикалывается лист бумаги (с подложенной картонкой). Каждый каждому пишет пожелания. Обязательное условие – написать профессию, в которой человек будет наиболее успешен. Обменяться впечатлениями. Выдача «Сертификата участника».

### 3.3.4. «Встреча с Неведомым» (Кросскультурный тренинг)

Кросскультурный тренинг «Встреча с Неведомым» Общая характеристика

Цель тренинга — подготовка к общению с людьми в незнакомой культурной среде (освоение навыков преодоления культурного шока, акцентирование внимания на общечеловеческих ценностях и решении общечеловеческих проблем). Теоретической основой тренинга является так называемая «кросскультурная психология», в рамках которой развиваются два направления исследований: 1) выявление общих закономерностей психического развития у людей различных национальностей и культур; 2) изучение различий проявления психологических феноменов (процессов, явлений, состояний...) у представителей разных культур. Единицей исследования является не элемент самой культуры, а тот или иной психический процесс развития, рассматриваемый в заданном культурном контексте.

Исследования социального поведения показывают, что главные компоненты социального взаимодействия проявляются удивительно сходно, хотя есть и различия. Например, самые «веселые» дети – кенийцы! Они улыбаются чаще, чем, к примеру, синегалы. Датчане при межличностном взаимодействии подходят к своим партнерам по общению на более близкое расстояние, чем, например, американцы. Существуют своеобразные «английские» или «американские» жесты (закидывание ноги за ногу, способ остановки такси и т.п.). Всем известно, что «по-болгарски» слово «нет» сопровождается кивком головы, то есть наклоном ее вперед, а слово «да» – поворотом головы в одну и другую стороны. У россиян все наоборот!

Кросскультурное исследование имеет целью выявление миропонимания, характерного для каждой конкретной культуры, которое формируется у личности в процессе ее взаимодействия с другими людьми и предметами окружающей среды.

Межкультурная адаптация – сложный процесс, благодаря которому индивид достигает совместимости с новой куль-

турой. Термин «культурный шок» описывает процесс вхождения в новую культуру, который сопровождается неприятными чувствами: потери друзей и статуса, отверженности, удивления и дискомфорта, путаницей в ценностных ориентациях и собственной личностной идентичности.

Для подготовки к межкультурному взаимодействию психологами разрабатываются методы оптимизации отношений между представителями разных этносов и культур. Их цель — научить человека видеть ситуации с точки зрения членов чужой группы, понимать их видение мира.

В данном тренинге использован собирательный образ человека иной («неведомой») культуры — инопланетянина. Не так уж важно, с какой он «планеты», какой национальности, главное, что он — *другой* для всех участников тренинга. Тренинг состоит из семи упражнений, рассчитанных на одиндва дня «межпланетного сипмозиума», которые направлены на то, чтобы обсудить и осмыслить общечеловеческие ценности; используя воображение, «встретиться с Неведомым», то есть представить себе реальную встречу представителей разных культур или даже цивилизаций; в виде психологической игры попробовать пообщаться с представителями иных миров — для того, чтобы освоить навыки, которые помогут общаться с людьми в ситуациях межкультурных противоречий.

#### План проведения тренинга (с описанием упражнений)

Знакомство по визиткам, представление своего состояния и настроения цветом, жестом или позой.

Мини-лекция. Обратим внимание на одну из тем, обсуждением которой занято современное человечество. Это мысли об НЛО, внеземных цивилизациях, о возможных контактах с ними. Попробуем посмотреть на это глазами художников-карикатуристов. Это не отдельные рисунки, а целая юмористическая отрасль, затрагивающая большой диапазон проблем. К преимуществам юмора (заострению, осмысленному преувеличению главного) присоединяется еще одно: сама идея взгляда на нашу планету с позиции сторонних наблюдателей-инопланетян. «Большое видится на расстоя-

нии», «свою грязь обычно замечаешь тогда, когда ждешь гостей», «лучше, где нас нет»... Такого рода суждения в контексте уфологической тематики приобретают особый смысл и расширяют диапазон понимания различных проблем планеты. Уфология заставляет по-новому рассуждать о злободневных земных проблемах: о питании, о здоровье, об источниках энергии, о сохранении животного мира, о развитии техники и т.д. «Уфологический» юмор затрагивает и узкодисциплинарные психологические аспекты: это межкультурное взаимодействие, преодоление культурного шока, конфликтология, лидерство, агрессия, альтруизм, структура общения, способы взаимодействия, коммуникативные барьеры, социальная перцепция (восприятие и понимание людьми друг друга), аттракция (механизм развития эмоциональных межличностных отношений, а проще – любви и дружбы), групповые процессы и многое другое. Психология своими средствами и методами – в форме групповых дискуссий, социально-психологических тренингов и обучающих программ - может продуктивно использовать идеи, высказанные художниками-карикатуристами, которые шутят на тему НЛО. Совместное обсуждение общих проблем планеты помогает понять то общее, что есть в людях любых национальностей. Не всегда удобно всерьез высказать какую-то абсурдную на первый взгляд идею. Но именно она может оказаться единверной! Илея ственно ≪позитивного А.Л.Свенцицкого может быть использована в своеобразном ракурсе: чем менее компетентны те, кто взялся за обсуждение сложных проблем, и чем более они остроумны, тем меньше они обременены стереотипа ми мышления, тем больше вероятность возникновения оригинальных решений.

Упражнение «Знакомство». Материал: Визитки или листы бумаги и булавки, фломастеры и карандаши. Задание: Давайте представим, что все мы — жители различных планет — собрались на межпланетном симпозиуме. Придумайте «инопланетные» имена, напишите их на визитках и приколите их к своей одежде. Теперь каждый из нас представится — произнесет свое имя, расскажет о своей «планете», опишет

образ жизни на ней и поделится своими мыслями о том, как должно быть устроено цивилизованное общество.

Упражнение «Встреча с Неведомым». Задания: **1.** Часто, бывая в чужой стране, люди чувствуют себя, как на чужой планете... Все непривычно, непонятно, нелепо, смешно или грустно. Чтобы не обижать японцев (китайцев, эфиопов, чукчей и всех других, чей быт может ввести в заблуждение всех, кто впервые с ним столкнулся), представим себе, что мы встретились с человеком неопределенной (главное – другой, чем наша!) национальности. Пусть он будет «с другой планеты»! Внимательно рассмотрите юмористические рисунки. Какие особенности внешности, образа жизни, протекания психических процессов подчеркнул художник? Опишите ситуацию вашей непосредственной встречи с таким «человеком». Как вы думаете, возможна ли встреча с представителями других планет в ближайшем будущем? Где, когда и как это может произойти? Представьте себя на месте встречи. Как бы вы себя вели? Скажите предполагаемые фразы. Может быть вам действительно повезет! 2. Давайте нарисуем «представителей» своих придуманных планет! Обсудим вместе, поняли ли мы замысел «художника»? Чей рисунок лучший? Почему? 3. А что общего есть во всех людях, жителях планеты Земля? Как бы мы нарисовали дружеский шарж на землянина? (На общем, большом листе бумаги можно сделать общий рисунок, где каждый добавит свою деталь). Что, на ваш взгляд, надо заострить, преувеличить, а что скрыть? Как собрать общий облик землянина из обликов людей разных национальностей? Возможно ли это? Или на межпланетный симпозиум от планеты Земля придется посылать несколько человек? Сколько и кого именно? Какой доклад он (или они) сделали бы на межпланетном форуме? О чем хотелось бы рассказать вам? (Подготовка «докладов» по подгруппам, заслушивание, оценка, обсуждение).

<u>Упражнение</u> «*Психология в картинках*» (тренинг юмористических рисунков – ТЮР-33). <u>Материал:</u> Набор карикатур на одну тему: «НЛО и инопланетяне» (рисунки, предоставленные Самарским уфологическим клубом). <u>Задания:</u> **1.** Посмотрите на рисунки внимательно. Все они посвящены теме

НЛО. Какие проблемы человечества затронуты художниками? Как мы смотримся со стороны? Пытаются ли понять нас те, кто живет где-то рядом? Помогают ли они нам? Чем и в чем? О чем предупреждают? Часто фантазии художников – это размышления о нашем будущем. Каким оно может быть? Какие темы можно считать общими для нас и для представителей других миров? Экология космического пространства – не только смешная тема. В качестве тем, так или иначе затронутых карикатуристами, предлагаются 11: наука, искусство; техника; агрессия, самозащита; экология, здоровье; нравы, традиции, обычаи, законы, мораль, религия; устройство быта; межличностные отношения (дружба, любовь, семья...); пагубные пристрастия (пьянство, курение, наркотики); юмор, смех; проекты встреч (межкультурные контакты). Можно использовать карточки к упражнениям ТЮФ-44 и ТЮФ-55 из тренинга «Юморобика». 2. Разложите рисунки по темам. Какие, на ваш взгляд, наиболее информативно выражают наши земные проблемы? Предложите свои формулировки тем. 3. Давайте устроим «тур карикатур»! Представьте содержание какой-либо карикатуры в виде живой картины. Ее можно озвучить, дать в движении. Задача зрителей – узнать карикатуру.

Упражнение «Необычные явления» (НеЯ-11). Материал: Несколько фотографий, на которых зафиксированы необычные явления (из уфо-литературы). Задание: Внимательно рассмотрите фотографии. Опишите увиденное. Как вы думаете, что это? Есть ли среди изображений реальные случаи прилета НЛО? Пугают ли вас явления природы, которым вы не можете найти объяснения? Как, по-вашему, надо себя вести в необычной ситуации?

После дискуссии ведущий рассказывает о том, что зафиксировано на фотографиях: необычные облака; кометы; случай энергетического зонда во Владивостоке; необычный ракурс луны; прожектор на маяке; автомобиль за холмом; шаровая молния; стая диких гусей; аэростат; овальный объект над опорой ЛЭП в Самарской области, в селе Старая Чесноковка; световая матрица 6 ноября 1990 года в Тольятти. Среди фотографий три изображения, которым не найдено объяснений, будем счи-

тать их «реальными НЛО». Группа разбивается на три подгруппы, каждая из которых становится «свидетелем» реального явления. Предлагается описать НЛО по рекомендациям, составленным В.И.Авинским (недостающие детали описания дополняются за счет воображения и шутки): 1) год, число, продолжительность наблюдения; местное время, область, 2) место наблюдения: город, село, 3) ориентиры, вблизи которых наблюдался объект, схема местности с масштабом расстояний; 4) откуда велось наблюдение: с земли, с самолета, с плавсредства, с балкона, из окна; 5) форма объекта, видимые детали; 6) размеры (линейные в метрах и угловые в градусах); 7) высота объекта над горизонтом; 8) расстояние до объекта; 9) цвет, яркость, огни, лучи; 10) характер движения: равномерное, иное; 11) траектория движения; 12) направление движения относительно стран света, горизонта; 13) звуки, запахи; 14) воздействие на окружающую среду (туман, свечение, нарушение работы техники, поведения животных и людей); 15) погодные условия; 16) подробное описание фотоаппарата, бинокля, видеокамеры; 17) анкетные данные очевидца (возраст, образование, профессия, звание); 18) категория очевидца: местный, приезжий, в отпуске, в командировке; 19) адрес и телефон; 20) свидетели; 21) рисунки, фотоснимки, фотопленки, видеозаписи; 22) подпись очевидца, дата.

### <u>К упражнению «Необычные явления (Не Я)»</u> **Перечень явлений, похожих на явление «НЛО».**

- Воздух, поднимающийся над холмами, может образовывать облака, напоминающие блюдца.
- Кометы состоят из льда и пыли. Приближаясь к солнцу, они обзаводятся хвостом длинною в несколько миллионов километров.
- Александр Донской. Владивосток. «Шар огромных размеров колоссальной силы притяжения предстает над заливом внезапно на глазах у людей. «Реальный случай».
- Световая матрица. 6 ноября 1990, Тольятти. «Реальный случай».
- Самарская область, село Старая Чесноковка. Овальный объект над опорой ЛЭП. «Реальный случай».

- Прожекторы на маяке...
- Фары автомобиля, поднимающегося по горе, отражаясь, создают «небесные огни».
  - Шаровая молния бывает причудливой формы...
  - Стая гусей, освещенная прожекторами...
  - Аэростат, запущенный с научными целями.
  - И луна бывает неузнаваемой.

<u>Игра</u> «Пришельцы». Игра развивает навыки распознавания невербального (неречевого) поведения. Как общаться в незнакомой речевой среде? Жестами, позами, мимикой, внимательным наблюдением за проявлением эмоций! Как понять культуру другой цивилизации? Используя общечеловеческие ценности и установки! Как учесть психологические особенности партнера по общению? Прислушаться к своим собственным и «присоединиться» к чужим (повторить жест, эмоцию, походку...).

Инструкция: Часть группы «полетит» на другую планету и попытается установить контакт с «местными жителями» — остальными участниками. Задача «хозяев» — загадать правила общения на своей планете, например: на любой вопрос с улыбкой — ответ «да», без улыбки — «нет», с мужчинами не разговаривать, если речь касается проблемы питания — поднимать руки вверх и т.п. Задача «гостей» — разгадать все придуманное, задавая любые вопросы и совершая любые действия.

<u>Игра</u> «Подбери состав космического корабля». Игра актуализирует состояние принятия решения. В каждый конкретный момент времени человек стоит перед выбором: совершать или не совершать то или иное действие. Для многих это мучительное состояние, если приходится учитывать многие обстоятельства (родственные связи, субординацию, эмоции, чувство долга, производственную необходимость и многое другое).

Инструкция: Каждому участнику ведущий (тренер) дает задание: подобрать состав космического корабля в виде приказа типа «Убрать 3 человек из круга!», «Вернуть 1, убрать 5!», «Вернуть 2, убрать 3!» и т.д. В конце можно обсудить, кого действительно можно взять в космический полет и почему.

<u>Упражнение</u>: «*Нарисуй НЛО*» (ритуал прощания). <u>Материал:</u> фотографии различных типов НЛО – реально зафиксированных и вымышленных; листы бумаги, карандаши и фломастеры.

<u>Инструкция:</u> Посмотрите, какие бывают НЛО. Как, повашему, они передвигаются? Какие источники энергии можно использовать для создания звездолетов? Пусть каждый из нас нарисует свой вариант НЛО. Чем оригинальнее, тем интереснее! Все остальные будут «свидетелями» контакта! Оставим свои подписи на каждом рисунке и подарим их друг другу на память о нашем «межпланетном симпозиуме»!

# Глава 4. ЮМОР В СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ: ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

\_\_\_\_\_

### 4.1. Остроумие и креативность (роль юмора в научном мышлении)

В обширной литературе по вопросам комического, как правило, слова «юмор», «чувство юмора» и «остроумие» используются как синонимы. В данном случае речь будет идти об *остроумии* как свойстве психики. Именно такой подход к проблеме обозначил А.Н.Лук, говоря об отличии остроумия от чувства юмора и о значении остроумия в творческом мышлении. Высказанные им идеи очень интересны и заслуживают критического анализа и развития.

А.Н.Лук вводит понятие «чувство комического», разделяя его на «чувство юмора» и «остроумие». Он рассматривает их как различные психические качества. Чувство юмора это стремление к отысканию нелепого и смешного в повседневном окружении. Остроумие - это способность обнаруживать закономерности и связи там, где на первый взгляд таких связей нет. Остроумие создает остроту – это активный мыслительный процесс. Американские авторы С.Меткалф и Р.Филибл, создавая свой вариант «науки о юморе», не останавливаются на тонкостях в различии понимания терминов «остроумие» и «чувство юмора» (Меткалф, Фелибл, 1997). В разных контекстах речь идет об одном – о «чувстве юмора». Однако и они интуитивно наметили «развилку», вводя термины «юмороптика» - «видеть смешное» (чувство юмора) и «юморобика» - «делать смешное» (остроумие). Уточняя эти различия, можно сказать, что «чувство юмора» – это умение смеяться, а «остроумие» – это умение шутить. 3. Фрейд подчеркивал, что остроту создают (работа остроумия), а комическое находят (функция чувства юмора) (Фрейд, 1999)]. Рассуждая о соотношении чувства юмора

и остроумия, А.Н.Лук говорил, что чувство юмора больше связано с эмоциональным компонентом психики, а остроумие – с интеллектуальной сферой.

Оставим в стороне «эмоции» и сосредоточим внимание на остроумии. Чтобы оценить остроту, нужно тоже быть остроумным. Но это остроумие другого уровня – остроумие восприятия, которое, как и продуктивное остроумие, создающее остроту, неодинаково у разных людей. А.Н.Лук обращает внимание на то, что в слове «остроумный» присутствует еще понятие острый, то есть отточенный, хорошо режущий или колющий. Уточняет, что в древнерусском языке слово «острый» имело и другое значение – быстрый (Лук, 1968, с. 49).

Рассуждая об остроумии, мы пытались «увидеть» в нем признаки или черты сходства с творческим (научным) мышлением. Следующим шагом будет попытка «разглядеть» в разных аспектах творческого мышления «признаки остроумия» с тем, чтобы в конечном итоге сделать выводы о соотношении этих категорий.

Обзорная статья К.А.Торшиной, посвященная анализу современных исследований проблемы креативности в зарубежной психологии, содержит весь спектр проблем, связанных с исследованием творчества (Торшина, 1998). Но в столь обширном материале нет ни строчки не только об остроумии, но и о каких-либо проявлениях юмора вообще. Но во многих случаях речь идет о весьма схожих понятиях. Например: «креативность – это процесс дивергентного мышления» (Дж.Гилфорд); «творчество – это: копать глубоко, смотреть в оба, слышать запахи, смотреть сквозь, протягивать руку в завтрашний день, слушать кошку, петь в собственном ключе...» (П.Торренс) (цит. по: Торшина, 1998, с. 123). Очевидно, что приведенные определения вполне подходят и для описания собственно остроумия. Далее рассматривается креативность как процесс. Выберем лишь те «изюминки», которые наиболее «роднят» «креативность вообще» с «остроумием в частности». Креативность – это способность «осознавать новое в бытии; создание нового творческого продукта ... зависит от личности творца; специфическими свойствами креативного процесса, продукта и личности являются их ... ори-

гинальность; креативные продукты могут быть очень различны по тематике: новое решение ... открытие ... создание ... инновация...» (Торшина, 1998, с. 124). В перечень «креативных продуктов» очень хочется включить еще одну разновидность: «шутка» или «острота». Если принять точку зрения, что креативность – это сумма других психических процессов, то в эту «сумму» вполне уместно включить «остроумие» (как «комическое», так и «некомическое»). Далее утверждается, что креативность базируется на «врожденных структурах», среди которых перечислены виды интеллекта: математический, музыкальный и специфический интеллект, которые заложены у всех в качестве потенциала. Можно предположить, что в состав «специфического» интеллекта входит и врожденная «чувствительность к юмору и способность к остроумию». Если разделять иную точку зрения, заключающуюся в том, что креативность — это отдельный самостоятельный процесс, то и в этом случае можно «найти место» остроумию – достаточно лишь предположить, что остроумие – это одно из проявлений креативности. Те, кто рассматривает креативность как процесс, протекающий в отдельной личности в отдельный момент времени, могли бы включить остроумие в состав креативности или назвать остроумие ее разновидностью. А те, кто утверждает, что креативность зависит от системы социальных связей, проблемных сфер, критериев оценок креативного продукта, т.е. от социально-исторического контекста, вряд ли стали бы спорить, что остроумие противоречит этим критериям.

Речь не идет о том, чтобы «пристроить» остроумие к какой-либо концепции креативности. Речь идет о том, что остроумие объективно как минимум «имеет прямое отношение» к креативности и в силу этого несет на себе отпечаток всех тех сомнений, вариаций мнений, которые существуют во взглядах на креативность. Одной из гипотез наших исследований как раз и может служить предположение о том, что остроумие можно рассматривать либо как одно из проявлений креативности, либо как разновидность креативности, если вообще уместно рассматривать вопрос о «видах креативности» как схожих между собой психических процессах.

Наиболее адекватным подходом в данном случае является тот, который описывает креативность в терминах мышления, при котором творческое мышление понимается «как процесс чувствования трудностей, проблем, брешей в информации, недостающих элементов, перекоса в чем-то (как близко к пониманию остроумия!!! — T.C.); построения догадок и формулировки гипотез, касающихся этих недостатков, оценки и тестирования этих догадок и гипотез; возможности их пересмотра и проверки, наконец, обобщения результатов» (Торшина, 1998, с. 125). Из приведенной цитаты следует, что креативность намного шире, объемнее, богаче, чем остроумие, и подменять одно другим не следует. Креативность вбирает в себя все признаки остроумия, кроме одного - смеха, и только лишь потому, что еще никто не назвал смех признаком проявления креативности. Хотя это не кажется абсурдным. Смех смеху рознь, и если он - не реакция на щекотку, а реакция на удачную остроту, то и он может проективно сообщать о наличии «креативного продукта». Креативный - обязательно «остроумный», то есть оригинальный, но не обязательно смешной. А смешной, то есть «удачный», как правило, всегда является креативным. Остроумие без креативности - это случаи «неуместной» шутки или бесполезного, «глупо-оригинального» решения. Креативностью «без смеха» может быть названо «некомическое остроумие», то есть тот вид научного мышления, который по форме схож с остроумием, но не имеет цели породить смех. Таким образом, креативность и остроумие, пересекаясь в основе, имеют свои отличия.

Среди критериев креативности называются воображение и символизация, в основе креативности лежит способность выходить за рамки стереотипных ассоциаций, работать с широким семантическим полем. Также подчеркивается важность способности создавать «продуктивные метафоры». Среди общих требований, предъявляемых к креативному процессу, есть следующие: постоянное переформулирование проблемы, применение знаний, воспоминаний и образов для создания нового и применения старых знаний в новом ключе, внутреннее напряжение в конфликте между традиционным

и новым в каждом шаге, в самих идеях, в различных путях решения, в хаосе неопределенности и стремлении перейти на более высокий уровень организации ... (как схоже со «скачком мысли», как определил остроумие Лук! – Т.С.). Существуют очень ценные для нас идеи, на основе которых некоторые авторы описывают «общую» и «специальную» креативность, соотнося ее с видами одаренности. Среди семи вариантов тоже нет ни одного, напрямую связанного с юмором. Однако «комическая сущность» есть и в этих определениях: лингвистический интеллект, основанный на чувствительности к смыслу слов и эффективной вербальной памяти; способность исследовать категории путем манипулирования объектами, символами и понятиями; способность манипулировать зрительными объектами в уме; способность понимать и опознавать собственные чувства; способность замечать и различать темперамент, мотивацию и намерения других людей. Все это, по сути дела – прямое описание остроумия. Еще один важный штрих. Центральным моментом креативного процесса многие признают вспышку инсайта. Но ведь именно так рождается любая острота – мгновенно и «непонятно, как» (по Луку: «острота сама рождается в голове...»). В вопросах целеполагания в креативности тоже существуют споры. Но среди тех, кто считает, что креативный процесс — это форма активности, сознательная попытка расширить существующие границы знаний, разрушить ограничения, могли бы оказаться и те, кто высказался бы подобным образом и в отношении остроумия. Все, что далее относится к спорным проблемам креативности, вполне относится и к остроумию: это соотношение уровней креативности («большая» и «малая креативность»), «нормативность» (всем ли она доступна), наличие сознательных и бессознательных процессов и т.д.

Креативный процесс, как и любой другой психический процесс, можно тренировать. Этот вопрос в отношении остроумия звучит так: можно ли, освоив формальные приемы, овладеть остроумием? Многие утверждают, что нельзя. Никто не рождается остроумным, и нигде не учат остроумию. Но у некоторых людей оно проявляется особым образом. Эта работа проводится подсознательно. Так же, как дети усваи-

вают речь, так же подсознательно они выделяют и «синтаксис остроумия». И здесь становится важным активное воспроизведение. А.Н.Лук убежден: остроумие, как и любая другая психическая способность, требует тренировки. Нужно обучение, нужен труд. В отличие от правил речи алгоритмы остроумия не всем доступны. А.Н.Лук предполагает в связи с этим наличие нейрофизиологической основы, которой наука пока не знает. Но изучать закономерности остроумия — весьма поучительно. Можно профессионально применять приемы остроумия, но успеха не иметь. Необходим еще «фон» для восприятия остроумия — эмоционально значимое содержание с подчеркнутой социальной направленностью.

Рассмотрим одну из монографий, посвященных возможности и пользе развития творческого мышления. Ее авторы М.И.Мирович и Л.И.Шрагина очень подробно и обоснованно описывают «технологию творческого мышления» (Мирович, Шрагина, 2000). Для нас важно, что именно понимается под «творческим мышлением» разработчиками его «технологии». «Парадоксальные решения», «поиск противоположного», «метафоричность» — элементы представленной технологии — но разве это не описание остроумия? Явных ссылок на наличие юмора в творческом мышлении в монографии нет, но даже перечень параграфов в содержании напоминает фрагмент журнала «Крокодил». Это говорит о том, что креативность и тем более «ее технологию» и не опишешь иначе, чем креативно, то есть с помощью метафор, сравнений и ... юмора!

Следует отдельно остановиться на проблеме креативности в науке, тем более что и по этой теме можно найти удачный обобщающий материал. Например, Л.Я.Дорфман и Г.В.Ковалева считают, что одной из традиций исследования креативности в науке является изучение особенностей креативных личностей (Дорфман, Ковалева, 1999). И снова мы не находим среди перечня характеристик креативных личностей прямого указания на их «остроумие» или «чувство юмора». Хотя во всех «признаках» улавливается один, самый главный и самый «комический» – противоречие. Абсолютно во всем креативные личности противоречивы, то есть потенциально остроумны, сочетая в себе «несочетаемое»: физиче-

скую энергию и состояние покоя, суровость и наивность, игривость и ответственность, фантазии и чувство реальности, признаки экстраверсии и интроверсии, скромность и гордость, отсутствие стереотипов в области половых ролей, бунтарский дух и консерватизм, открытость и чувствительность и т.д. Роднит креативных личностей с личностями остроумными и то, что они, по утверждению К.Роджерса, направлены на поиск удовольствия. А Маслоу, все-таки откровенно включал в список черт самоактуализированной личности «чувство юмора» (хотя и не остроумие, что было бы вернее) (Маслоу, 1997), что почему-то «не замечено» в анализируемом материале. Приходится «вычислять»: самоактуализирующиеся люди остроумны, креативные личности самоактуализированы, значит, креативные — остроумны, то есть остроумие можно рассматривать в качестве признака креативности личности.

Существуют исследования, затрагивающие рассматриваемую проблему несколько с иной стороны. Так, социологи Д.Гилберт и М.Малкей в своих исследованиях занимались социологическим анализом высказываний ученых (Гилберт, Малкей, 1987). Отдельный раздел посвящен юмору ученых в его взаимосвязи с другими аспектами их суждений. Высказывая свое мнение о месте юмора в науке, ученые часто подчеркивают, что наука – дело серьезное, но, тем не менее, она глубоко проникнута юмором, причем иначе и быть не может.

В качестве обязательных признаков юмора признается соединение двух (или более) несовместимых подходов к рассмотрению чего-либо. «Чтобы нечто оказалось смешным, какие-то его необычные, не согласующиеся между собой или эксцентричные черты должны быть мысленно сближены и сопоставлены» (Гилберт, Малкей, 1987, с. 220). Именно ученые то и дело прибегают к различным репертуарам, констатируя такие версии своего видения мира, которые зачастую кажутся буквально несовместимыми. Но несовместимость и несочетаемость — это главное свойство юмора. Поэтому творчество ученых — «потенциально комично». В анализируемой работе приводится множество примеров тонкого использования юмора в научных статьях, выступлениях и не-

формальных беседах ученых. Как правило, один из вариантов – это иронически окрашенный рассказ о чужих ошибках. Часто смех вызывается несовместимостью интерпретаций. Иронический тон позволяет оратору делать это без малейших лексических или структурных изменений, и слушатели сами – с его интонационной подсказки – осуществляют необходимую смысловую перестановку.

Юмор можно сопоставить с приемом «истина выявится сама», так как он дает возможность говорящему свободно переходить от одной интерпретационной модели к другой и признавать наличие несовместимых мнений. Не лишая себя возможности предпочесть одну версию другим, можно изображать связность и последовательность, лишь предполагаемые в обычном серьезном суждении, как нечто, безусловно ему присущее. И если указать говорящему на черты несовместимости в его замечаниях, он всегда может возразить, что «сказал это в шутку».

Юмор очень часто проявляется через игру слов относительно воображаемого мира, в котором фигурируют люди и происходят события, не существующие вне рамок данной шутки. Но мир юмора не всегда воображаемый мир. Порой его объектом становится реальная социальная среда: конкретные люди и их действия могут быть выставлены в смешном виде. Юмор — это не свойство событий как таковых, а результат использования участниками определенных приемов описания своих версий каких-то событий в процессе социального взаимодействия. В этом смысле нет принципиальных различий в том, как участники событий создают свои серьезные суждения и шуточные высказывания. Приемы, с помощью которых ученые достигают в своих высказываниях комического эффекта, являются просто одним из проявлений их способности строить разные интерпретации.

А.Н.Лук выделил и описал 12 приемов остроумия, с помощь которых создаются юмористические продукты, примеры, иллюстрирующие их, можно найти в практикуме М.В.Мусийчук (Мусийчук, 1998, 2003). Нами (Т.В.Ивановой-Семеновой) сформулированы семь приемов остроумия (Иванова, 1999). Научному творчеству доступны все приемы ост-

роумия, в том числе и простые (первые три). Хотя особо интересные научные решения принимаются с помощью остроумных приемов «высших степеней сложности». Попытаемся привести аналогии в применении приемов остроумия в комическом и научном мышлении.

«Нелепость». Ошибки, курьезы, случайности или интуитивное решение проблем, трудно поддающееся объяснению. Пример некомического остроумия (НКО): Таблица химических элементов Менделеева (приснилась...). Инсайт.

Пример комического остроумия (КО): Сидят два слона. Вяжут. Летит корова. Потом вторая, третья... Один слон обращается к другому: «Послушай, может у них там гнездо?».

«Неоднократное повторение». Многократный повтор одного и того же или использование одних и тех же слов (подходов) в разных комбинациях для выражения прямо противоположных мыслей. НКО: Типовое строительство. Любые сравнительные исследования. КО: Реприза «Как Вас зовут? Авас...» «Наиболее непостижимая вещь в мире заключается в том, что мир постижим» (А.Эйнштейн).

«Преувеличение». Простое усиление, заострение известного. (Приукрасить или исказить). Ложное усиление, по форме усилить, по существу отрицать. НКО: Технология рекламы, теория коммунизма. Психодрама Морено. КО: Дружеский шарж. «Бросать курить легко. Я бросал раз пятьдесят» (Марк Твен).

«Многозначное истолкование». Двусмысленность, которую можно понимать по-разному. Использование знакомых терминов в ином контексте. НКО: Определение ментальности с позиций разных наук (Г.В.Акопов). Нейролингвистическое программирование (Гриндер и Бендлер). КО: «Девушка, как вас зовут? — Смотря куда.» (Анекдот З.Фрейда) «Воспитывает не только среда, но и другие дни недели» (В.Сонин).

«Противоречие, контраст». Сопоставление несопоставимого, совмещение взаимоисключающего... Несоответствие стиля и содержания, формы и смысла. Перенесение известных способов решения на новые области. НКО: Структура сознания В.А.Ганзена (*структура – сознание*). Теория личности Э.Берна (Родитель, Взрослый, Ребенок: лекгая, юмористическая форма очень глубокого содержания). Психологические *карты* городов С.Милграма. КО: «Похвальное слово глупости». «Сэр, позволяют ли мне правила палаты лордов назвать лорда Черстона жирной свиньей?» (Из Ильфа и Петрова). Басня «Мартышка и очки».

«Доведение до абсурда». Сознательное усложнение проблемы до предела... Фантастическая версия, оторванная от реальности. НКО: Клонирование человека. Гештальттерапия (техника «горячего стула»). КО: «Сверхсекретно, сжечь до прочтения». «И на Марсе будут яблони цвести!».

«Искусство словообразования». Умение оригинально преподнести свою версию. Составление новых слов, терминов, изящных метафор. Те умозаключения, о которых говорят «красиво!», «оригинально!» раньше, чем «правильно». НКО: Творчество А.С.Пушкина, Л.Н.Толстого и т.д. Научные теории, термины, названия... Профессиональный слэнг, (информатика, файл, папка, директория, ИНТЕРНЕТ и т.п.). КО: «Вся жизнь — игра, и люди в ней актеры» (В.Шекспир). «Очепятки»: растлительный мир, банкформирования, прожиточный миниум...

#### <u>Практическое исследование</u> взаимосвязи остроумия и креативности

Цель – установить наличие значимой взаимосвязи между степенью выраженности остроумия и оригинальностью как показателем креативности.

Гипотеза: остроумие является признаком креативности.

Методики. Для диагностики креативности использовался Краткий тест творческого мышления (фигурная форма) П.Торренса (Краткий тест творческого мышления, 1995), в котором в качестве показателей креативности выступают следующие: беглость (большое число идей), гибкость (разнообразие идей), оригинальность (отличие от очевидного) и разработанность (детализация идей). Для диагностики сте-

пени выраженности остроумия была разработана исследовательская процедура, которая претендует стать «Тестом остроумия (ТОСТ)».

В качестве стимульного материала предлагались рисунки на тему экологии, изображающие гипотетический «диалог» между животным и человеком. Что сказали бы животные, если бы они могли говорить? Предполагается, что эта тема интересна всем, не нуждается в разъяснениях и не затрагивает личностных особенностей испытуемых. Сюжеты следующие: тараканы под башмаком; двуглавый орел и двуглавый человек; птенец на кушетке, а человек с гармошкой в клетке; повар-грязнуля и мыши; крыса продает беляши; рыба у микрофона; аквалангист на дне водоема курит «Дымок»; орел тащит консервную банку над морем.

#### Описание процедуры эксперимента

В качестве испытуемых выступили студенты первого курса факультета психологии СГПУ, 44 человека. Эксперимент проводился в условиях тренинга «Юморобика» (несколько групп) (Иванова, 1999, 2001). Всем студентам раздавались бланки теста Торренса, на которых они должны были, следуя инструкции, закончить рисунки (согласно новым идеям) и придумать интересное название. Установки «на шутку» не было. Акцент делался на «творчестве» и «оригинальности». В конце тестирования результаты (без подсчета) обсуждались в группе, участники эксперимента обменивались наиболее оригинальными версиями и выявляли нестандартно мыслящих людей. После некоторых отвлекающих «психологических разминок» студенты мотивировались на демонстрацию своего остроумия. Для этого им раздавались комплекты из 8 юмористических рисунков и бланки для заполнения, в которые они должны были внести те подписи к рисункам, которые им удастся придумать. Подчеркивалось, что подписи должны быть смешными и результаты будут озвучены и обсуждены в группе.

После заполнения каждый бланк «случайным» образом попадал в руки трех людей из числа тестируемых студентов (обменивались те, кто освобождался от основной части рабо-

ты). Студенты должны были оценить шутки своих сокурсников, поставив «школьную» оценку (от 1 до 5) каждой шутке, по возможности не обращая внимания на предыдущего «экзаменатора» (подчеркивалось, что юмор — дело тонкое и оценки могут сильно не совпадать). Таким образом, каждая остроумная подпись была оценена трижды, что в какой-то мере гарантировало объективность. В конце эксперимента все бланки собирались ведущим и с помощью избранной «комиссии» оперативно рассортировывались на «отличные», с преобладанием пятерок, «хорошие», с преобладанием четверок, и «не очень удачные», с преобладанием троек и двоек. «Отличные» реплики зачитывались вслух, всеобщий смех был критерием правильности оценки. Затем в результате обсуждения выявлялись люди, особенно отличившиеся в данном задании.

#### Обсуждение результатов

Быстрая обратная связь в виде обсуждения результатов в группе позволила убедиться в том, что объективно люди «распадаются» на две категории: умеющие шутить и не умеющие шутить; а также в том, что в основном это те же люди, которые умеют или не умеют оригинально мыслить. Групповая форма тестирования на наш взгляд не помешала, а лишь улучшила результаты, так как дух соревнования, возможность «подглядеть» у соседа для того, чтобы сделать иначе, создавали дополнительный стимул к творчеству.

Далее результаты были подвержены подсчету. По тесту Торренса — в соответствии с инструкцией, по тесту остроумия — по разработанному алгоритму, согласно которому подсчитывался средний балл по каждой шутке и общий средний балл остроумия по каждому человеку. Результаты были сведены в таблицу (Табл. 7).

Таблица 7. Сравнение остроумия и креативности

№	Остроумие			Показатели креативности		
	Cp.		Ориги-	Разрабо-	Т-ориг	
	балл	Уровень	нальность	танность		Т-разраб
1	4,5	выс	12	23	55	36
2	4,7	выс	11	25	50	37
3	4,7	выс	13	29	56	42
4	4,8	выс	12	27	55	40
5	4,5	выс	8	41	43	51
6	4	ср	11	20	50	35
7	3,4	ни3	3	27	27	40
8	4	ср	13	19	53	34
9	4,2	ср	8	12	43	52
10	4,5	выс	15	44	62	53
11	4,3	cp	15	40	63	50
12	4,6	выс	18	57	75	63
13	3,9	cp	9	30	45	43
14	4,3	ср	15	36	63	47
15	4,1	cp	13	20	39	35
16	4,2	ср	13	36	56	47
17	3,7	ср	14	44	60	53
18	4,2	ср	7	47	40	55
19	4,2	ср	7	43	40	53
20	3,9	ср	17	60	70	64
21	3,9	cp	15	38	63	47
22	3,7	ср	8	15	43	32
23	4,2	ср	17	44	70	53
24	3,2	низ	10	61	49	65
25	2,6	низ	5	19	30	34
26	4,2	ср	11	78	50	78
27	4	ср	9	33	45	45
28	4,3	ср	8	28	43	41
29	4,1	ср	14	32	60	44
30	4,2	ср	8	26	43	39
31	3,2	ни3	9	57	45	63
32	4,4	выс	16	46	42	54
33	4,4	выс	15	43	63	52
34	4,5	выс	8	39	43	49
35	3,9	ср	10	40	49	50

36	3,8	ср	9	70	45	72
37	3,7	cp	8	32	43	44
38	4,2	ср	8	41	43	51
39	4,4	выс	11	78	50	78
40	4,2	ср	7	28	40	41
41	4,4	выс	14	24	60	37
42	4,5	выс	14	64	60	67
43	3,5	низ	8	49	43	57
44	4	ср	14	50	60	57

Ocmp: < 3.7 низ.; 3.7-4.3 ср.; > 4.3 выс.

Ocmp/opuz: r=0,43, n=42, p=0,05-cвязь достоверна.

Ocmp/paзp: r=0,002-cвязи нет.

Сравнение показателей остроумия и оригинальности констатирует наличие значимой корреляции между этими величинами, что подтверждает выдвинутую гипотезу. Те люди, которые обладают креативностью (выраженной в оригинальности), более остроумны, и наоборот. А вот с таким показателем креативности, как разработанность, связи практически нет. Видимо, для того, чтобы шутить, не обязательно продумывать множество деталей. Показатели гибкости и беглости к анализу не привлекались, так как не имели большого разброса в значениях.

Таким образом, чувство юмора и остроумие — это два разных свойства психики, в которых преобладает либо эмоциональная, либо интеллектуальная сфера. Остроумие может быть комическим (с целью вызвать смех) и некомическим (с целью найти нестандартное решение и испытать интеллектуальное удовлетворение). Некомическое остроумие и научное мышление имеют много общего, так как используют одни и те же способы поиска результата. Научное мышление (мышление ученых) потенциально комично, так как призвано разрушать привычные контексты и находить новые связи между процессами, предметами или явлениями не иначе, чем по законам остроумия. Удачная шутка (острота) может быть названа разновидностью креативного продукта, а смех, оценивающий качество такого продукта — признаком креативности. Приемы остроумия одинаковы для комического и неко-

мического остроумия и могут быть продуктивно использованы в научном творчестве. Способности к остроумию в основе врожденны, но и развиваемы, так же, как и креативное мышление. Установлена достоверная связь между остроумием и таким показателем креативности, как оригинальность. В узком смысле слова оригинальность и есть истинное остроумие. Остроумие – разновидность творческого мышления.

### 4.2. Тематическая направленность юмора: над чем смеется Россия сегодня

Юмор - «кривое зеркало общества». Тематика юмора затрагивает абсолютно все проблемы общества. Мониторинг самарской прессы «Над чем смеются самарцы сегодня», проведенный автором в рамках кандидатской диссертации (Иванова Т.В., 1999), позволяет утверждать, что у юмора практически нет запретных тем. Анализ более 500 карикатур из периодической печати позволил выявить 17 тем (исключая политику), затрагивающих разные аспекты жизни людей: от традиционных («семья», «здоровье», «мужчина и женщина», «воспитание детей») до редко встречающихся («религия», «НЛО»); актуальными для России являются некоторые старые («алкоголизм») и новые темы («безработица», «бандитизм, рэкет», «реклама»). Аналогичное исследование, проведенное в 2001 году (Ф.Иликаева), позволило выделить большее разнообразие тем – 24. Анализу было подвергнута 251 карикатура из 4 наиболее типичных юмористических самарских газет («Тещин язык», «Колесо смеха», «Ваш выбор», «Орион»).

Хочется верить, что первое место темы «мораль» говорит о положительных тенденциях в обществе: оно сконцентрировано не на «деньгах» (10-е место) и «криминале» (11-е место), а на нравственных проблемах и семье (2-е место). Темы «магазины, цены» (12-е место) и «питание, еда» (11-е место) за последние годы явно потеряли свое первенство и не привлекают особого внимания — это можно трактовать как некоторую стабильность в экономике. «Спорт» и «туризм», взятые вместе, по праву могут занять 2-е место, приблизившись к «вечным» проблемам «любовного треугольника».

Проблемы очевидны в сферах медицины, поиска работы и борьбы с алкоголизмом. Собственно «веселого юмора» достаточно много, и это радует (темы «комиксы», «животные», «детский юмор», «сказки»). «Реклама» (выделена в самостоятельную тему и занимает 6-е место!) настойчиво стремится завоевать пальму первенства — и в юморе тоже; ее высмеивание противоречиво: то ли ее так сильно любят, то ли она так сильно надоела... — но наличие проблемной ситуации вокруг темы «реклама» очевидно.

### 4.3. Исследование особенностей национального юмора

В юморе отражаются не только злободневные проблемы общества. Он «демонстрирует» специфику общественных отношений. По словам Д.С.Лихачева, «смех оглупляет, вскрывает, разоблачает, обнажает, <...> но имеет и созидательное начало - в мире воображения; <...> разрушая, он строит свое» (Лихачев, 1984, с. 343). С помощью юмора и смеха человек конструирует свой мир или, вернее, свое представление о мире, которое существует в его воображении в виде образов, иногда далеких от действительности, но необходимых ему для того, чтобы жить в этой действительности. Д.С.Лихачев замечает, что смех нарушает существующие в жизни связи и значения, снимает обязанность вести себя по существующим в обществе нормам. Из этого можно сделать вывод: определить эти нормы, как и прочие «связи», можно, нарушив их, а один из способов «разрушения» – юмор как прием и смех как реакция. Чтобы «нащупать» проблему, можно пошутить, и если появляется смех – значит, логическая связь разрушена, проблема актуальна. В этом заключается идея определения юмора в качестве «ментальной репрезентации» (мысленной представленности окружающего мира в сознании – индивидуальном и групповом). Д.С.Лихачев определил понятие «смеховой мир», который можно понимать как существование самостоятельного завершенного гештальта: системы образных представлений в своеобразном «комическом» свете. Смеховой мир не един, по мнению Д.С.Лихачева, он различается у разных народов и в разные эпохи, он различен у разных смеющихся, однако сущность смешного остается во все века одинаковой. Смех может рассматриваться и как мировоззрение. Преобладание «черт» позволяет различать национальные черты юмора (Лихачев, 1984).

Диагностике национальных черт юмора было посвящено два исследования: в 2001 году в городе Дрогобыч в Западной Украине (Т.В.Иванова) и в 2002 году в городе Самаре (И.Ким), которые подтвердили, что национальные черты юмора существуют и их можно диагностировать эмпирическим путем. Самарские студенты (44 человека, преимущественно жен., 20-23 лет) и дрогобычские работники долотного завода (37 человек, преимущественно муж., 35-55 лет) оценивали юмор разных народов (американский, французский, английский, белорусский, украинский, русский, одесский, «юмор своего города») по предложенным характеристикам (изящество, утонченность, тяжеловесность, грубость, добродушие, наивность, примитивность, ирония, самоирония, сарказм, недоверчивость, интеллигентность, находчивость, оптимизм, пессимизм, глупость, издевка, насмешка, грусть, веселье, беззаботность.) Несмотря на несопоставимость выборок респондентов (что в данном случае играет позитивную роль!), мнения всех в отношении «национального юмора» по многим позициям совпали. Явные отличия зафиксированы лишь в оценках «своего» юмора: студенты Самары шутили и смеялись «среднестатистически» чаще, чем работники завода города Дрогобыча, что объяснимо прежде всего с точки зрения возраста и рода занятий и не имеет большого значения в отношении города и национальности респондентов – в Самаре опрошены в основном русские, в Дрогобыче – в основном украинцы.

Были выделены наиболее значимые характеристики того или иного национального юмора. Французский юмор, по данным анкет, явился самым изящным и утонченным; американский – тяжеловесным, грубым, примитивным; английский юмор получил «звание» самого интеллигентного и в то же время недоверчивого и пессимистичного; белорусский и

украинский — набрали наибольшее количество баллов по категории «наивный», подтвердилась также гипотеза о том, что украинский и белорусский юмор не имеют значимых различий между собой; русский юмор был оценен как самый добродушный, ироничный, оптимистичный и беззаботный, он же получил большее количество оценок вообще (в предлагаемой анкете можно было оценивать юмор не по всем критериям, а по тем, которые выбирал сам респондент). Одесский юмор конкретных оценок не получил, наверное, одесситы смешали в своем юморе оттенки нескольких национальных особенностей, и выделить главное стало невозможным.

Рассуждая о чертах национального юмора, в которых, безусловно, представлены основные черты национального характера, можно отметить другой аспект проблемы, который А.Бергсон назвал так: «комическое характера», то есть то, что является смешным в любом характере, независимо от его национальной принадлежности — неприспособленность к обществу, упрямство, рассеянность, автоматизм (Бергсон, 1992).

#### 4.4. Юмор и социально-психологические свойства личности и группы (эмпирические исследования)

Е.В.Волкова и С.З.Оруджева обращаются к теме «серьезного» в философии М.Бахтина (Волкова, Оруджева, 2000). М.Бахтин выделил «два полюса серьезности»: серьезность отрицательную (в ситуации отношений неравных серьезность тяготеет к страху и устрашению) и серьезность позитивного плана (рождается в диалоге, в праве «другого» на свое мнение). Серьезность, как и комическое, бывает официальная (мрачноватая) и неофициальная (серьезно-смеховая). Ю.Борев описал «два полюса комического», различающиеся «мерой смеха» («положительный» – юмор, много веселого смеха и «отрицательный» – сатира, иногда смеха нет совсем) (Борев, 1970).

Эти философские размышления авторов можно трактовать следующим образом: мир «разделен» на две практиче-

ски равные части — комическую и серьезную. Изучая юмор (человека, народа, населения города), можно изучать «половину» соответствующей ментальности или определенный ее аспект. Можно стремиться обнаружить в юморе такие свойства, которые позволят использовать его в качестве самостоятельного методического приема исследования, с помощью которого возможно изучение не только комических, но и серьезных аспектов любой (в данном случае — городской) ментальности.

П.В.Симонов, П.М.Ершов и Ю.П.Вяземский высказывают важную мысль: смех — это познание без усилий, затраченных на понимание (Симонов, 1989). Можно конкретизировать: то, что сопровождается смехом, легче воспринимается, понимается, используется, чем серьезное. Значит, возможно использование юмора в качестве приема, с помощью которого можно понять серьезное «без особых усилий», или встроить юмор и смех в эксперимент так, чтобы он «облегчил» задачу испытуемым (чтобы они без особых усилий восприняли, поняли и использовали его для того, чтобы актуализировать изучаемые социально-психологические явления).

В некоторых исследованиях юмор используется не по своему прямому назначению, предусматривающему актуализацию веселья. Юмор в данных примерах – проективный элемент методик, с помощью которых диагностируется, изучается, репрезентируется серьезная проблема. Например, В.Н.Дружинин и И.С.Савченко называют анекдот «зеркалом русской семьи» и с его помощью изучают то, что неосознан-но, шаржированно, но адекватно в нем отражено – неприкрашенную, шершавую, корявую жизнь (Дружинин, Савченко, 1996). Авторами было проведено кросскультурное исследование с целью выявить типы семейных отношений, характерные для российских и американских семей, с помощью контент-анализа анекдотов, преимущественно – неприличных. В этом примере раскрываются уникальные возможности юмора: с его помощью можно не только «облегчать» понимание при изучении чего-то, а изучать то, что невозможно (или очень трудно – неприлично!) изучать обычными «серьезными» метолами.

Еще один пример необычного использования юмора в научных исследованиях. М.А.Кулинич определила название своего исследования как «лингвокультурология юмора» (тематика, сценарии и типы юмористических текстов и др.) и провела его на материале английского языка (Кулинич, 2004). Лингвистическое изучение юмора позволило автору рассмотреть многие проблемы под общим названием «язык и культура». И в этом исследовании юмор рассмотрен двояко: как непосредственный *предмет*, на который направлено исследование, и как *способ*, с помощью которого изучались другие, «серьезные» закономерности.

Т.П.Будякова исследовала проблему оскорбления личности средствами карикатуры (Будякова, 2003). В исследовании выяснялось, какие виды карикатур оскорбительны. Оказалось, что это зависит от исторической эпохи. В связи с этим были выделены этапы истории с точки зрения изменения тематики карикатур: 1917–1925 гг. – появились оскорбительные карикатуры, представляющие обобщенный образ; 1925-1991 гг. – исчезли дружеские шаржи, преобладали оскорбительные карикатуры только на врагов; 1991 г. – появилась первая карикатура на М.Горбачева; с 1994 г. – стали регулярно появляться оскорбительные карикатуры. В исследовании (120 чел., 210 карикатур) методом экспертных оценок были выделены элементы изображения, которые делают его оскорбительным. Проводилось ранжирование по степени оскорбительности. Эталонной оценкой служили 46 карикатур, специально созданных с целью оскорбления (выявлены на основе литературных источников, исторических фактов, например, карикатуры на Петра I, карикатурное творчество диссидентов и т.п.). Был определен язык карикатурных изображений. В качестве инструкции испытуемым было предложено выделить и проранжировать элементы карикатур, которые покажутся оскорбительными. Самые оскорбительные элементы: 1) непристойные элементы, аллегорические образы (Иуда, палач...), зооморфные изображения (шакал, свинья, осел...), образ преступника (убийца...), образ трансвестита, образ садиста; 2) акцент на физических недостатках; 3) изображение негативных эмоций; 4) зооморфные образы положительные, но с отрицательным оттенком (тигр, но облезлый...). Было замечено, что «алфавит» оскорбительных элементов карикатур меняется в историческом времени.

Возможности использования юмора в практической психологии изучались в дипломных работах, выполненных под нашим руководством (Е.Ю.Обрубова, Ю.А.Сливкова, Е.В.Сидорова, Н.А.Анпилогова, Е.В.Кияткина, А.А.Клюева). Е.Ю.Обрубовой (2000 г.) был разработан и апробирован тренинг, целью которого было расширение знаний подростков о профессиях, который показал эффективность профессионального просвещения подростков средствами комического. Ю.А.Сливковой (2000 г.) исследовалась возможность

Ю.А.Сливковой (2000 г.) исследовалась возможность повышения качества индивидуальной профконсультационной работы с подростками средствами комического. Отношение к использованию юмора в процессе профконсультационной беседы оказалось неоднозначным, что, вероятно, зависит от личностных особенностей человека, а также от психологических характеристик ситуации.

Е.В.Сидоровой (2001 г.) было проведено исследование, устанавливающее взаимосвязь чувства юмора и темперамента. Различия существенны между меланхоликами и сангвиниками, меланхоликами и холериками, флегматиками и холериками.

Подобное исследование повторила Н.А.Анпилогова (2002 г.). Она исследовала взаимосвязь чувства юмора и темперамента в структуре личностных свойств студентов (было учтено предположение, что именно в студенческом возрасте люди в наибольшей мере обладают чувством юмора). Существует значимое различие в отношении чувства юмора между интровертированным типом темперамента (флегматики и меланхолики) и экстравертированным (сангвиники и холерики). Было выяснено, что существует различие в восприятии шуток на разные темы людьми с различными темпераментами.

Следующей гипотезой, требующей проверки, было предположение о различии чувства юмора у мужчин и женщин. В работе Е.В.Кияткиной (2001 г.) процедура исследования заключалась в следующем. 25 женщинам и 25 мужчинам с высшем образованием (возраст 30–40 лет) предлагались

картинки юмористического содержания. Для первой части эксперимента были отобраны юмористические сюжеты на темы: политика, спорт, экология, секс, быт. Для второй части эксперимента были отобраны два сюжета, одинаковых по смыслу, но с людьми противоположного пола в главной роли. В первом сюжете в комической ситуации выступает мужчина, а во втором – женщина. Испытуемые должны были выбрать самую смешную, на их взгляд, картинку. Результаты следующие. Наиболее выбираемым оказался сюжет на сексуальную тему (его выбрали 48% мужчин и 44% женщин). Тема политики волнует 12% женщин и 8% мужчин. Можно предположить, что женщины относятся к политике не настолько серьезно, как мужчины, поэтому позволяют себе смеяться по этому поводу. Тема бытовых сюжетов рассмешила 28% мужчин и лишь 8% женщин. Видимо, бытовые проблемы чаще ложатся на женщин, и им не до смеха. Тема экологии более заинтересовала женщин (28%), а тема спорта мужчин (12%).

А.А.Клюева (2001 г.) исследовала взаимосвязи чувства юмора с самооценкой, уровнем притязаний и эмоциональным состоянием у мужчин и женщин. В эксперименте участвовали 38 студентов исторического факультета СГПУ, разделенных на две группы (19 юношей и 19 девушек, возраст 18-19 лет). Им предлагалось три методики: «Оценка психической активации, интереса, эмоционального тонуса, напряжения и комфортности» (модифицированная методика САН), «Самооценка, уровень притязаний» (Дембо-Рубинштейн в модификации А.Н.Прихожан), опросник «Как поживает Ваше чувство юмора» А.В.Толстых. Первым выводом стало утверждение, что значимых различий между мужчинами и женщинами по большинству сопоставлений не зафиксировано. И у юношей, и у девушек адекватность самооценки связана с адекватной оценкой чувства юмора (высокая самооценка связана с высокой оценкой чувства юмора, средняя со средней). У испытуемых обоего пола высокий уровень притязаний связан с высоким показателем оценки чувства юмора, и чем выше оценено чувство юмора, тем ниже выражены напряжение и негативный эмоциональный фон (преобладает хорошее самочувствие, настроение и спокойствие). Исключение составляет лишь комфортность. Чем более выражено чувство юмора, тем юношам более комфортно, а девушкам менее комфортно. Наверное, юноши, смеясь, в большей степени демонстрируют свою уверенность, а девушки – скрывают неловкость.

В результате исследований выяснилось, что особая «переменчивость» отношения людей к юмору связана с его тематикой, а наибольшее влияние он оказывает на изменение эмопионального состояния.

# 4.5. Юмор как методический прием в социально-психологических исследованиях городской ментальности

Обратимся к теоретической работе А.Л.Журавлева, в которой обосновывается специфика междисциплинарных исследований в психологии (Журавлев, 2002). Выделяя «внутри-, внешне- и внепсихологический» уровни междисциплинарности, он определяет интегральный подход к природе психического. Сама проблема психического изначально междисциплинарна. Специфика междисциплинарной психологии заключается в том, что она внедряется во многие науки, становясь их частью.

Воспользуемся этой мыслью для решения «обратной» задачи: как «внедрить» другие науки (или их методы) в психологию, чтобы и они стали ее частью? В частности, использовать юмор, который в своей основе является предметом эстетики, но в то же время не менее «междисциплинарен», чем междисциплинарная психология, так как он попадает в поле зрения многих наук, таких, как история, философия, этнография, психология и т.д. Без него не обходится ни один день обыденной жизни человека и общества, он присутствует во всех сферах жизнедеятельности. Идея заключается в том, чтобы предмет одной науки (юмор в эстетике) стал методическим приемом в другой (юмор в социальной психологии). Таким образом, интеграция заключается в том, чтобы эстетика (и вместе с ней другие науки, в том числе и психология),

искала, изучала, обосновывала особенности своего предмета, а также взаимосвязи и закономерности, с ним связанные, а все, ею «найденное» и «освоенное», можно было применить в другой области (областях) в качестве методического приема, с помощью которого «добываются» новые знания о другом предмете (социально-психологических явлениях, в частности – психологии города).

Для обоснования целесообразности использования юмора в исследованиях городской ментальности можно заручиться еще одним авторитетным мнением – историка С.В.Кулешова (Кулешов, 2002). Он подчеркивает, что феномен смешного представляет собой фрагмент социокультурной и психоментальной ткани исторического процесса, как бы объединяя науки: эстетику (смешное) и психологию (психо-) в одну междисциплинарную проблему (ментальную ткань).

Что-то особенное и общее о конкретном городе хотелось бы узнать от его жителей, а не от строителей, политиков или работников коммунальных служб, хотя и они, как и любые другие люди, могут оказаться среди респондентов и испытуемых, но в момент эксперимента или опроса они должны находиться в позиции (социальной роли) «жителя города»! В арсенале у психологов, кроме прямых методов, есть и проективные. Остается придумать, как спрашивать или организовать эксперимент, чтобы отвлечь людей от иных (производственных, профессиональных, семейных) ролей и собственных (локальных) проблем и узнать об общих (глобальных) городских закономерностях. Идея настоящего исследования заключается в том, что спрашивать и экспериментировать надо с юмором!

Чтобы обосновать юмор как методический прием социальной психологии, обратимся к теоретическим положениям методологии психологических исследований. Прежде всего проведем грань между социологией и социальной психологией. Обе науки изучают, как ведут себя люди в группах. Но социологи изучают группы (от малых до очень больших), а социальные психологи — индивидов (что думает человек о других, как они на него влияют, как он относится к ним и т.д.). Сюда входит влияние группы на отдельных людей, а

индивида — на группу. Социологи и социальные психологи иногда используют аналогичные методы исследования, но социологи констатируют факты, а социальные психологи включают в свой арсенал еще и эксперименты, в которых они манипулируют тем или иным фактором, чтобы посмотреть, к какому результату это приведет.

Проблема этичности выступает на передний план. Вводя юмор в социально-психологический эксперимент, можно смягчить проблему. Манипулирование с помощью юмора менее болезненно как для испытуемого, так и для экспериментатора.

В социально-психологических исследованиях есть еще одна всем известная проблема: люди не всегда хотят обсуждать дискуссионные вопросы, сообщать о себе информацию личного характера, говорить о своих отношениях, зная, что они могут не одобряться. Поэтому психологи вынуждены изобретать так называемые «косвенные приемы получения информации» (например, безличные вопросы). Юмор может быть использован и в этом случае. Спрашивать не напрямую, а шутя (юмор-шутка), или создавать комическую ситуацию вокруг конкретной проблемы и наблюдать за реакцией испытуемого (юмор-проекция) — в этом заключается серьезное преимущество «юмористического методического приема». Следующей проблемой, требующей обсуждения, являет-

Следующей проблемой, требующей обсуждения, является «размер группы», в которой возможно использование юмора в качестве методического приема. Общепризнано, что главное различие между малыми и большими группами заключено в характере контактов (непосредственные или опосредованные). Большие группы, как правило, объединены какой-то общностью: по месту жительства, принадлежностью к организации, по этническому или демографическому признаку. В больших группах существуют специфические регуляторы социального поведения, которых нет в малых группах: это нравы, обычаи и традиции (Андреева, 1996).

В Самаре в данном случае изучается городская ментальность, носителем которой является большая группа людей, объединенная местом жительства (Иванова, 1999-2004; Семенова, 2004–2014). К числу специфических регуляторов можно отнести и юмор – именно на уровне большой (а не малой) группы (национальный юмор, городской юмор и т.д.), так как справедливо замечание Г.Г.Дилигенского: «Содержание социально значимых черт человеческой психики формируется именно на макросоциальном уровне» (цит. по: Андреева, 1996).

Рассмотрим юмор с точки зрения классификации методов психологического исследования. В литературе представлено множество вариантов; в каждой классификации определенный критерий был введен тем или иным ученым (В.Вундт, С.Л.Рубинштейн, Б.Г.Ананьев, В.А.Ганзен и др.). В.Е.Семенов, например, одним из первых подробно описал методы социальной психологии. В их перечень вошли следующие:

- 1) методы эмпирических исследований: наблюдение, изучение документов, опрос (интервью, анкетирование), специализированные социально-психологические методы (социометрия, экспертная или групповая оценка личности и т.д.), тесты, эксперимент;
  - 2) методы моделирования;
  - 3) управленческо-воспитательные методы.

По этой классификации юмор может быть отнесен к специализированным социально-психологическим методам (как общая схема действий). С другой стороны, юмор может быть описан не как самостоятельный метод, а как прием внутри другого метода, например, как разновидность косвенного приема в рамках метода опроса или как вспомогательный прием при проведении социально-психологического эксперимента (метод обмана), или как прием при составлении специфического задания в рамках теста с целью вызвать смех или оценить или создать юмористическую продукцию определенного содержания и т.п.

Одну из классификаций психологических методов составил В.Н.Дружинин, выделив пять уровней: 1) уровень методики; 2) уровень методического приема; 3) уровень метода (эксперимент, наблюдение...); 4) уровень организации исследования; 5) уровень методического подхода (Дружинин, 2001).

По убеждению В.Н.Дружинина, термин «метод» может применяться к любому из уровней (метод средней ошибки,

проективный метод (уровень 2), метод репертуарных решеток (уровень 1), близнецовый метод (уровень 4), генетический метод (уровень 5) и т.д.).

Юмор может быть использован на всех уровнях эмпирических исследований: он может выступать и как методика (строгая последовательность процедур), и как методический прием (косвенный прием получения информации), и как метод (общая схема действий), и как организационный метод (юмористическая атмосфера, либо «обманный метод»), и как методологический подход (юмористический или остроумный).

Комическое как социальное явление было описано во многих публикациях автора настоящей работы. Акцентированию подвергались разные аспекты, такие, как функции комического в обществе, соотношение понятий комическое — комор — смех, юмор и смех как личностные свойства, смех как психический процесс, юмор как деятельность и ее продукт, смех и эмоции, восприятие и понимание комического, юмор в преодолении кросскультурных проблем, использование комического в социальном обучении и многое другое.

# 4.6. Эмпирические исследования параметров городской ментальности жителей города Самары

Комическое — это элемент ментальности определенного уровня субъектности (комическая ментальность), ее свойство (любая ментальность содержит элементы комизма), ее продукт (любая ментальность порождает социально значимые противоречия, которые лежат в основе комического, ментальность культивирует те или иные формы комизма), механизм ее формирования (особенности комического влияют на возникновение серьезных аспектов ментальности, например, «одесский» юмор, несомненно, вносит свой вклад в формирование своеобразия «серьезной» ментальности города Одессы, порождая определенный «образ города»), а также методический прием изучения ментальности (с помощью юмора можно изучать те или иные аспекты ментальности).

## 4.6.1. Дружеский шарж на мэра города (проективный тест-шутка)

### Стиль городского управления

Идея рисовать друг на друга дружеские шаржи пришла в 1997 году, когда на базе Молодежного центра «Диалог» (г. Самара) началась разработка тренингов общения для подростков. Наблюдая за тем, кто как рисует и реагирует на рисунок, можно было сделать предположение, что сам процесс такого «юмористического» рисования (доброжелательного разглядывания друг друга!) имеет психотерапевтическое значение. С тех пор разными людьми нарисованы сотни шаржей. Перед каждым заданием дается установка на «добро», «дружелюбное» отношение к человеку – любому, даже малознакомому, даже не очень приятному или даже «врагу»! В каждом и всегда можно найти что-то хорошее или, по крайней мере, не совсем плохое.

«Дружеский шарж» очень информативен, он «раскрывает» все лучшие черты, достоинства человека, в мягкой форме обозначая недостатки внешности или акцентуации поведения. Иногда шарж не получается «дружеским», негативное или безразличное отношение к человеку просматривается сквозь попытку «приукрасить» его. Но всего лишь раз или два был нарисован откровенно агрессивный шарж, неприятный для «объекта рисования» на столько, что его захотелось выбросить... Так родилась идея рисовать шарж «на своего врага» — чтобы увидеть его человеческие достоинства или усилить его пороки, чтобы посмеяться над ними и сгладить негативное к ним отношение... Было замечено также, что шарж легко рисуется не на каждого человека, многих — боятся (учителей, например), многих — не любят (родственников или общих знакомых).

Процедура рисования шаржа на мэра города предоставляет возможность определения характера отношений городских жителей со своей властью. Как относятся к самому главному человеку в городе? Знают ли его, любят ли, боятся ли, позволяет ли «степень демократичности» города откровенно шутить по поводу городских проблем, связанных со

стилем руководства городом? Был разработан алгоритм проведения исследования и интерпретации результатов (Иванова, 2003; Семенова, 2008).

В одном из экспериментов 70 самарским жителям было предложено нарисовать «дружеский шарж» на мэра своего города без указания своей фамилии и других значимых для человека сведений. В качестве экспертов выступили 3 психолога, имеющие опыт работы с проективными методиками, таким образом каждый шарж получил три независимых оценки (различия между средними баллами за шарж в трех экспертизах не значимы). Отказались рисовать шарж 4 человека (5,7%). При оценке максимально учитывались все возможные детали, которые могут дать информацию об отношении к человеку. Общий принцип следующий: чем больше деталей позволяет себе нарисовать человек, тем он свободнее в праве высказывать свое мнение. Безразличные рисунки, как правило, похожи друг на друга и ограничены формальным изображением (чаще всего головы). Стремление изобразить свое заинтересованное отношение порождает оригинальные рисунки, максимально наполненные содержанием. Для непредсказуемых сюжетов предусмотрен «балл эксперта», которым корректируется недостаточность (или избыточность) критериев формальной оценки.

Самарцы оценили характер своего отношения к мэру и степень демократичности города «в среднем» на 15,5 балла, что составляет 28,2% от максимально возможного значения (55 баллов), принятого за 100%. В качестве дополнительной информации представляет интерес соотношение «положительно» и «отрицательно» оцененных шаржей (91% и 9% соответственно) (Приложение 4).

## 4.6.2. Смешной случай (письменный опрос)

### Городской психологический климат

Цель: исследовать эмоциональную сферу города, определить своеобразие городского юмора (Эксперимент проводила В.Комлева в 2001г.).

В эксперименте участвовали 47 человек. Им было предложено описать смешные случаи, приключившиеся с ними в г. Самаре. Всего было описано 57 случаев. Методом контент-анализа выделены смысловые единицы текста. В основу были положены действия человека и те эмоции, которые он при этом испытывал (кроме самого смеха). На основе этого делалось предположение о преобладании личностных качеств «смеявшегося» (Табл. 8). Как и следовало ожидать, посредством смеха выражаются не только радость и другие положительные эмоции. С ним связаны самые разные эмоциональные состояния и личностные свойства. Удивило процентное соотношение «доброго» и «жестокого» смеха. В умозрительном соперничестве юмора и сатиры в Самаре «победила» сатира, или, образному выражению ПО М.М.Бахтина, «несмеющийся смех». В пределах эксперимента жители Самары испытывают преимущественно стыд и обиду, хотя и выраженную в виде смеха. Особое место заняла тема, связанная с работой городского транспорта.

Эксперимент повторила И.Архангородская (2003). Было собрано 145 смешных случаев, в которых самарцы письменно описали реальные ситуации, случившиеся с ними в городе Самаре (студенты, взрослые и школьники). Методом контент-анализа все смешные случаи были «рассортированы» по преобладающим в них эмоциям.

Результаты следующие: доля смеха с преобладанием пограничных «положительных» эмоций составила 48,9%, «отрицательных» эмоций — 51,1%. Доля «отрицательных» эмоций превысила долю «положительных», хотя в этом эксперименте положительных эмоций явно больше, чем в предыдущем. Тема транспорта в этой выборке была не столь популярна, наверное, потому что взрослые и школьники, участвующие в эксперименте, менее зависимы от общественного транспорта (одни больше ходят пешком, другие имеют личные или ведомственные машины), чем студенты, для которых он — основное средство передвижения.

Значение параметра «доброжелательности» по двум выборкам в среднем равно 39,4%. Доля юмора с пограничными «отрицательными» эмоциями 60,6%.

Таблица 8. Смешные случаи (Самара, 2001)

$N_{\underline{0}}$	Темы смешных	Погранич-	%	Личностные каче-
	случаев	ные ощу-	от всех	ства самарских
	(47 студентов	щения эмо-	случа-	жителей
	СГПУ рассказа-	ции	ев	
	ли 57 случаев)			
1	«Упал, влетел,	Боль, доса-	8,7	Неловкость
	врезался»	да		
2	«Облили, при-	Боль, гнев	14,0	Жестокость,
	жали, стукну-			агрессия
	ли≫			
3	«Потерял, ис-	Стыд	15,8	Стыдливость,
	пачкался, по-			стеснительность
	рвал»			
4	«Не расслышал,	Безразличие	7,0	Невниматель-
	не заметил»			ность, рассеян-
				ность
5	«Разыграл, по-	Радость	12,3	Остроумие
	шутил»			
6	«Заметил,	Удоволь-	3,5	Чувство юмора
	подыграл»	ствие		
7	«Вытерпел, пре-	Унижение,	15,8	Терпеливость, вы-
	одолел»	обида		носливость
8	«Ошибся, уро-	Вина	12,3	Самокритичность
	нил»			
9	«Испугался,	Страх	3,5	Трусость (сме-
	струсил»			лость)
10	Рассказы о детях	Радость,	7,0	Непосредствен-
		удивление		ность, доброжела-
				тельность
06	ے	-		

Обидный юмор, преобладание отрицательных эмоций (1+2+3+7+8+9)=70,1%

Безобидный юмор, преобладание положительных эмоций (4+5+6+10) = 29,8%

Проблемный юмор (преимущественно, тема городского транспорта)

= 15,8%

### 4.6.3. «Уступи место!» (эксперимент-розыгрыш в общественном транспорте)

### Городские социальные нормы

Эксперимент проводили Л.В.Перфильева и Ю.А.Ряднова (2002). Задача исследования – выяснить механизм соблюдения социальных норм. Основанием послужил эксперимент, проведённый Стэнли Милграмом в одном из американских метро. В Самаре объектом исследования стало поведение людей в автобусах города. Одно из правил поведения базируется на принципе «кто успел, тот и сел». Другое правило предписывает воздерживаться от разговоров друг с другом. Даже если пассажиры сидят или стоят рядом, они обычно не разговаривают. В данном случае экспериментаторы нарушили оба правила, обращаясь к пассажирам с просьбой уступить им место. В эксперименте были задействованы пассажиры пяти автобусных маршрутов. Возраст испытуемых (определялся примерно) – от 15 до 90 лет. Всего было проведено три типа эксперимента – три ситуации взаимодействия экспериментатора с испытуемым.

Процедура первого эксперимента заключалась в следующем: экспериментатор входит в автобус, подходит к сидящему испытуемому и обращается к нему с просьбой: «Уступите, пожалуйста, мне ваше место». Если место уступают, экспериментатор молча занимает его и находится там до тех пор, пока не выйдет на нужной остановке. Если испытуемый спрашивает: «Вы больны?» — экспериментатор отвечает "Да". По завершении эксперимента фиксировались возраст, пол испытуемого, его реакция и реакция окружающих, информация о времени дня, ближайшей остановке.

Во второй ситуации проверялась гипотеза о том, уступают ли испытуемые своё место в результате того, что у них возникает предположение о наличии у экспериментатора серьёзной причины обратиться к ним с подобной просьбой. Для того чтобы это выяснить, экспериментатор входил в автобус, держа в руке развлекательную литературу. Подходя к испытуемому, он делал вид, что читает, и обращался со следую-

щей просьбой: «Извините, уступите мне, пожалуйста, ваше место, а то мне читать неудобно».

Третья экспериментальная ситуация была введена в связи с тем, что испытуемые могут быть удивлены просьбой в такой степени, что не успеют сформулировать подходящий ответ. Экспериментатор и его напарник входили в автобус через разные двери и останавливались перед испытуемым. Затем между ними происходил следующий диалог. Экспериментатор – напарнику: «Простите, как вы считаете, нормально ли будет, если я попрошу кого-нибудь уступить мне место?» – «Что?» – «Как вы считаете, мне уступят место, если я попрошу?» – «Не знаю». При этом разговор ведётся так, чтобы окружающие могли его слышать. Экспериментатор выжидал десятисекундную паузу и обращался к испытуемому со стандартной просьбой.

Эксперимент в автобусе проводился 32 раза: 10 раз в форме первой ситуации, и по 11 – в форме второй и третьей. В случае отсутствия мотивировки (ситуация 1) наблюдается наибольшее количество успешных просьб (90% в Самаре, 56% в Нью-Йорке). Это говорит о верности предположения о действии механизма «нормализации»: пока человек не знает истинной причины того, что привело другого человека к столь неадекватному поведению, ему легче найти свою причину, которая объяснит действия, не выводя их за рамки общепринятых. Испытуемый уступит место с мыслью, что человеку, наверное, плохо, и, таким образом, оправдает свое поведение, продиктованное нежеланием вступать в конфликт с экспериментатором и окружающими. В случае использования тривиальной мотивировки (ситуация 2) нарушение нормы налицо. Снижение уступивших место и в Самаре, и в Нью-Йорке (36% и 37%) показывает ответную реакцию на данное нарушение. Вывод таков: пока противоположной стороной и/или окружающими не констатируется нарушение, все действуют в системе социальных норм и ценностей, избегая оказаться вне ее. Когда же такое нарушение происходит, и его нет возможности опровергнуть или не заметить, оно провоцирует ответное нарушение; поведение окружающих людей и испытуемого перестаёт контролироваться социальными правилами, приобретает эгоистический характер. При невольно подслушанном разговоре (ситуация 3) данные по Самаре и Нью-Йорку расходятся (82% и 26%), более эгоистичны американцы.

Поскольку экспериментаторами были две девушки, на результаты эксперимента могло распространиться влияние половых ролей, предписывающих определённое поведение в рамках своей роли (правилами этикета мужчинам предписано уступать место женщинам). Мужчины действительно чаще уступают место по сравнению с женщинами. Однако способ реагирования на разные условия эксперимента у мужчин и у женщин различен. Если женщинам время, предоставленное для подготовки отрицательного ответа, не дало никаких преимуществ, то мужчины используют его в нужных целях, что выражается в снижении уровня положительных ответов на 20% по сравнению с результатами первой ситуации. В условиях второго эксперимента снижение уровня положительной реакции у женщин говорит о том, что тривиальная мотивировка освобождала их от обязанности действовать согласно нормам поведения в данной ситуации.

Из этого следует, что препятствием к эгоистическому характеру поведения служат более высокие по рангу и не ограниченные лишь данным рядом ситуаций социальные правила. В данном случае полоролевые нормы являются более важными по сравнению с нормами поведения пассажира. (Здесь затрагивается проблема стратификации социальных ролей. Половые роли предписывают поведение в гораздо более широком спектре ситуаций, нежели роль пассажира). Исследовалось также влияние возраста испытуемого на отношение к просьбе экспериментатора.

## Эксперимент в самарском метро (М.Ю.Попова, Е.Ю.Колмычкова и М.Кондратьев, 2001 г.)

Участники эксперимента – пассажиры метро, 20 человек (10 женщин, 10 мужчин). Провоцировались те же самые ситуации, что были описаны выше. Выводы следующие. Чаще соглашались уступить место люди в возрасте около 30 лет

(муж.) и около 40 лет (жен.). Уступили свое место 60% испытуемых. Кроме того, 15% испытуемых потеснились, чтобы экспериментатор смог присесть. Если суммировать результаты этих двух вариантов поведения, то 75% испытуемых уступили место. Во второй ситуации ожидание подтвердилось: экспериментатору уступали место значительно реже (45%). В третьей ситуации экспериментатор получил положительный ответ только в 28% случаев. В большинстве случаев отказа люди с усмешкой говорили «нет». В нескольких случаях в ответ последовало длинное возмущение.

После этого эксперимента к тем, кто его проводил, пришли сомнения: можно ли сравнивать эти данные с теми, которые получил С.Милграм в американском метро? В Самаре метро — не столь популярный и доступный для всех вид общественного транспорта хотя бы потому, что его маршруты ограничены. В силу этого дальнейшие эксперименты проводились на различных автобусных маршрутах (преимущественно в «час пик»).

В качестве «параметра отзывчивости» города взято среднее значение по двум экспериментам (в автобусах и в метро): процент уступивших место в первой ситуации (ответ на простую просьбу уступить место). Этот параметр равен (90 + 75)/2 = 82,5% (Приложение 4).

## 4.6.4. Ромашка городских потребностей, или В чем нуждается ваш город (опрос на улицах города)

### Городское общественное мнение

В данном разделе представлен эксперимент, где непосредственного смеха нет, но есть радость применения «остроумного» подхода к проблеме изучения потребностей («нужд») жителей большого города. Гипотеза: потребности жителей города могут быть представлены в схеме потребностей человека. Города различаются по структуре городских потребностей.

Исследования проводились в несколько этапов. В экспериментах М.А.Зябловой участниками выступили учащиеся

выпускных классов школы № 16 г. Самары (30 человек), студенты начальных курсов СГПУ (30 человек), служащие одного из учреждений г. Самары (30 человек). Им было предложено представить город «человеком» и перечислить 5 его основных потребностей. В чем нуждается город? Чего ему не хватает? Всего было письменно зафиксировано 450 потребностей города.

Классифицируя городские проблемы по «схеме человека» (Б.Г.Ананьев, Г.В.Акопов), из общего числа потребностей были выделены четыре категории. Город-индивид – это его планировка, внешний облик, площадь, количество и состав жителей и другие характеристики. В перечень потребностей включена глобальная потребность в улучшении экологии, а также потребности более частного плана: в чистоте улиц, чистой воде, воздухе, озеленении, освещении и т.д. – то есть витальные, или жизненно важные. Город-субъект - это городское хозяйство, экономика, здравоохранение, транспорт, правопорядок. Потребности города этого уровня – улучшать экономику, здравоохранение, строить жилье, обеспечивать работой, бороться с преступностью, решать транспортные проблемы. Город-личность – это его статус, политические взгляды, человеческие отношения и ценности. Городские потребности связаны с улучшением «характера» города, выражающегося, прежде всего, в отношениях его жителей. Это потребности в добре, любви, доброжелательном общении, уважении, потребность гордиться своим городом, определять его политические и иные ориентиры. Городиндивидуальность - это его исторические памятники, объекты-символы, своеобразие внешнего облика, то, чем он когдато прославился, чем знаменит. В группу индивидуальных потребностей наряду с потребностью в реставрации старых зданий, развитием культуры, проведением праздников включены конкретные насущные проблемы города и рекомендации по их решению, то, что для данного города приобретает «личностный смысл». Для Самары, например, это: достроить железнодорожный вокзал и метро, сделать красивой центральную улицу, проходящую через весь город, соорудить большой водоем внутри города, реставрировать ул. Куйбышева, создать хорошую футбольную команду. Обращает на себя внимание различие приоритетов старшеклассников и студентов, которые близки по возрасту. Более понятны различия в потребностях представителей старшей возрастной группы и молодежи (Табл. 9). Можно сказать, что город Самара нуждается в чистоте, доброте и красоте не менее, чем в политике и экономике.

На следующем этапе в ход эксперимента были внесены изменения. Е.А.Батыревой жители города опрашивались на улицах, в транспорте, в учебных учреждениях, в парках, скверах, на рынках и аллеях, в тихих самарских двориках и на шумных улицах, везде, где можно встретить людей разного пола, возраста, социального и материального положения. Общее количество опрошенных составляет 122 человека, из которых 30 мужчин и 92 женщины. По возрастному критерию испытуемые были разделены на три группы: 20—21; 28—38; 43—60 лет.

Таблица 9. Потребности г. Самары в структуре потребностей человека (%)

ПОТРЕБНОСТИ	Служащие,	Студенты,	Школьники,	Прохожие 20–21 год	Прохожие 28–38 лет	Прохожие 43–60 лет	В среднем по Самаре
ИНДИВИДНЫЕ	21	36	26	31	30	23	28
СУБЪЕКТНЫЕ	21	32	57	29	39	34	35
ЛИЧНОСТНЫЕ	45	20	7	25	21	22	23
ИНДИВИДУАЛЬ-	13	12	10	15	10	21	14
НЫЕ							
ВСЕГО							
ПОТРЕБНОСТЕЙ	15	15	15	273	178	163	1064
	0	0	0				
ВСЕГО ЧЕЛОВЕК	30	30	30	55	36	31	212

В первой группе лидирующими названы потребности, отнесенные к группе индивидных (31%). Во второй и третьей группах — субъектные (39% и 34%). Среди всех ответов

больше всего было тех, которые связаны с *отношениями* (96 из 614, т.е. 15,6%) и *чистотой* (68 из 614, т.е. 11%).

Так можно сопоставлять разные города или наблюдать изменение потребностей жителей Самары во времени. Изображая итоговые данные в виде диаграммы, состоящей не из столбиков (что привычно), а из «лепестков», можно получить «ромашку городских потребностей» (Приложение 4).

## 4.6.5. Комическая ментальность большого города (анкета)

### Городские традиции

Городской юмор впитывает в себя все городские обычаи и традиции. «Кривое зеркало» души, или «копилка» народной мудрости, хранит в себе «историческую память» своего народа, динамично «подпитываясь» современностью. Исследование особенностей комической ментальности города Самары проводила И.О.Ким (2003).

Анкета содержит 7 пунктов, по которым респондентам предлагается оценить самарский городской юмор. Принята «балльная система» оценки (10 и 5-балльные шкалы). Если по всем пунктам все предложенные качества человек оценит «высшим» баллом, то максимальная сумма за одну анкету составит 270 баллов. В эксперименте стояла задача определить средний за анкету «балл комичности» в процентах от максимально возможного.

В анкетировании приняли участие 47 человек (студентыпсихологи 5 курса, в основном, женщины). По первому пункту предлагалось выбрать характерные черты юмора и дать им оценку от 1 до 10 баллов. Рейтинг характерных черт юмора города Самары (в расчете на среднестатистического респондента, в баллах) следующий: лидирует «находчивость» (7,4 из 10 возможных), за ним следует «оптимизм» (7,3 из 10 возможных), «насмешка» (7,1), «веселье» (6,7), «добродушие» (6,5), «грубость» (6,4), «ирония» (6,3), «самоирония» (5,6), «беззаботность» (5,1), «примитивность» (4,1). Всего по первому пункту самарский юмор набрал 62,5 балла (из 100 возможных, 62,5%). По второму пункту оценивались «сословные» качества юмора. Рейтинг следующий: «купеческий» (6), «пролетарский» и «интеллигентский» (по 5,6), «крестьянский» (5,1). Суммарный балл за «сословность» равен 22,3 (из 40 возможных, 55,7%).

Третий пункт касался политического юмора. Больше всего баллов набрал мэр города: 29,7% опрошенных смеются над ним «часто» и еще 29,7% — «очень часто». Всего над мэром смеются 59,4% респондентов. С небольшим отрывом за ним следует губернатор: 25,5% опрошенных позволяют себе «иногда» посмеяться над ним, и столько же — «очень часто». Всего смеющихся над губернатором — 51%. Далее следуют демократы: над ними «редко» смеются 29,7%, и «иногда» 29,7%. Всего над демократами смеются 59,4% респондентов, но не так интенсивно и часто, как над мэром. Местные власти привлекают внимание 36,2% респондентов («часто»), коммунисты 31,9% («часто»), меньше всего в Самаре смеются над президентом — 21,3% («иногда»). Средний балл в целом за «политичность юмора» «среднестатистического респондента» равен 11,1 (из 30 возможных, 37%).

Четвертый пункт введен для того, чтобы определить, над какими национальностями позволяют себе смеяться самарцы. «Национальный состав» юмора следующий: первое место занимают чукчи — 59,4% («часто» и «очень часто»). Следует заметить, что «очень часто» не смеются больше ни над одной из национальностей списка. Второе место занимает «армянский юмор» — 40,4% («часто»). Третье место самарцы отвели «русскому юмору» — 36,2% («часто»). Далее список национальностей в самарском юморе следующий: украинцы — 55,4% («редко» и «иногда»), евреи — 31,9% («часто»), французы — 68% («очень редко» и «редко», причем «очень редко» не смеются более ни над кем), татары — 42,5% («редко»), американцы — 25,5% («редко»). Средний балл за «национальный состав юмора» равен 10,8 (из 40 возможных, 27%).

Пятый пункт предназначен для выяснения, какая форма юмора наиболее предпочитаема среди горожан. На первом месте – анекдот, 46,8% («часто»), далее в равной мере юмористические рассказы и выступления артистов – по 38,3%

(«часто») и карикатуры – их «иногда» просматривают 34% респондентов.

Средний балл за «форму юмора» равен 6,4 (из 20 возможных, 32%).

В шестом пункте анкеты обсуждается тематика городского юмора. Первое место занимает «политика» — 82,9% («часто» и «очень часто», при чем «очень часто» не вызывает смеха более ни одна тема), далее «национальные проблемы» — 48,9% («часто»), «криминал» — 44,7% («часто»), «алкоголизм» — 31,9% («часто»), «транспорт» — 36,2% («иногда»), «экология» — 36,2% («редко»). Средний балл за «тематичность юмора» равен 10,6 (из 30 возможных, 35,3%).

В седьмом пункте предлагалось «поставить отметку» городскому юмору в целом за его чувство юмора (в среднем получилось 3,9 из 5 возможных, 78%), и за остроумие (4,2 из 5,84%).

В целом за анкету среднестатистический респондент «набрал» 190,1 балла (из 270 возможных, 70,4%), условный параметр «злопамятности (комичности) города» равен,70,4%. (Приложение 4).

#### **РЕЗЮМЕ**

Познание и взаимное воздействие людей друг на друга является обязательным элементом любой совместной деятельности. В процессе общения достигается взаимопонимание или возникают конфликты. Способность определять состояние другого человека и его отношение к делу, чтобы судить о нем как о личности, развивается у человека по мере накопления опыта общения с разными людьми. Анализ социально-психологических аспектов комического выявил его главные достоинства: возможность максимально включать эмоциональную сферу, а также использовать главный принцип комизма — преувеличение и заострение существенных деталей воспринимаемого объекта, явления или ситуации. Сформулированы определения комического, юмора, смеха как социально-психологических категорий; обоснован перечень механизмов их проявления; сформулированы социальные функции комического в обществе; представлен краткий обзор творчества художников-карикатуристов, чьи произведения отобраны для психологической работы; намечены основные направления практического использования юмора. Анализ современной отечественной карикатуры, почерпнутой из периодической печати, систематизация ее по тематическим признакам позволили дать психологический срез жизни общества сегодняшнего дня, что и легло в основу разработки практических методик.

работки практических методик.

Основной теоретический раздел посвящен особенностям социальной перцепции, таким как систематизация факторов социальной перцепции, своеобразие проявления юмора в закономерностях социального восприятия, соотношение понятий: социально-перцептивные способности и умения, социально-перцептивная компетентность. Смещение акцента проблемы в направлении невербального поведения привело к обоснованию определения рисованного юмора в качестве «невербального комического», что дало возможность использовать его для разработки программы перцептивно ориентированного тренинга.

Изложены результаты и перспективы практического использования преимуществ юмора в работе психолога. Это – тренинги, обучающие программы и научные исследования.

### ПРИЛОЖЕНИЯ

## **Приложение 1.** Стимульный материал к упражнениям тренинга «Юморобика»

## ТРЕНИНГ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ ФРАЗ ТЮФ 55-11 (55 карточек-фраз, 11 тем)

1.	Дороже всего нам об- ходится то, чего нельзя достать ни за какие деньги.	2.	Мечтал о полете мысли, но так и не дождался летной погоды.
3.	Многие женятся по любви, потому что не имеют возможности жениться по расчету.	4.	Чтобы как следует понять душу человека, лучше ее вынуть.
5.	Забытый писатель искал забвения в вине.	6.	Дети – цветы жизни. Не давай им, однако, распускаться.
7.	Не брал за горло никого, кроме бутылки.	8.	Дурак, совершенствуясь, становится круглым.
9.	Сколько еще дантесов прозябает в неизвестности.	10.	Мечтает устроиться на доходное лобное место.
11.	Счастье не в деньгах, а в их количестве.	12.	Если ты считаешь, что уже сделал карьеру, зна- чит, ты не настоящий ка- рьерист.

13. Нашел место в жизни – найди жене.	14. Мясник строил материальное благополучие на чужих костях.
15. Не только сам укладывался в получку, но и укладывал своих приятелей.	16. Почему чаще всего неограниченные возможности у ограниченных людей?
17. Те, кому дают на чай, пьют коньяк.	18. Лишь тяжелый кошелек позволяет угнаться за модой.
19. Всем модам Отелло предпочитал декольте.	20. Нарушение моды королями становится модой для их подданных.
21. Шагая в ногу с модой, следите, чтобы она не свернула за угол.	22. И фиговый листок отпадает.
23. Бдительный завмаг подвергал неусыпному прощупыванию все, что у продавщицы пряталось под прилавком.	24. Закон всеобщего тяготения к шаблону.
25. Хорошо, когда у женщины есть муж, но еще лучше, когда он чужой.	26. Не всякая кучка могу- чая.
27. Душит – значит любит (Дездемона).	28. Мне с вами скучно, мне с вами спать хочется.

29. «Семь раз отмерь – один отрежь», – объяснял старый палач молодому.	30. Инициатива скандала принадлежала мужу, а звуковое оформление — жене.
31. Когда музы молчат, говорят жены поэтов.	32. Даже роль Отелло исполняется правдивее, если есть личная заинтересованность.
33. Перья у писателя были, ему не хватало крыльев.	34. Интеллигенты умирают сидя.
35. Чем продуктивнее творчество, тем нужнее холодильник.	36. Если все время мыслить, на что же существовать?
37. В повести так много пили, что из нее можно было гнать спирт.	38. Если у тебя умная жена, будешь есть плоды с дерева познания; если глупая – с дерева жизни.
39. При вытрезвителе вновь открыта комната матери и ребенка.	40. Если жена не следит за модой, за ней можно не следить.
41. Выбирая из двух зол, бери оба: потом и этого не будет.	42. Не бойтесь этой гранаты: она ручная.
43. Любопытство к женщинам не должно быть праздным.	44. ПУСТАЯ
45. У нас что ни делается, то к лучшему, а что к лучшему, то не делается (Влад Листьев).	46. Одни жалуются на болезни, другие – на свое здоровье.

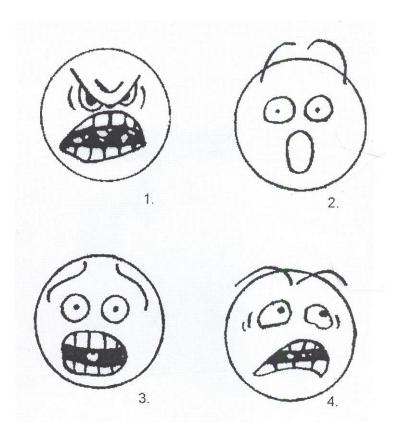
47. Одни глотают пилюли, другие – обиды от от- сутствия пилюль.	48. Человек предполагает, а Бог располагает.
49. Бог создал женщин глупыми, чтобы они любили мужчин.	50. Совесть – когда, с одной стороны, грешишь, а с другой стороны – каешься (В.А.Сонин).
51. Люди безгрешны, ибо беспамятны (3.Фрейд).	52. Мысли о будущем были записаны последней строчкой.
53. Воспитывает не только среда, но и другие дни недели (В.А.Сонин).	54. Мало шагать по жизни, надо еще не втаптывать ее в грязь!
55. В настойчивых поисках братьев по разуму он оказался в вытрезвителе.	

2. ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ	1. MCKVCCTBO HAVKA
4. КАРЬЕРА	3. АГРЕССИЯ
ДЕНЬГИ	САМОЗАЩИТА

6. CEMEЙHЫE ПРОБЛЕМЫ	5. ВЗАИМО- ОТНОШЕНИЯ ПОЛОВ
7. МОДА НРАВЫ ОБЫЧАИ ЗАКОНЫ	8. HALYBHLIE HPUCTPACTUЯ

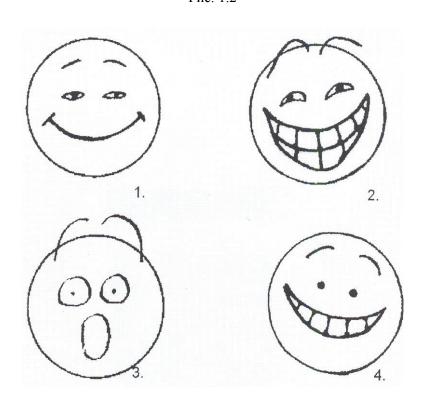
# HECOBEPILIEHCTBO 9. YEJOBEYECKOE 10. РЕЛИГИЯ 11. ЭКОЛОГИЯ HJ10

<u>Упражнение</u> 1. *Эмоциональное состояние* Рис. 1.1



Усталость Уныние Веселье Удивление Ужас Вина

## <u>Упражнение</u> 1. *Эмоциональное состояние* Рис. 1.2



 Скромность
 Усталость

 Робость
 Уныние

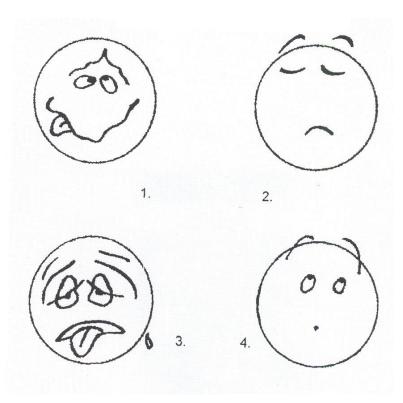
 Злость
 Веселье

 Страх
 Удивление

 Обида
 Ужас

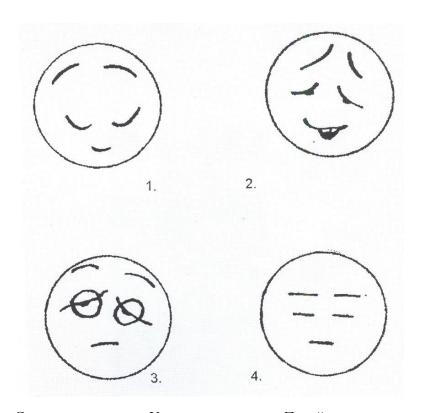
 Безразличие
 Вина

<u>Упражнение</u> 1. *Эмоциональное состояние* Рис. 1.3



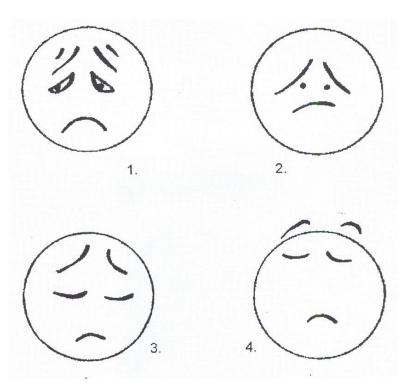
Усталость Уныние Веселье Удивление Ужас Вина

<u>Упражнение</u> 1. *Эмоциональное состояние* Рис. 1.4



Усталость Уныние Веселье Удивление Ужас Вина

<u>Упражнение</u> 1. *Эмоциональное состояние* Рис. 1.5



Усталость Уныние Веселье Удивление Ужас Вина

### <u>Упражнение</u> 2. *Поведение* Рис. 2.1

### Как произносить речь



### <u>Упражнение</u> 2. *Поведение*

### Рис. 2.2

### Как произносить речь

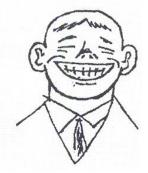


### <u>Упражнение</u> 2. *Поведение* Рис. 2.3

### Как фотографироваться



1. Принципиально



2. Интеллектуально



3. Ошеломляюще



4. Безмятежно



### Упражнение 2. Поведение

Рис. 2.4

### Как фотографироваться





1. Экзотично



2. Матримониально



3. Официально



4. Романтично



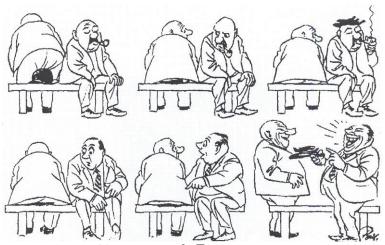
5. Монументально

### <u>Упражнение</u> 2. *Поведение* Рис. 2.5

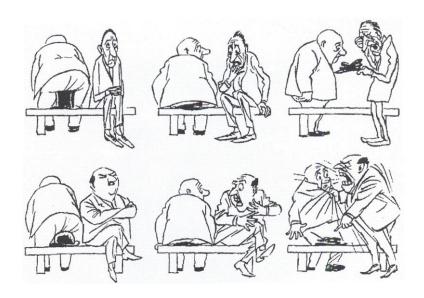
### Как фотографироваться



### <u>Упражнение</u> 3. *Темперамент* Рис. 3.1



<u>Упражнение</u> 3. *Темперамент* Рис. 3.2



### <u>Упражнение</u> 3. *Темперамент* Рис 3.3



<u>Упражнение</u> 3. *Темперамент* Рис. 3.4



<u>Упражнение</u> 3. *Темперамент* Рис. 3.5



### <u>Упражнение</u> 4. *Пословицы и поговорки* Рис. 4.1



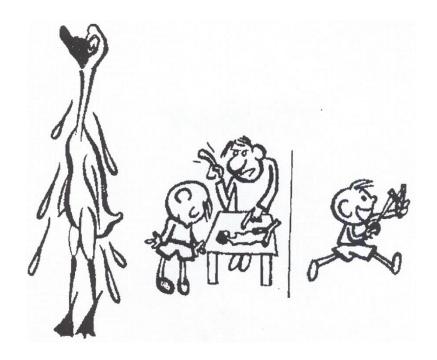
- 1. Как рукой сняло.
- 2. Как по маслу.
- 3. Как ветром сдуло.

### <u>Упражнение</u> 4. *Пословицы и поговорки* Рис.4.2



- 1. Сгущать краски.
- 2. Перегибать палку.
- 3. Нажимать на все кнопки.

### <u>Упражнение</u> 4. *Пословицы и поговорки* Рис. 4.3



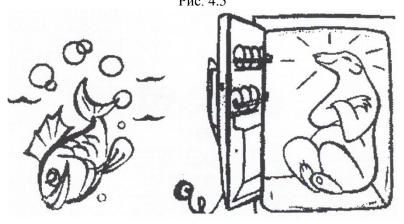
- 1. Гусей дразнить.
- 2. Как с гуся вода.
- 3. Как рыба в воде

<u>Упражнение</u> 4. *Пословицы и поговорки* Рис. 4.4



- 1. Идти куда глаза глядят.
- 2. Нанести удар из-за угла.
- 3. Надеяться как на каменную гору.

# <u>Упражнение</u> 4. *Пословицы и поговорки* Рис. 4.5



- 1. Как рыба в воде.
- 2. Кидает в жар.
- 3. Как в воду опущенный.

#### М.И.Дубровин, В.Шенк Русские фразеологизмы в картинках Художник В.И.Тильман

# Москва: Русский язык, 1979

### Один комплект на группу! (к <u>Упражнению</u> 4 «Пословицы и поговорки»)

1. Бабушка надвое сказала 28. Быть не ко двору Бежать высунув язык 29. Быть не на своем месте Без сучка, без задорин-30. Быть одетым с иголоч-КИ ки 4. Белая ворона 31. Быть под башмаком Бить в одну точку 32. Быть связанным своим 6. Бить ключом словом Биться как рыба об лед 33. Валить в одну кучу Блуждать в потемках Валить с больной го-Больное место 9. ловы на здоровую 10. Больной вопрос 35. Валиться из рук 11. Бояться собственной 36. Вариться в собствентени ном соку 12. Брать за сердце/душу 37. Вбивать в голову 13. Брать под крылышко 38. Вбивать клин 14. Брать с потолка 39. Вертеться как белка в 15. Браться за ум колесе 16. Бросить камешки в 40. Вертится на языке 41. Вешать нос чей-то огород 17. Бросать слова на ветер 42. Взвешивать свои слова 18. Бросаться в глаза 43. Вздохнуть свободно 44. Взять быка за рога 19. Бросаться словами 20. Бросить тень 45. Взять голыми руками 21. Быть между молотом и 46. Взять себя в руки наковальней Взять слово 22. Быть на голову выше 48. Видеть насквозь 23. Быть на дружеской ноге 49. Видно как на ладони 50. Видно птицу по полету Быть на ножах 25. Быть на седьмом небе 51. Вилами по воде писано 26. Быть не в своей тарелке 52. Висеть в воздухе

53. Висеть на волоске54. Висеть на телефоне

сятка

27. Быть не из робкого де-

- 55. Витать в облаках
- 56. Вить веревки
- 57. Вкладывать душу
- 58. Влететь в копеечку
- 59. Влюбиться по уши
- 60. Вогнать в краску
- 61. Водить за нос
- 62. Водой не разольешь
- 63. Воды не замутит
- 64. Войти в историю
- 65. Войти в колею
- 66. Войти в роль
- 67. Волосы становятся лыбом
- 68. Вот где собака зарыта
- 69. Вписать новую страницу
- 70. В подметки не годится
- 71. Врастать корнями
- 72. Вставать с левой ноги
- 73. Вставать с петухами
- Вставлять палки в колеса
- 75. Встречать в штыки
- 76. Вступить в строй
- 77. В ус не дуть
- 78. Выбивать у кого-либо почву из под ног
- 79. Выбивать из колеи
- 80. Выбить из седла
- 81. Выбросить из головы
- 82. Выводить кого-либо из себя
- 83. Выводить из строя
- 84. Выводить кого-либо на чистую воду
- 85. Выеденного яйца не стоит

- 86. Выйти из пеленок
- 87. Выйти из себя
- 88. Выйти из строя
- 89. Выйти сухим из воды
- 90. Вылететь в трубу
- 91. Вынести что-либо на своих плечах
- 92. Выносить сор из избы
- 93. Вырастать в чьих-либо глазах
- 94. Вырвать что-либо с корнем
- 95. Высосать из пальца
- 96. Вытягиваться в струнку
- 97. Гадать на кофейной гуще
- 98. Гладить по головке
- 99. Гладить против шерсти
- 100. Глаза разбегаются
- 101. Глаза разгорелись
- 102. Говорить под руку
- 103. Голова идет кругом
- 104.Голодный как волк
- 105. Горит в руках
- 106. Готов сквозь землю провалиться
- 107. Гусей дразнить
- 108. Давать кому-либо сдачи
- 109. Даль ехать некуда
- 110. Два сапога пара
- 111. Делать из мухи слона
- 112. Делать погоду
- 113. Делать с закрытыми глазами
- 114. Делать что-либо спустя рукава

115. Делить шкуру неубитого медведя 116. Денег куры не клюют 117. Держать в черном теле 118. Держать камень за пазухой 119. Держать нос по ветру 120. Держать себя в руках 121. Держать ухо востро 122. Держать язык за зубами 123. Держаться в тени 124. Длинный язык 125. Доводить до белого каления 126. Долгая песня 127. Достать из-под земли 128.До упаду 129. Доходить до чьих-либо ушей 130. Дрожит как осиновый 131. Душа на распашку 132. Душа не на месте 133. Душа ушла в пятки 134. Дырявая голова 135. Есть еще порох в пороховницах 136. Ехать зайцем 137. Ждать у моря погоды 138. Жить душа в душу 139. Жить как кошка с собакой 140. Жить как на вулкане 141. Жить на широкую ногу 142. Жить припеваючи 143. Заблудиться в трех соснах 144. Заваривать кашу

145. Заглядывать в душу 146. Заговаривать зубы 147. Задать перцу 148. Задеть за живое 149. Задирать нос 150. Зайти в тупик 151. Закинуть удочку 152. Заколдованный круг 153. Закрадываться в душу 154.Закрывать глаза 155. Замести следы 156. Замкнуться в себе 157. Заморить червяка 158. Зарубить на носу 159. Заткнуть за пояс 160. Звезд с неба не хватает 161. Зеленая улица 162. Знать вдоль и поперек 163. Знать все ходы и выходы 164. Знать как свои пять пальцев 165. Знать меру 166. Золотая середина 167. Золотое дно 168. Золотые руки 169. Зондировать почву 170. Играть первую скрипку 171. Играть с огнем 172. Идти в гору 173. Идти в огонь и воду 174.Идти куда глаза глядят 175.Идти на поводу 176. Идти по чьим-то стопам 177. Излить душу 178. Измерить кого-либо 179. Идти против течения

- 180. Из одного теста сделаны
- 181. Из ряда вон выходящий
- 182.Иметь вес
- 183. Иметь голову на плечах
- 184. Искать вчерашний день
- 185. Искать и не найти днем с огнем
- 186. Искать иголку в стоге сена
- 187. Искры из глаз посыпались
- 188. Испить чашу до дна
- 189. Испортить всю музыку
- 190.И ухом не ведет
- 191. Ищи ветра в поле
- 192. Как аршин проглотил
- 193. Как без рук
- 194. Как в аптеке
- 195. Как в воду глядел
- 196. Как в воду опущенный
- 197. Как ветром сдуло
- 198. Как гора с плеч свалилась
- 199. Как гром среди ясного неба
- 200. Как дважды два четыре
- 201. Как две капли воды
- 202. Как за каменной стеной
- 203.Как из-под земли
- 204. Как из рога изобилия
- 205. Как корова языком слизала
- 206. Как на иголках
- 207. Как небо от земли
- 208. Как об стенку горох
- 209. Как по маслу
- 210. Как по нотам

- 211. Как рукой сняло
- 212. Как рыба в воде
- 213. Как с гуся вода
- 214. Как сельдей в бочке
- 215. Как сквозь землю провалился
- 216. Как снег на голову
- 217. Как черт от ладана
- 218. Камень на сердце
- 219. Камень с души свалил-ся
- 220. Камня на камне не оставить
- 221. Капля в море
- 222. Кататься как сыр в масле
- 223. Катиться под гору
- 224. Каши не сваришь
- 225. Кидает в жар
- 226.Клевать носом
- 227. Клин клином вышибать
- 228. Когда рак на горе свиснет
- 229.Кот наплакал
- 230. Кошки скребут на душе
- 231. Краеугольный камень
- 232. Красивый жест
- 233. Красный как рак
- 234. Крепкий орешек
- 235. Кричать о чем-либо на всех перекрестках
- 236. Кровь с молоком
- 237. Кто в лес кто по дрова
- 238. Куда ветер дует
- 239. Купить кота в мешке
- 240. Курам на смех
- 241. Кусать себе локти
- 242. Легкая рука

243. Легок на подъем 244. Лед тронулся 245. Лезть в бутылку 246. Лезть в душу 247. Лезть из кожи вон 248. Лить воду на чью-либо мельницу 249. Лить как из ведра 250. Лить крокодиловы слезы 251. Ловить на лету 252. Ловить на слове 253. Ловить рыбу в мутной воде 254. Ломать голову 255. Ломать копья 256. Ломиться в открытую дверь 257. Лопнуть как мыльный пузырь 258. Мастер на все руки 259. Махнуть рукой 260. Медведь на ухо насту-ПИЛ 261. Медвежья услуга 262. Мерить на свой аршин 263. Метать громы и молнии 264. Мир тесен 265. Много воды утекло 266. Море по колено 267. Мотать себе на ус 268. Моя хата с краю 269. Мурашки бегают по спине 270. Мутить воду 271. Мухи не обидит 272. Мышиная возня 273. Набить руку

274. Набрать в рот воды 275. На вес золота 276. Навострить лыжи 277. Навострить уши 278. Навязнуть в зубах 279. Надеяться как на каменную гору 280. Надуть губы 281. Нажимать на все кноп-282. Нажимать на все педали 283. Называть вещи своими именами 284. Найти себя 285. Наклеивать ярлыки 286. На лбу написано 287. Наломать дров 288. Намылить шею 289. Нанести удар из-за угла 290. Напустить туману 291. Насолить кому-либо 292. Наступать на пятки 293. Находиться на точке замерзания 294. Нашла коса на камень 295. Не видать как своих ушей 296.Не видеть дальше своего носа 297. Не видеть леса за деревьями 298. Не видеть света белого 299. Не выходит из головы 300. Не за горами 301. Не лезть за словом в карман 302. Нем как рыба

- 303.Не мытьем, так катаньем
- 304. Не находить себе места
- 305. Не нюхать пороху
- 306. Не от мира сего
- 307. Не ударить в грязь лицом
- 308.Не уметь двух слов связать
- 309. Не фунт изюму
- 310. Нечист на руку
- 311. Не чуять ног под собой
- 312. Ни два, ни полтора
- 313. Ни жив, ни мертв
- 314. Ни за какие коврижки
- 315. Ни кола ни двора
- 316. Ни к селу ни к городу
- 317. Ни на что не похоже
- 318. Ни пуха, ни пера
- 319. Ни рыба ни мясо
- 320. Нож острый
- 321. Номер не пройдет
- 322. Носа не высунуть
- 323. Носить воду решетом
- 324. Нужен как прошлогодний снег
- 325.Обвести вокруг пальца
- 326.Обещать золотые горы
- 327. Обивать пороги
- 328. Обратиться не по адресу
- 329. Один как перст
- 330.Одна нога здесь, другая там
- 331.Одного поля ягоды
- 332.Оказаться между двух огней

- 333.Оказаться между небом и землей
- 334. Окатить холодной водой
- 335.Окунуться с головой
- 336. Опустить руки
- 337. Оставить с носом
- 338. Остаться на бобах
- 339. Остаться у разбитого корыта
- 340.Откладывать на черный день
- 341.Открывать Америку
- 342.Открывать глаза
- 343.Открывать душу/сердце
- 344. Открывать свои карты
- 345.Откуда сыр-бор загорелся
- 346. Палец о палец не ударить
- 347. Палка о двух концах
- 348. Пальца в рот не клади
- 349.Пальцем никого не тронуть
- 350.Пальчики оближешь
- 351.Первая ласточка
- 352.Перегибать палку
- 353.Переливать из пустого в порожнее
- 354. Переломить себя
- 355.Перемывать косточки
- 356.Переполнить чашу терпения
- 357. Песенка спета
- 358. Писать как курица лапой
- 359.Плавать как топор

360.Плакаться в жилетку
361.Платить той же моне-
той
362.Плевать в потолок
363.Плестись как черепаха
364.Плыть по течению
365.Побывать в чьей-либо
шкуре
366.Погнаться за двумя
зайцами
367.По горячим следам
368. Подвернуться под руку
369.Подвести под мона-
стырь
370.Подводные камни
371.Под горячую руку
372.Поджать хвост
373.Подлить масла в огонь
374. Подложить свинью
375.Поднести пилюлю
376.Поднимать на щит
377.Под носом
378.Поднять всех на ноги
379.Подписываться обеими
руками
380.Подрезать крылья
381.Пожинать плоды
382.Поймать на удочку
383. Показать, где раки зи-
муют
384.Показать когти
385.Показать пятки
386. Показывать товар ли-
цом
387.Полная чаша
388.Положа руку на сердце
389.Положить зубы на
полку

390.Положить на лопатки 391. Положить под сукно 392. Попадаться на язык 393.По пальцам можно сосчитать 394. Попасть в переплет 395. Попасть в точку 396. Попасть как кур во щи 397. Попасть на зубок 398. Попасть не в бровь, а в глаз 399. Попасть пальцем в небо 400.Попасться на удочку 401. Пороху не нюхал 402. Пороху не хватает 403. Посадить в галошу 404. Последний крик моды 405.Последняя капля 406. Последняя спица в колеснице 407. После дождичка в четверг 408. Поставить вопрос ребром 409. Поставить все на карту 410. Поставить в тупик 411.Поставить крест 412. Поставить на свое место 413.Почивать на лаврах 414. Прибрать к рукам 415. Привести в себя 416. Приложить руку 417. Принимать за чистую монету 418. Припирать к стенке 419.Притянуть за уши 420.Пробный шар

- 421. Провалиться с треском
- 422.Провалиться сквозь землю
- 423.Проглотить пилюлю
- 424.Проглотить язык
- 425. Прожужжать все уши
- 426. Пройти красной нитью
- 427. Пройти сквозь огонь и воду
- 428. Пройтись по адресу
- 429. Пропускать мимо ушей
- 430.Прятать концы в воду
- 431.Птичьего молока не хватает
- 432.Пуд соли съесть
- 433. Пускать козла в огород
- 434.Пускать пыль в глаза
- 435.Пушкой не пробъешь
- 436. Работать засучив рукава
- 437. Работать не покладая рук
- 438. Разбиваться в лепешку
- 439. Развесить уши
- 440. Развязать руки
- 441.Развязать язык
- 442. Разрядить атмосферу
- 443. Расхлебывать кашу
- 444. Рвать и метать
- 445. Рвать на себе волосы
- 446. Рвать на части
- 447. Реветь белугой
- 448. Родиться в сорочке
- 449. Родиться под счастливой звездой
- 450. Рубить сплеча
- 451. Рубить сук, на котором сидишь
- 452. Рука не дрогнет

- 453. Рука не поднимется
- 454. Руки коротки
- 455.Руки не доходят
- 456. Руки чешутся
- 457. Рукой не достанешь
- 458. Рыть яму кому-либо
- 459. Садиться на любимого конька
- 460. Садиться на шею
- 461. Садиться не в свои сани
- 462.Сами с усами
- 463. Сапоги всмятку
- 464. Сбрасывать маску
- 465. Светлая голова
- 466.Сводить концы с концами
- 467. Своротить горы
- 468. Связать по рукам и ногам
- 469. Сглаживать острые углы
- 470. Сгорать со стыда
- 471. Сгущать краски
- 472. Сдавать в архив
- 473.Семь потов сошло
- 474. Семь пятниц на неделе
- 475.Сердце/душа не лежит
- 476. Сердце/душа разрывается на части
- 477. Сесть в лужу
- 478. Сесть на мель
- 479. Сжечь корабли
- 480.Сидеть между двух стульев
- 481.Сидеть на чемоданах
- 482.Сидеть сложа руки
- 483.Склонять во всех падежах

484.Скользить по поверхности 485. Сколько лет, сколько 486.Слабая струнка 487.С легким сердцем 488.С легкой руки 489.След простыл 490. Сломать лед 491.С луны свалился 492.Слышно, как муха пролетит 493.Слюнки текут 494.Сматывать удочки 495.Смеяться в кулак 496.Смотреть в корень 497. Смотреть в оба 498. Смотреть в рот 499. Смотреть другими глазами 500.Смотреть как баран на новые ворота 501.Смотреть сверху вниз 502. Смотреть сквозь паль-ШЫ 503. Смотреть сквозь розовые очки 504. Снимать пенки 505. Снимать стружку 506.Снять шляпу 507. Собаку съел 508. Совать нос 509.Сон в руку 510.Сорить деньгами 511.Со скрипом

512.С открытой душой

514.С плеч долой

513.Спать без задних ног

515.Спутать все карты 516.Сражаться с ветряными мельницами 517. Ставить во главу угла 518. Ставить на ноги 519.Ставить на одну доску 520. Ставить с ног на голову 521.Ставить точки над и 522. Становиться на дыбы 523.Старо как мир 524.Стирать грани 525.Стоит как вкопанный 526.Стоять горой 527.Стоять над душой 528. Стоять поперек горла 529. Стоять поперек дороги 530. Стреляный воробей 531. Стрелять из пушки по воробьям 532.Стричь всех под одну гребенку 533.Строить на песке 534.С тяжелым сердцем 535. Считать ворон 536.Сыт по горло 537. Танцевать от печки 538. Тащить за уши 539. Теплое местечко 540. Терять голову 541. Терять почву под нога-ΜИ 542. Тише воды ниже травы 543. Толочь воду в ступе 544. Трещать по швам 545. Тяжелая артиллерия 546. Тяжел на подъем 547. Тянуть время 548. Тянуть за язык

549. Убить двух зайцев 550. Ударить как обухом по голове

551. Ударить по рукам

552. Узнать из первых рук

553. Уйти в кусты

554. Уйти в себя

555. Уйти с головой

556. Указать на дверь

557. Умывать руки

558. Уносить ноги

559. Упасть с неба на землю

560. Устраивать сцену

561. Утереть кому-либо нос

562. Ухо режет

563. Уши вянут

564. Хватать звезды с неба

565. Хвататься за голову

566. Хвататься за соломинку

567. Ходить вокруг да около

568. Ходить на голове

569. Ходить по краю пропасти

570. Ходить по струнке

571. Хоть трава не расти

572.Хоть шаром покати

573. Хромать не обе ноги

574. Худой как спичка

575. Цены нет кому-либо

576. Через чью-либо голову

577. Через час по чайной ложке

578. Черная кошка пробежала

579. Черным по белому

580. Чертова дюжина

581. Чесать язык

582. Читать между строк

583. Чудеса в решете

584. Чужими руками жар загребать

585. Шапками закидаем

586. Шапочное знакомство

587. Шито белыми нитками

588. Шутки в сторону

589. Яблоку негде упасть

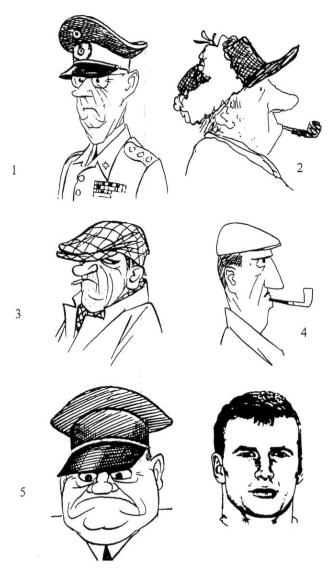
590. Язык сломаешь

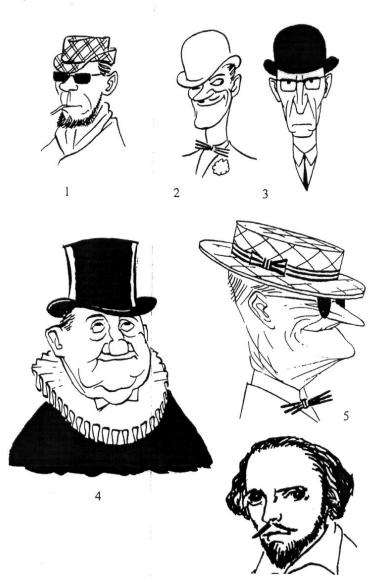
591. Язык хорошо подвешен

592. Ясно как день





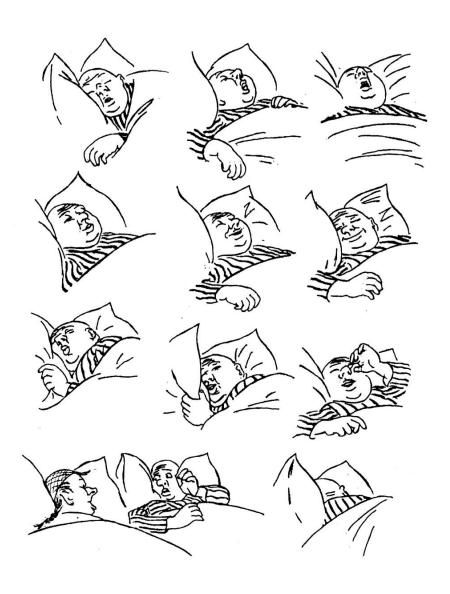






# <u>Упражнение</u> 6. *Изменение эмоционального состояния* Рис. 6.1

Сон

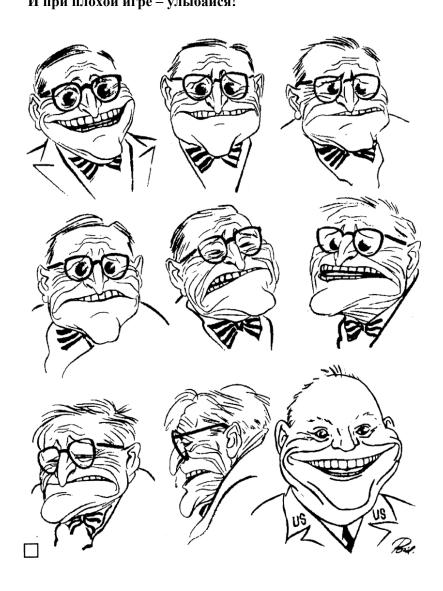


# <u>Упражнение</u> 6. *Изменение эмоционального состояния* Рис. 6.2

### У обезьянника



# Упражнение 6. **Изменение эмоционального состояния** Рис. 6.3 И при плохой игре – улыбайся!



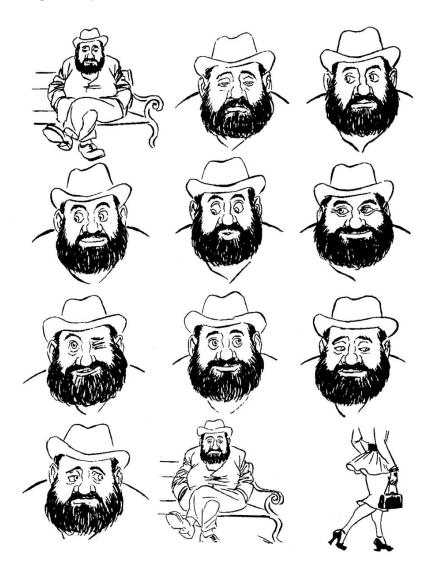
# <u>Упражнение</u> 6. *Изменение эмоционального состояния* Рис. 6.4

### Симпатия



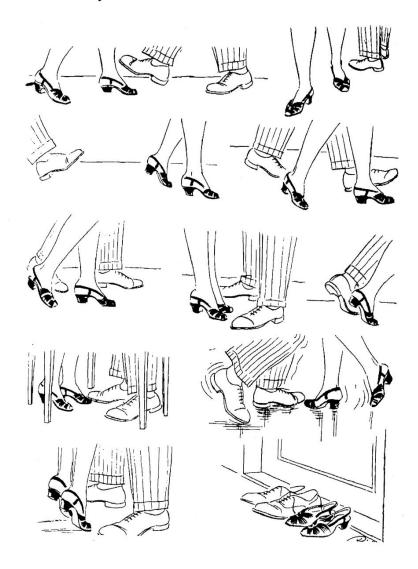
# <u>Упражнение</u> 6. **Изменение эмоционального состояния** Рис. 6.5

## Зеркало души



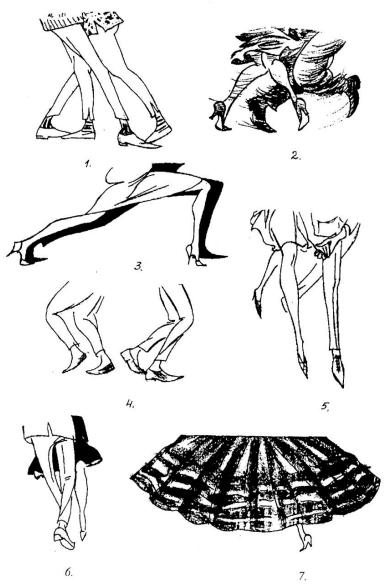
### <u>Упражнение</u> 7 **Части тела** Рис. 7.1

### Весенняя обувь



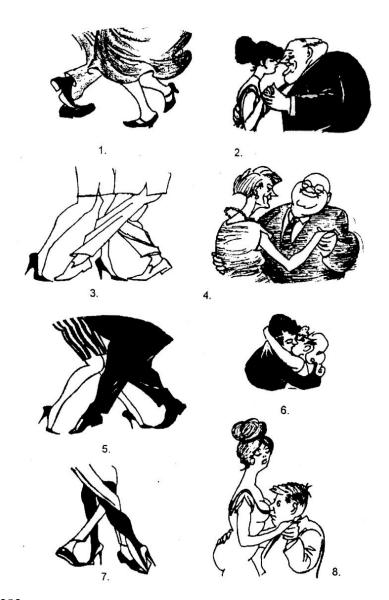
### <u>Упражнение</u> 7. **Части тела** Рис. 7.2

### Классические танцы



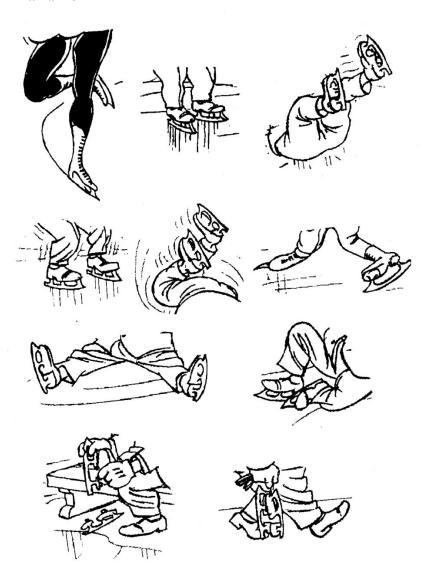
### <u>Упражнение</u> 7. **Части тела** Рис. 7.3

## Танцуют все!

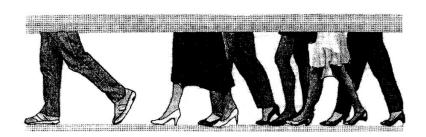


### <u>Упражнение</u> 7. **Части тела** Рис. 7.4

### На катке



<u>Упражнение</u> 7. **Части тела** Рис. 7.5 **Как по-разному ходят люди...** 

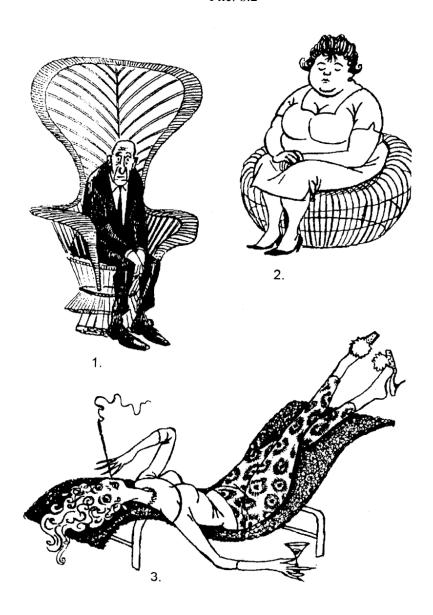




### <u>Упражнение</u> 8. *Позы. Как мы сидим* Рис. 8.1



<u>Упражнение</u> 8. *Позы. Как мы сидим* Рис. 8.2



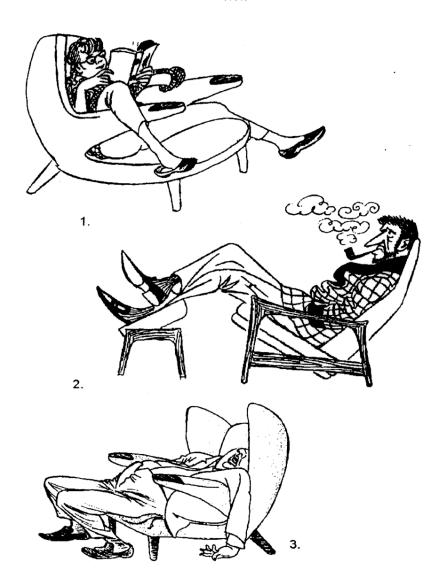
<u>Упражнение</u> 8. *Позы. Как мы сидим* Рис. 8.3



### <u>Упражнение</u> 8. *Позы. Как мы сидим* Рис.8.4



### <u>Упражнение</u> 8. *Позы. Как мы сидим* Рис.8.5



### Индивидуальность



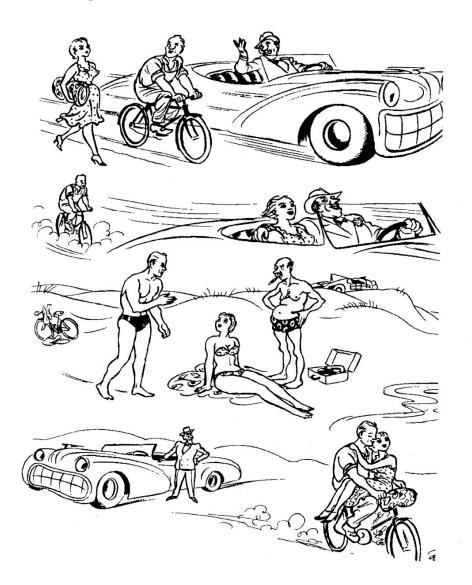
## Рыцарь



## Добился



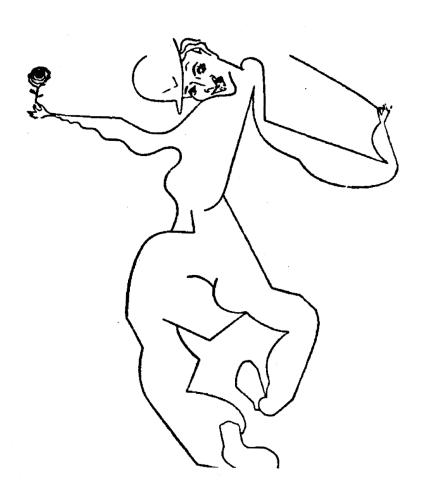
## Выбор сделан



### Анекдот



## <u>Упражнение</u> 10. *Личность* Рис. 10.1



<u>Упражнение</u> 10. *Личность* Рис. 10.2



<u>Упражнение</u> 10. *Личность* Рис. 10.3



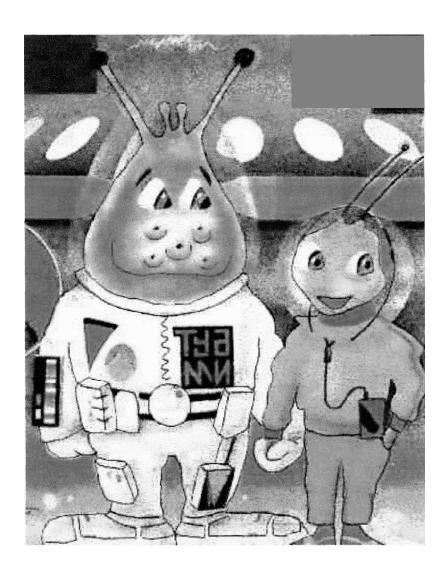
### <u>Упражнение</u> 10. *Личность* Рис. 10.4



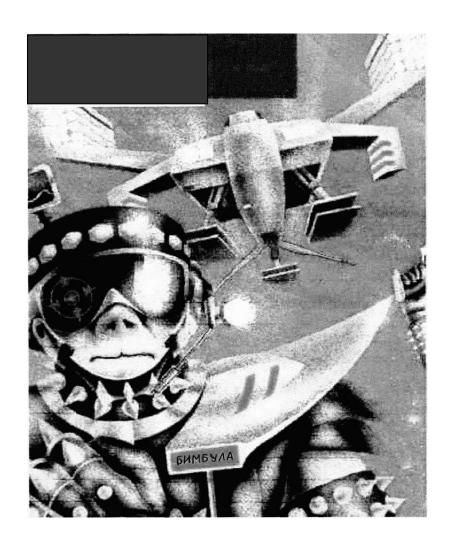
<u>Упражнение</u> 10. *Личность* Рис. 10.5



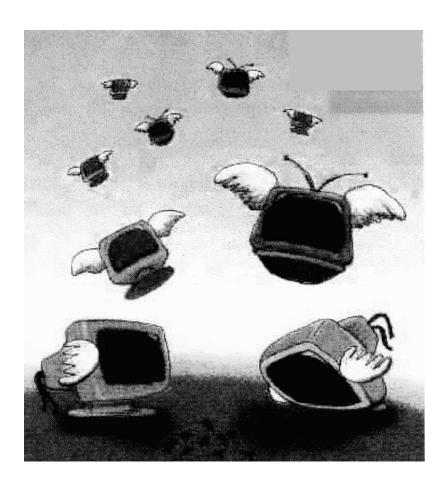
# <u>Упражнение</u> 11. *Встреча с Неведомым* Рис. 11.1



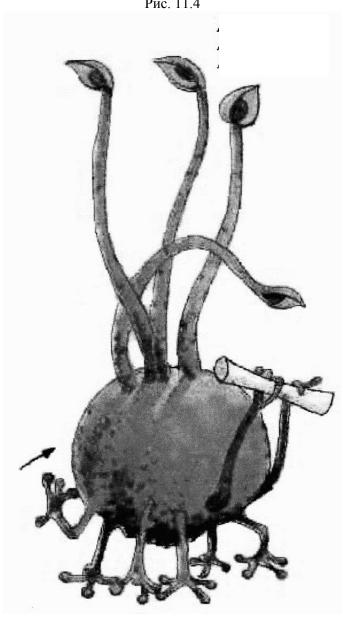
### <u>Упражнение</u> 11. *Встреча с Неведомым* Рис. 11.2



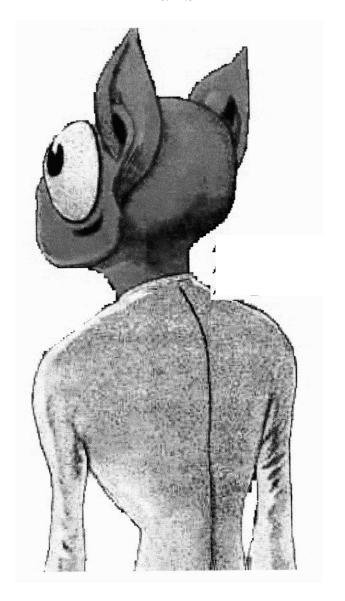
# <u>Упражнение</u> 11. *Встреча с Неведомым* Рис. 11.3



<u>Упражнение</u> 11. *Встреча с Неведомым* Рис. 11.4



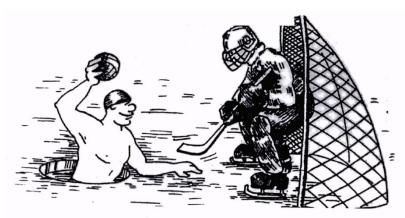
<u>Упражнение</u> 11. *Встреча с Неведомым* Рис.11.5



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 1



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 2

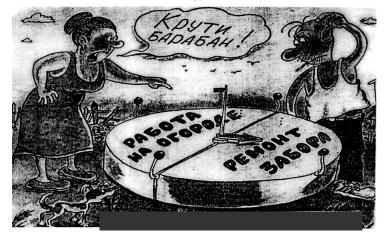


Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 3



- Времена тяжёлые! Пришлось взять семейный подряд!

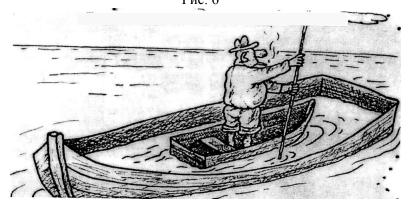
Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 4



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 5



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 6



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 7

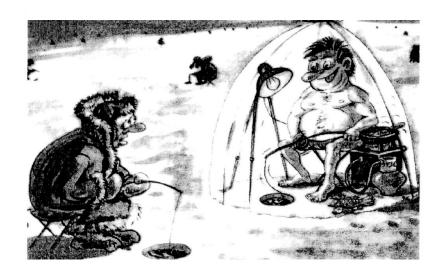
– Что вы удивляетесь! У нас в больнице который год медицинских перчаток нет!



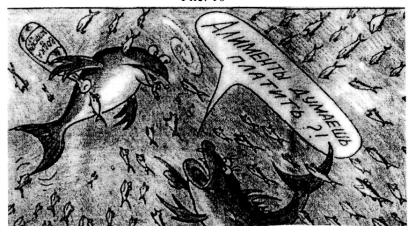
### Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 8



### Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 9



Тренинг юмористических рисунков (ТЮР) Рис. 10



# Приложение 2. Стимульный материал к упражнениям тренинга «Выбери профессию»

<u>Упражнение</u> «Найди букву».

Барабан висел на стене между окнами, как раз напротив кровати, где спал мальчик.

Это был старый военный барабан, сильно потертый с боков, но еще крепкий. Кожа на нем была туго натянута, а палочек не было. И барабан всегда молчал, никто не слыхал его голоса.

Однажды вечером, когда мальчик лег спать, в комнату вошли дедушка и бабушка. В руках они нести круглый сверток в коричневой бумаге.

- Спит, сказала бабушка.
- Ну, куда нам это повесить? сказал дедушка, показывая на сверток.
  - Над кроваткой, над его кроваткой, зашептала бабушка.

Но дедушка посмотрел на старый военный барабан и сказал:

Нет. Мы повесим его под барабаном нашего Ларика.
 Это хорошее место.

Они развернули сверток. И что же? В нем оказался новый желтый барабанчик с двумя деревянными палочками.

Дедушка повесил его под большим барабаном, они полюбовались им, а потом ушли из комнаты...

И тут мальчик открыл глаза. Он открыл глаза и засмеялся, потому что вовсе не спал, а притворялся.

Он спрыгнул с кровати, босиком побежал туда, где висел новый желтый барабанчик, придвинул стул поближе к стене, вскарабкался на него и взял в руки барабанные палочки.

# Упражнение « ${\it Eudempyn~o~npo}{\it фeccusx}$ ». Рис. 1

### Фотокорреспондент



### <u>Упражнение</u> «*Бидструп о профессиях*». Рис. 2



### <u>Упражнение</u> « $\textbf{\textit{Eudcmpyn o npoфeccusx}}$ ». Рис. 3

По мерке



# $\frac{\textit{Упражнение}}{\textit{Рис. 4}} \ll \pmb{\textit{Eudcmpyn o npo}} + \textit{popeccusx} > .$

## Официант



## <u>Упражнение</u> « $\it Eudcmpyn o npoфессияx$ ». Рис. 5

Моментальная фотография



### <u>Упражнение</u> «*Бидструп о профессиях*». Рис. 6

Успех



### <u>Упражнение</u> « $\pmb{\mathit{Fudcmpyn}}$ о $\pmb{\mathit{npoфeccusx}}$ ». Рис. 7

Работа и хобби



### <u>Упражнение</u> «*Словарь жестов*». Рис. 1



## $\underline{\mathsf{Упражнениe}}$ «Словарь жестов».

Рис. 2

Недовольство, досада





Уверение, желание, чтобы поверили

«Да ну! Вот это да!!



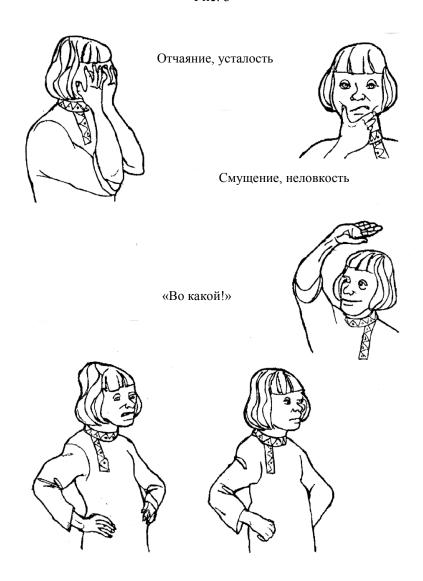


Угроза



Чувство досады...

### <u>Упражнение</u> «*Словарь жестов*». Рис.



### <u>Упражнение</u> «*Словарь жестов*». Рис. 4



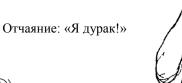
«Сыт по горло!»



Упрёк. «Хлопать ушами».



Искренность, извинение





Смущение, растерянность, досада

### <u>Упражнение</u> «Словарь жестов». Рис. 5



## <u>Упражнение</u> « ${\it Любовь}\ c\ nервого\ взгляда$ ». Рис. 1



#### <u>Упражнение</u> « ${\it Любовь}\ c\ nервого\ взгляда$ ». Рис. 2



#### <u>Упражнение</u> «**Любовь с первого взгляда**». Рис.



#### <u>Упражнение</u> «**Любовь** c **первого взгляда**». Рис. 4







ОЛЕГ



AHTOH



АЛЕКСЕЙ



ЛЮДМИЛА



ЛАРИСА

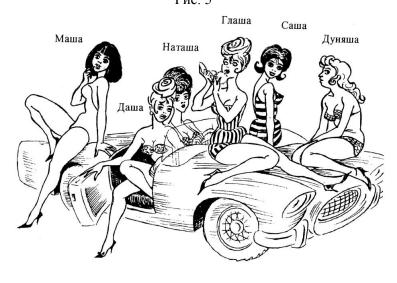


МАРИНА



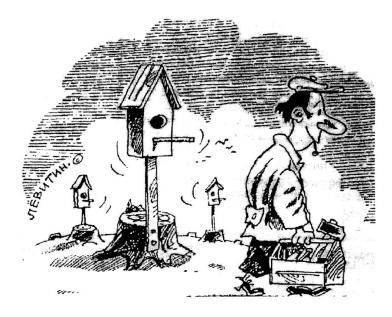
НАДЕЖДА

#### <u>Упражнение</u> «**Любовь** c **первого взгляда**». Рис. 5

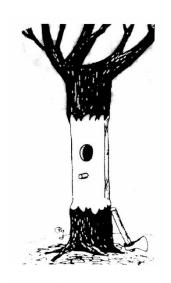




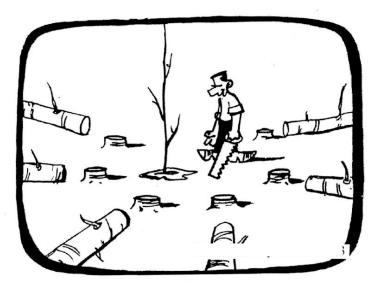
#### <u>Упражнение</u> «Хотели как лучше...». Рис. 1



<u>Упражнение</u> «Хотели как лучие...». Рис. 2



#### <u>Упражнение</u> «*Хотели как лучше*...». Рис. 3



– Теперь солнца будет достаточно! <u>Упражнение</u> «*Хотели как лучше*...». Рис. 4



#### Упражнение «Старая сказка о главном». Рис. 1



<u>Упражнение</u> «Старая сказка о главном». Рис. 2



- А почему у тебя такие зубки?
- «Орбит» без сахара жую…

#### <u>Упражнение</u> «Старая сказка о главном». Рис. 3



<u>Упражнение</u> «*Старая сказка о главном*». Рис. 4 – Ну, нашёл свою Василису?



Нет! Опять отвлёкся!

#### <u>Упражнение</u> «Старая сказка о главном». Рис. 5

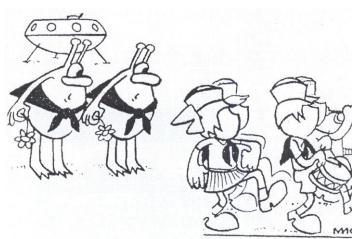


<u>Упражнение</u> «Старая сказка о главном». Рис. 6



# **Приложение 3.** Стимульный материал к упражнениям тренинга «Встреча с Неведомым»

Упражнение «Психология в картинках». Рис. 1



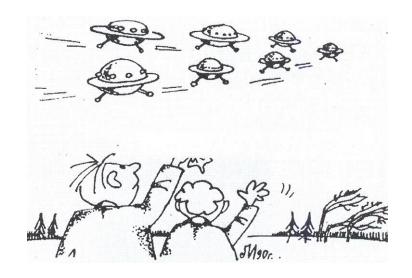
Упражнение «Психология в картинках». Рис. 2





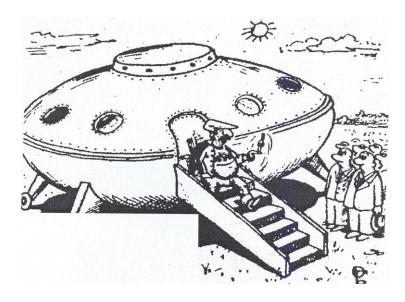
#### Упражнение «Психология в картинках». Рис. 4





<u>Упражнение</u> «*Психология в картинках*». Рис. 6





<u>Упражнение</u> «*Психология в картинках*». Рис. 8

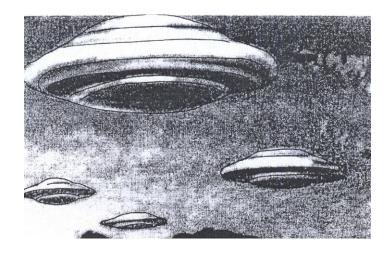




<u>Упражнение</u> «*Психология в картинках*». Рис. 10



#### <u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я)*». Рис. 1

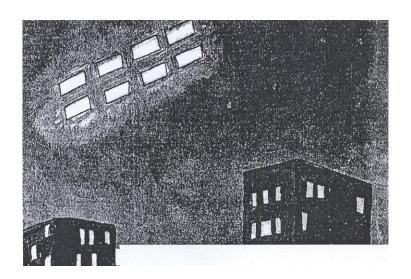


<u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я*)». Рис. 2

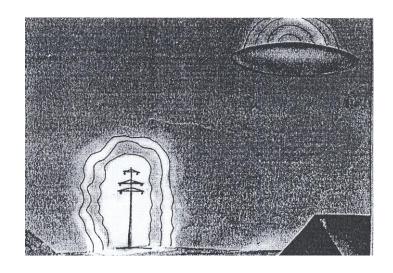




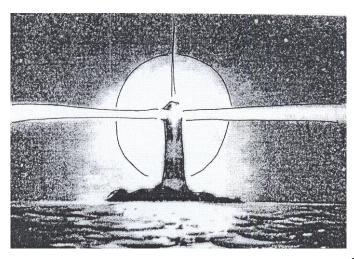
<u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я)*». Рис. 3 <u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я)*». Рис. 4



#### <u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я*)». Рис. 5



<u>Упражнение</u> «*Необычные явления (Не Я*)». Рис. 6



# Приложение 4. Авторские методики с использованием юмора для проведения социально-психологических исследований

#### ДРУЖЕСКИЙ ШАРЖ НА МЭРА ГОРОДА

#### Описание методики

Методика предназначена для диагностики отношений между людьми, в частности, отношений жителей города к мэру своего города. На месте мэра может оказаться «любой человек» (губернатор, президент, начальник, руководитель, учитель и т.п.), отношение к которому людей, ему подчиненных, имеет прагматический смысл или представляет исследовательский интерес. В сравнительных исследованиях можно определить, к кому из нескольких человек (на которых группа людей рисовала дружеские шаржи, например, мэр и губернатор) окружающие их люди относятся лучше. Можно проводить лонгэтюдные исследования, периодически рисуя одних и тех же людей, чтобы проследить динамику изменений их отношений.

<u>Инструкция:</u> Создайте, пожалуйста, дружеский шарж на мэра вашего города. Умение рисовать не имеет значения, вложите в рисунок свое душевное тепло, конструктивное мышление и остроумие! Лучшие рисунки, возможно, увидит и сам мэр!

#### Пример рисунка:



Сообщите, пожалуиста, св	гоения о себе:			
Город	<b>[</b> ата			
ПолВозрастПрос	<b>рессия</b>			
Образование				
Для жителей города: Район проживания				
Время проживания (лет)				
Для приезжих: Время посещения (год)				
СПАСИБО!				

#### Обработка данных:

- Бегло просмотрите шаржи, удалите шаржи людей, проживающих в городе менее 5 лет. Поставьте № шаржа на каждый рисунок.
- 2. Каждый шарж оцените по 11-ти критериям:
- 1) общее впечатление: от «–5» (негативное отношение к человеку) до «+5» (позитивное отношение);
- 2) размер рисунка: маленький большой (1-5 баллов);
- 3) портретные единицы: голова (0–3 балла), туловище (0–3 балла), руки (0–3 б.), ноги (0–3 б). 0 деталь отсутствует, 1 плохо прорисована, 2 хорошо прорисована, но видоизменена (например, крылья вместо рук, хвост вместо ног...), 3 особенно выразительно прорисована без значимых искажений. Если присутствуют все детали баллы складываются. Макс.=3+3+3+3=12 баллов.
- 4) лицо: 0 отсутствует, 1 грустное (злое), 2 нейтральное, 3 веселое (жизнерадостное);
- 5) глаза: 0 отсутствуют, 1 плохо прорисованы (точки или черточки), 2 достаточно прорисованы, нейтральны, «+3» особенно доброжелательно выразительны, от «-1» до « -3» недоброжелательно выразительны;
- 6) рот: 0 отсутствует, 1 плохо прорисован, 2 хорошо прорисован, нейтрален, «+3» улыбка, от «-1» до «-3» грусть или злость;
- 7) дополнительные украшения: 0 нет, от «+1» до «+5» количество дополнительных «украшающих» деталей (украшений, символов, предметов, цветочков, бантиков и т.п.) по количеству единиц, но не более 5 баллов;
- дополнительные детали, символизирующие профессиональную деятельность (люди, здания, предметы и т.п.): от «-5» до «+5» в зависимости от «рода приписываемой деятельности»;
- 9) символы агрессии: (рога, копыта, когти, зубы, нож, пистолет и т.п.) 0 отсутствуют, от «-1» до «-5», по количеству единиц агрессии, но в пределах «–5» баллов;
- 10) дополнительные надписи: 0 отсутствуют, от «-5» до «+5» в зависимости от доброжелательности надписи;

- 11) «балл эксперта»: от «-9» до «+9» субъективная оценка эксперта, зависящая от общего впечатления от рисунка, учитывающая детали, не вошедшие в другие пункты описания (уши, волосы, расположение на листе и т.п.), все то, что, по мнению эксперта, является важным для выяснения отношения к человеку через рисунок.
- 3. Подсчитайте суммарный балл по каждому шаржу (см. *критериальную* таблицу). Максимально возможный балл, который может получить один шарж с учетом всех 11-ти критериев равен 55 (5+5+12+3+3+3+5+5+0+5+9=55).
- 4. Подсчитайте средний балл шаржа в пределах конкретной выборки (сумма всех баллов за все шаржи делится на количество шаржей, нарисованных людьми, составившими выборку; некоторые люди могут нарисовать несколько шаржей, некоторые могут отказаться рисовать). Отказы приравниваются к шаржам с нулевым суммарным баллом.
- 5. Вычислите параметр демократичности города как процентное отношение среднего балла шаржа к максимально возможному. Например, средний балл шаржа = 11. Это составляет 20% от 55 (максимально возможного); чтобы в этом убедиться, надо 11 разделить на 55 и полученный результат умножить на 100. Демократичность города в данном случае = 20%. Составьте письменное заключение, учитывающее все дополнительные нюансы, выявленные в процессе качественного и количественного анализа рисунков.

Критериальная таблица

№ шаржа в выборке	КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ						Сумм. балл шаржа					
Ne III B Bbi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1												
2 и т.д.												

#### СМЕШНОЙ СЛУЧАЙ

#### Описание методики

Методика предназначена для диагностики эмоциональной сферы города. Ее цель – узнать, над чем и как, находясь в типичных ситуациях городского образа жизни (толчея, транспорт, магазины и пр.), смеются люди (добродушно, иронично, с сарказмом, намекая на проблемы или выражая свое отношение к городскому устройству). По преобладанию эмоций, пограничных со смехом, можно судить об общей психологической атмосфере в том или ином городе. Проводя исследования в разных городах, можно сравнивать особенности отношений жителей города, определяя, в каком городе люди более или менее доброжелательны друг к другу, какие эмоциональные состояния преобладают в общественных местах. Часто юмор группы людей высвечивает актуальную городскую проблему и/или характер отношения жителей к власти города.

<u>Инструкция</u>: опишите, пожалуйста, смешной случай, происшедший с Вами или Вашими знакомыми в городе.

Сообщ	ите, пожалуі	йста, сведения	о себе:
Город		Дата	
Пол	_Возраст	Профессия	
Образо	вание		
Для жи	телей города	: Район прожив	ания
Время	проживания (	лет)	
Для пр	иезжих: Врем	я посещения (г	од)
(	СПАСИБО!		

#### Пример описания

В трошейбусе в маршрута еддит отень забавный кондуктор Она сама объявления остановкее, бабущек назоваем "черепашкаши". И звучет это все прииерно так; "Сиедующем остановка "Воигарь". Не спать! Особенно черепашки Готовиших на выход заранее! Ститан до трех!

#### Обработка данных

Выберите смысловые единицы текста, имеющие отношение к 10 основным базовым эмоциям человека (см. кодировочную таблицу), определите количественное соотношение эмоций (каких сколько), вычислите процентное отношение положительных и отрицательных эмоций, определите преобладающую основную тему. Сделайте вывод об эмоциональной сфере города в целом и о его насущных проблемах.

Кодировочная таблица

№ Темы смешных Погра- % Личностные в					
	a-				
(код) случаев ничные от всех чества самар	-				
эмоции случаев ских жителе	ĭ				
, «Упал, влетел, Боль, до- Неловкость					
1 врезался» сада					
«Облили, при- Боль, гнев Жестокость,					
2 жали, стукну-					
ли»					
«Потерял, ис- Стыд Стыдливость,					
3 пачкался, по-	гь				
рвал»					
«Не расслы- Безразли- Невниматель-					
4 шал, не заме- чие ность, рассеян	-				
тил»					
5 «Разыграл, Радость Остроумие					
5 пошутил»					
«Заметил, Удоволь- Чувство юмор	1				
6 подыграл» ствие	•				
д «Вытерпел, Униже- Терпеливость,					
7 преодолел» ние, обида выносливость					
2					
8 «Ошибся, уро- Вина Самокритич-					
HOCIB					
9 «Испугался, Страх Трусость (сме-					
9 струсил» лость)					
Рассказы о де- Радость, Непосредствен	[-				
тях, о живот- удивление ность, доброж					
10 ных, о чем-то лательность					
веселом и хо-					
рошем					
Обидный юмор, преобладание отрицательных эмоций					
(1+2+3+7+8+9) = %					
Безобидный юмор, преобладание положительных эмоций					
(4+5+6+10) = %					
Проблемный юмор (преимущественная тема) = %					

#### РОМАШКА ГОРОДСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

#### Описание методики

Методика предназначена для диагностики городских проблем. Опрос может производиться как в стационарных условиях (в классах, учебных группах, производственных коллективах), так и на улицах города в многолюдных местах (на набережной, в парках) — там, где люди не очень спешат и могут уделить внимание размышлениям о проблемах города в доброжелательном тоне. Первичные данные могут либо заноситься респондентами в розданные им бланки, либо фиксироваться экспериментатором после беседы с каждым респондентом.

<u>Инструкция:</u> Представьте город живым человеком, у которого есть свои проблемы, желания, достоинства и недостатки... Назовите пять потребностей города. Чего ему не хватает? В чем он нуждается?

Потребности города

1. 2. 3. 4. 5. *Бланк респондента* код

Сообщите, пожалуйста, сведения о себе:				
Город		Дата		
		Профессия		
Образован	ие			
Для жител	ей города: Р	айон прожив	ания	
Время про	живания (ле	т)		
Для приезжих: Время посещения (год)				
СПАСИБО!				

#### Обработка данных

Из всех описаний или устных высказываний выберите смысловые единицы текста, выражающие те или иные потребности города (по аналогии с потребностями человека). Следует обратить внимание на тот факт, что порядок высказываний и номер потребностей в бланках респондентов не имеют значения. Иногда один человек может сформулировать 5 предложений, но в них может содержаться 3 или 7 потребностей города, а может не быть ни одной.

Все потребности закодируйте (см. кодировочную таблицу) и отнесите их к какой-либо группе потребностей (индивидные, субъектные, личностные, индивидуальные). Например, текст «построить стадион» — описывает потребность из категории «здоровье, досуг, спорт», ее код равен 8, она относится к группе «субъектных» потребностей.

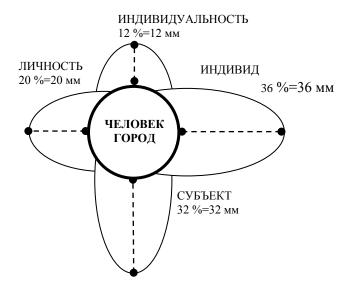
Посчитайте общее количество всех потребностей. Посчитайте частоту встречаемости потребностей (каких сколько) по категориям и по группам потребностей. Посчитайте процентное соотношение потребностей по группам. Сумма «индивидных», «субъектных», «личностных», «индивидуальных» и «прочих» должна быть равна 100%.

Постройте интерпретационную модель, в которой привычные столбики лучше заменить лепестками, напоминающими лепестки цветка (например, ромашки). Правила построения «Ромашки городских потребностей»: длина пунктирных линий соответствует масштабу 1мм=1%. Размеры, форма центра и лепестков – произвольные.

Сделайте выводы о соотношении городских потребностей.

Предложите идеи по удовлетворению тех или иных потребностей вашего города и презентуйте их мэру или другим представителям городской власти.

#### Пример построения интерпретационной модели:



Кодировочная таблица:

			Кооировочнил т	
№ (код )	Категории потребностей (Сферы жизни горо- да, в которых ощу- щаются потребно- сти)	Кол-во потреб- ностей в выбор- ке (%)	Группа потребностей	Кол-во по- треб- ностей по группе (%)
1	Экология		«Индивид-	
2	Чистота улиц		ные»	
3	Воздух, вода, реки		(город-	
4	Озеленение		индивид)	
5	Освещение		тидивид)	
6	Экономика, строительство			
7	Материальное бла- госостояние и соци- альная помощь		«Субъектные»	
8	Здоровье, досуг, спорт		(город- субъект)	
9	Наркомания, пре- ступность			
10	Транспорт, дороги			
11	Отношения (доброта, любовь, забота, уважение)		«Личностные» (город-	
12	Гордость за свой город		личность)	
13	Политика			
14	Конкретные про- блемы города		«Индивиду- альные»	
15	Реставрация зданий, культура, внешний облик города		(город- индивиду- альность)	
16	Прочие (неопределенные, мелкие, личные)			
	Всего потребностей	100%		100%

## КОМИЧЕСКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ БОЛЬШОГО ГОРОДА

#### Описание методики

Городской юмор впитывает в себя все городские обычаи и традиции. «Кривое зеркало» души, или «копилка» народной мудрости, хранит в себе «историческую память» своего народа, динамично «подпитываясь» современностью.

Методика позволяет в проективном стиле диагностировать особенности городской ментальности того или иного города, затрагивая ее политические, социальные, этнические и бытийные аспекты. Как правило, над чем (или над кем) смеются в городе, то (или тот) и является объектом пристального внимания горожан. Методика диагностирует тип отношений жителей друг к другу, к представителям различных национальностей, проживающих в нем или за его пределами, к представителям власти в городе и в стране, а также содержит элементы групповой самооценки горожан как единой социальной группы, отличной от жителей другого города.

#### Инструкция:

1. **Оцените** в баллах (обведите кружочком цифру на условной шкале), на сколько данное качество характерно юмору вашего города (1 — не характерно, 2...3... 10 — качество сильно выражено):

Веселье	Примитивность
12345678910	12345678910
Оптимизм	Добродушие
12345678910	12345678910
Насмешка	Беззаботность
12345678910	12345678910
Ирония	Самоирония
12345678910	12345678910
Грубость	Находчивость
12345678910	12345678910

2. **Оцените** «сословные» качества юмора вашего города, насколько он...

«Купеческий»	«Крестьянский»
12345678910	12345678910
«Пролетарский»	«Интеллигентский»
12345678910	12345678910

## **3. Кто**, по Вашему мнению, привлекает внимание юмористов в Вашем городе: 1 (очень редко), 2 (редко), 3 (иногда), 4 (часто), 5 (очень часто)

Президент	1 23 4 5
Губернатор	1 23 4 5
Мэр	1 23 4 5
Местные власти	1 2 3 45
«Коммунисты»	1 2 3 4 5
«Демократы»	1 23 4 5

## **4. Как часто** «национальность» становится объектом шуток в вашем городе:

Евреи	1 23 4 5
Русские	1 23 4 5
Армяне	1 2 3 45
Татары	1 2 3 4 5
Чукчи	1 23 45
Украинцы	1 23 4 5
Французы	1 23 4 5
Американцы	1 2 3 45

### **5. В какой форме** юмора затрагиваются городские проблемы?

Карикатуры	1 23 4 5
Анекдоты	1 23 4 5
Юмористические рассказы	123 4 5
Выступления артистов	1 2 3 45

#### 6. Как часто в юмористической прессе звучит тема:

Алкоголизма	1 23 4 5
Криминала	123 4 5
Политики	1 2 3 45
Национальности	1 2 3 4 5
Транспорта	1 23 4 5
Экологии	1 23 4 5

6. **Если бы** можно было «поставить отметку» городу за его юмор, на сколько баллов вы бы его оценили (от 1 до 5):

Остроумие (умение шутить)	1 23 4 5
Чувство юмора (умение смеяться)	1 23 4 5

Сооощите, пожалуиста, свеоения о сеое:			
Город		Дата	
ПолВ	эзраст	Профессия	
Образован	ие		
Для жителей города: Район проживания			
Время проживания (лет)			
Для приезжих: Время посещения (год)			
СПАСИБО!			

#### Обработка результатов

Если по всем пунктам все предложенные качества человек оценит «высшим» баллом, то максимальная сумма за одну анкету составит 270 баллов. Необходимо определить средний за анкету «балл комичности» в процентах от максимально возможного. Для этого сделайте следующее:

Посчитайте сумму баллов по каждому пункту анкеты.

Посчитайте общую сумму баллов по анкете (сложив баллы по всем семи пунктам).

Посчитайте средний балл комичности анкеты: сумму баллов по всем анкетам разделите на количество анкет (людей в выборке).

Вычислите *балл комичности* вашего города как процентное отношение среднего балла комичности анкеты к максимально возможному баллу. Например, средний балл комичности анкеты равен 190.1. Это составляет 70.4 % от 270 (максимально возможного).

Сделайте выводы об особенностях городской ментальности вашего города.

Если представится возможность, проведите аналогичное исследование в другом городе и сравните результаты в пределах двух городов. Ментальность лучше распознается в сравнении с другой ментальностью!

#### Приложение 5. Учебные программы

## ПСИХОЛОГИЯ ВОСПРИЯТИЯ КОМИЧЕСКОГО (ФРАГМЕНТ)

Направление подготовки: 030300.68 «Психология» Профиль подготовки:

#### Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника: **специалист** Форма обучения – **очная** 

#### Пояснительная записка

<u>Цель курса</u> – ознакомить слушателей с психологическими аспектами комического с позиции теории *социального восприятия*; обучить методическим приемам использования юмора в работе практического психолога.

#### Задачи:

- Ознакомить с основными междисциплинарными подходами к изучению комического.
  - Представить психологические составляющие комического.
- Изложить основные положения теории социального восприятия, определить роль юмора в нем. Рисованный юмор и невербальное поведение: ознакомить с аналогиями и обосновать возможность использования юмористической продукции в практической деятельности социального психолога.
- Обозначить роль юмора в решении проблем кросскультурных взаимодействий; в эмоциональной саморегуляции; в науке: использование остроумия как приема научного мышления и юмора как метода эмпирических социальнопсихологических исследований.
- Ознакомить с практическими методиками, основанными на использовании юмора (в том числе с концептуальными положениями тренинга социально-перцептивных умений).

#### Лекционный курс – 28 ч.

**Лекция 1** (4 ч.). Общая характеристика природы комического.

Комическое как социальное явление. Междисциплинарный подход к его изучению. Актуальность психологического взгляда на феномен комического. Цель и задачи курса. Шесть моделей комического (Б.Дземидок): теория отрицательного свойства объекта осмеяния, теория деградации, теория контраста, теория противоречия, теория отклонения от нормы, теория пересекающихся мотивов. Классификация теорий комического Т.Б.Любимовой. Взгляд З.Фрейда на теорию остроумия. Теория А.Бергсона. Л.С.Выготский и М.М.Бахтин о юморе и смехе. «Смеховой мир» Д.С.Лихачева. Психология юмора А.Н.Лука. Философия смеха Л.В.Карасева. Объективно-субъективная природа комического.

<u>ПРАКТИКУМ: «Семья»</u> Ленгрена (обсуждение тематически подобранных карикатур).

**Лекция 2** (4 ч.). Психолого-эстетические аспекты комического.

Оттенки смеха (Р.Юренев). Комическое как часть искусства (Л.С.Выготский). Категории эстетики (комическое и смешное, сатира и юмор как полюса смеха, ирония и сарказм, технологии комического: пародирование, окарикатуривание, гротеск). Смех и радость в свете теории эмоций. Близость смеха к эмоциям. Своеобразие смеха. Дифференциальная теория эмоций К.Изарда. Десять базовых эмоций человека. Место смеха. Смех как внешнее проявление эмоций, смех как элемент экспрессивного поведения. Социальные функции комического (вызывать эмоции, менять поведение человека): веселье, агрессия, коммуникация, воспитание, психологическая защита. Преимущества радости и смеха. Чувство юмора и остроумие. Смех как психический процесс, состояние и свойство. Смеются ли животные? (Ч.Дарвин, В.Франкл, Г.Г.Филиппова – о смехе орангутангов).

#### ПРАКТИКУМ: Чувство юмора и ТОСТ (тест остроумия).

**Лекция 3** (4 ч.). Социально-психологическая интерпретация понятий *комическое*, *юмор* и *смех*.

Приемы остроумия. Примеры соотношения комического и некомического остроумия. Остроумие и креативность

(практическое исследование). «Это интересно» (смех на экзаменах, учиться улыбаться!). Юмор и смех как свойство личности. Смех и юмор как психологические категории. Социально-психологическая структура смеха (уровни обобщения). Схема соотношения категорий комического. Определения комического, юмора, смеха и рисованного юмора.

**ПРАКТИКУМ:** «Лимерики», загадки (освоение техники остроумия).

Лекция 4 (4 ч). Психологические особенности восприятия комического.

Факторы социальной перцепции с позиции субъекта и объекта. Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора. Социально-перцептивная компетентность и ее структура. Возможности тренинга социально-перцептивных умений восприятия комического в развитии социальноперцептивной компетентности. Проблема понимания юмора. Анализ карикатуры по схемам процесса понимания юмора. Невербальное поведение в структуре социального восприя-Способы распознания невербального поведения (В.А.Лабунская). Рисованный юмор как форма фиксации невербального поведения. Карикатура как невербальный анекдот. Достоинства рисованного юмора как невербального комического в процессе восприятия. Рисованный юмор как стимульный материал при обучении распознаванию невербального поведения.

**ПРАКТИКУМ:** «Дружеский шарж» (творческое задание: создайте дружеский шарж на... друга, врага, преподавателя, <u>мэра и т.д.).</u>

**Лекция 5** (4 ч.). Прикладные аспекты психологии юмора. Юмор на службе современной практической психологии. Смех и здоровье. Практикум по освоению юмористических приемов саморегуляции. Направления практического испольпсихологии. социальнозования юмора Юмор психологическом эксперименте (мыслить по законам остроумия, вводить юмор в ход эксперимента с заданной целью, изучать сам юмор), примеры экспериментов: «Ромашка городских потребностей», «Смешной случай», «Особенности

национального юмора». Место юмора в кросскультурных взаимодействиях. Культурный шок как объективные социально-значимые противоречия. Пример кросскультурного исследования: анализ дневника эмигранта. Юмор карикатуристов разных стран.

<u>ПРАКТИКУМ: «Смешной случай», «Ромашка городских</u> потребностей» (примеры лабораторных экспериментов по изучению городской ментальности).

**Лекция 6** (4 ч.). Концептуальные основания тренинга социально-перцептивных умений восприятия комического «Юморобика».

Основные направления использования юмора в тренинге «Восприятие комического» (пять основных блоков). Особенности тренинга общения: знакомство, релаксация, игры, шутки, формы ведения дискуссии, сплочение группы, развитие коммуникативной компетентности. Обучающие программы: рисованный юмор как стимульный материал к усвоению теоретических положений общей и социальной психологии, специальные программы для прикладной психологии (экопсихологический тренинг), освоение практических психологических навыков. Тренинг личностного роста: концептуальные положения игротерапии для взрослых: полупроективное обсуждение внутриличностных противоречий и межличностных проблем (психологическая совместимость, психологический климат семьи и трудового коллектива). Кросскультурный тренинг: возможности юмора в преодолении культурного шока. Невербальное общение в незнакомой культурной среде. Основные методики тренинга «Восприятие комического».

<u>ПРАКТИКУМ (мини-тренинг): Игротерапия, Кубик, Любовь с первого взгляда. Примеры авторских разработок упражнений тренинга. Творческое домашнее задание: изготовить юмористическую продукцию, посвященную факультету психологии Самарского государственного педагогического университета.</u>

**Лекция** (занятие) **7** (4 ч.). Отчет о творческом задании. Тестовая контрольная.

#### СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЮМОРА (ФРАГМЕНТ)

Направление подготовки: 030300.68 «Психология» Профиль подготовки:

#### Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника – **бакалавр** Форма обучения – **очная** 

Объем дисциплины и вид учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы. Всего 72 часа. Аудиторные занятия — 36 часов (в том числе 10 ч. лекции, 26 ч. семинарско-интерактивные занятия). Самостоятельная работа — 36 часов, зачет.

#### Содержание дисциплины

#### Модуль 1. Лекционно-семинарская часть (36 часов).

Тема 1. Лекции (10 ч.). Теоретические аспекты социальной психологии юмора.

Тема 2. Семинар-тренинг (26 ч.). Методологические основы Тренинга «Юморобика» и его разновидностей.

Проверка знаний по модулю 1.

Модуль 2. Самостоятельная часть (36 часов).

Тема 3 (6 ч.). Юмор в контексте социального восприятия.

Тема 4 (6 ч.). Смехотерапия и эмоциональная саморегуляция.

Тема 5 (6 ч.). Юмор в социально-психологическом эксперименте.

Тема 6 (6 ч.). Роль юмора в развитии творческих способностей и личностном самосовершенствовании.

Тема 7 (2 ч.). Тема, предложенная студентом.

Проверка знаний по модулю 2.

Система оценки качества сформированных компетенций – балльно-рейтинговая (Табл. 1, Табл. 2).

Табл. 1 Балльно-рейтинговая карта дисциплины

Модуль	Вид или форма контроля	Макс. кол-во баллов
	Текущий рейтинг	25
1	Рубежный контроль	15
	Рейтинг	40
2	Текущий рейтинг	30
	Рубежный контроль	15
	Рейтинг	45
	Выходной рейтинг (зачет)	15
	Семестровый рейтинг по дисциплине	100

Табл.2. Содержание дисциплинарных модулей

	Вид контроля	Вид учебных поручений, форма отчетности или контроля	Макс. кол-во баллов
Модуль 1	Текущий рейтинг	Посещение лекционных и семинарских занятий	10
		Поиск информации по темам аудиторных занятий в ИНТЕРНЕТ	5
		Участие в эмпирическом научном исследовании в качестве респондента	10
	Рубежный рейтинг	Контрольный тест № 1	15
Модуль 2	Текущий рейтинг	Самостоятельная подготовка по темам занятий	10
		Подготовка материала для семинарских (интерактивных) занятий: доклад, выступление, вопросы для обсуждения	10
		Самостоятельная работа на выбор студента: 1) проведение самостоятельного исследования; 2) подготовка научной статьи; 3) посещение студенческого научного кружка кафедры; 4) участие в научных конференциях «День науки» и др.; 5) участие в научно-исследовательских проектах аспирантов кафедры	10
	Рубежный рейтинг	Отчет о творческом задании, собеседование	15

# ПСИХОЛОГИЯ КОМИЧЕСКОГО (ФРАГМЕНТ)

Направление подготовки: 030300.68 «Психология» Профиль подготовки:

#### Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника — **магистр** Форма обучения — **очная** 

<u>Цель курса</u> — ознакомить слушателей (магистров) с психологическими аспектами комического с позиции теории социального восприятия; обучить методическим приемам использования юмора в работе практического психолога.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к факультативной части учебного плана ( $\Phi$ .1).

Для освоения дисциплины студенты (магистры) используют знания, умения, навыки деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Социальная психология», «Социальная психология личности» на предыдущей ступени образования (030300 Психология, бакалавриат).

Данная дисциплина опирается на результаты формирования в предыдущих курсах следующих компетенций:

- ОК 1: понимание значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; совершенствование и развитие общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.
- ПК 19: самообразование на протяжении всей профессиональной жизни.

Для освоения дисциплины студент должен:

- Знать содержание различных теорий психологии, путей и способов их систематизации, интеграции, консолидации и т.д., а также практического использования.
- Уметь применять разнообразие теоретических построений для выбора методов прикладного исследования.

Владеть навыками самостоятельного овладения новыми методами психологии и поддерживать мотивацию самопознания и профессионального саморазвития.

Освоение дисциплины является основой для последующего изучения курса «Диссертационное исследование».

#### Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: а) общекультурные: ОК-1; б) профессиональные: ПК-32.

- OK-1: совершенствование своего интеллектуального и общекультурного уровня, нравственного и физического развития личности предполагает, что студент должен:
- Знать: содержание основных концепций психологии комического и их вклад в развитие социально-психологической теории и практики.
- Уметь использовать основные приемы социального взаимодействия на основе юмора и его практических приложений.
- Владеть приемами остроумия на основе чувства юмора и профессиональной этики психолога.
- ПК-32: просветительская деятельность среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества предполагает, что студент должен:.

Знать актуальные проблемы общественного сознания, основные достижения психологической теории и практики.

Уметь профессионально «тривилизировать» сложные теоретические концепции до уровня обыденного сознания различных категорий социальных слоев общества, в том числе и с помощью юмористических технологий.

Владеть навыками юмористической популяризации достижений отечественной психологии.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

# Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу. Всего 36 часов. Аудиторные занятия – 10 часов (в

том числе 2 ч. лекции, 8 ч. семинарско-интерактивные занятия). Самостоятельная работа – 26 часов, зачет.

## Структура дисциплины (2 семестр)

№ модуля	Форма занятий	Форма промежуточной аттестации
1	Лекционно-семинарская часть	Контрольная работа №1
2	Самостоятельная часть	Контрольная работа №

#### Содержание дисциплины

#### Модуль 1. Лекционно-семинарская часть (10 часов).

Тема 1. Лекции. (2 ч.) Актуальные теоретические проблемы психологии комического.

Тема 2. Семинар-тренинг (8 ч.). Социально-перцептивная компетентность и ее развитие средствами юмора (Тренинг «Юморобика»).

Проверка знаний по модулю 1.

Контрольная работа № 1.

Модуль 2. Самостоятельная часть (26 часов).

Тема 3 (6 ч.). Соотношение понятий комическое, юмор, смех, комическое сознание, комическая ментальность.

Тема 4 (6 ч.). Философско-психологические концепции комического и междисциплинарный дискурс юмора.

Tема 5 (6 ч.). Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора.

Тема 6 (6 ч.). Методы и исследовательские алгоритмы социально-психологических исследований с использованием юмора.

Тема 7 (2 ч.). Тема, предложенная студентом.

Проверка знаний по модулю № 2.

Контрольная работа №2.

<u>Содержание обязательной самостоятельной работы студентов (магистров) (6 ч.):</u>

Изучение лекционно-теоретического материала:

1. Поиск информации по темам самостоятельных занятий в ИНТЕРНЕТ.

- 2. Подготовка к семинарским (интерактивным) занятиям: доклад, выступление, вопросы для обсуждения.
- 3. Участие в эмпирическом научном исследовании в качестве респондента.

Проверка знаний по дисциплине.

Контрольная работа №2.

<u>Содержание самостоятельной работы по дисциплине на</u> выбор студента (магистра) (20 ч.):

- 1. Написание «эссе» по выбранным к изучению темам.
- 2. Проведение самостоятельного исследования.
- 3. Подготовка научной статьи.
- 4. Посещение студенческого научного кружка кафедры.
- 5. Участие в ежегодных научных конференциях «День науки» и др.

Отчет о творческом задании.

Система оценки качества сформированных компетенций: Контрольная работа №1 (тест на определение основных понятий по дисциплине). Контрольная работа №2 (свободная дискуссия или эссе на темы, предложенные для самостоятельного изучения). Отчет о творческом задании. Зачет.

# **Приложение 6.** Контрольные материалы Вопросы к экзамену

(для студентов специалитета, бакалавров и магистров психологических специальностей)

- 1. Междисциплинарный подход к изучению комического как социального явления.
- 2. Модели (теории) комического (классификация Б.Дземидока).
  - 3. З.Фрейд об остроумии. А.Бергсон о смехе.
- 4. О юморе и смехе (Л.С.Выготский, М.М.Бахтин, Д.Лихачев, В.Б.Лук, Ю.Борев, З.Лисса, Л.В.Карасев и др. на выбор).
- 5. Комическое и смешное. Сатира и юмор как полюса смеха.
- 6. Категории эстетики: ирония, сарказм, насмешка, шутка.
- 7. Технологии комического: пародирование, окарикатуривание, шаржирование.
- 8. Теория дифференциальных эмоций К.Изарда. 10 базовых эмоций человека. Место смеха.
- 9. Схема взаимодействия комического с эмоциями. Социально-психологические функции комического.
- 10. Чувство юмора и остроумие. Остроумие и креативность.
  - 11. Патология остроумия. Виды расстройств.
- 12. Определение понятий рисованного юмора и невербального комического. Карикатура как невербальный анекдот. Преимущества рисованного юмора как стимульного материала для распознавания невербального поведения.
  - 13. Виды юмористической деятельности.
- 14. Психологический юмор Х.Бидструпа. «Жизненные советы» Ленгрена и «Библия» Ж.Эффеля. Творчество Кукрыниксов. Дружеский шарж зеркало личности.
- 15. Искусство юморения (С.Образцов, А.Райкин, Ч.Чаплин, Е.Петросян, А.Миронов и др. на выбор).

- 16. Социальная направленность карикатур периодической печати России. Основные темы.
- 17. Социально-перцептивные умения восприятия комического. Социально-перцептивная компетентность.
- 18. Факторы социальной перцепции с позиции объекта и с позиции субъекта.
- 19. Социально-психологическая структура комического. Соотношение понятий комического, юмора и смеха.
- 20. Что такое смех (эмоция, поведение, психический процесс). Смех как личностное свойство субъекта.
  - 21. Понимание юмора. Модель понимания юмора.
  - 22. Комическое сознание, комическая ментальность.
- 23. Психологическое определение феномена комического. Объективно-субъективная основа комического.
- 24. Семь приемов остроумия. Примеры комического и некомического остроумия.
- 25. Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора: селективность, стереотипизация, идентификация, рефлексия, эмпатия.
- 26. Закономерности социальной перцепции в контексте восприятия юмора: атрибуция, установка, эффект ореола, эффект новизны, эффект первичности, аттракция.
- 27. Юмор на службе современной практической психологии.
- 28. Концептуальные положения тренинга «Юморобика»: пять методических блоков.
- 29. Модификации тренинга «Юморобика»: Тренинг общения. Тренинг социально-перцептивных умений. Обучающие программы. Тренинг личностного роста. Кросскультурный тренинг.
  - 30. Игротерапия для взрослых. Юморобика.
  - 31. Эмоциональная саморегуляция и юмор.
- 32. Медицинские аспекты смеха. Смех и здоровье. Психотерапевтические возможности комического.
  - 33. Место юмора в кросскультурных взаимодействиях.

# Темы курсовых и дипломных работ, творческих заданий и магистерских диссертаций

- 1. Социально-психологические функции комического. (Роль юмора в обществе: общение, психологическая защита, воспитание, обучение, агрессия.)
- 2. Психология дружеского шаржа. (Индивидуальное и типичное, образ жизни и внешность, личность художника, особенности восприятия др. шаржа и т.д.)
- 3. Рисованный юмор как форма фиксации невербального поведения. (Распознавание невербального поведения, юмористические позы, жесты, социальные темы и др.)
- 4. Юмор в тренинге общения. (Игротерапия, юморобика, новые направления...)
- 5. Юмор в решении кросскультурных проблем. (Юмор международный язык общения; юмор разных народов; над чем смеются все.)
- 6. Гендерные различия в восприятии юмора (Восприятие юмора мужчинами и женщинами.)
- 7. Возрастные различия восприятия юмора.
- 8. Типология людей по отношению к юмору. (Чувство юмора и остроумие как свойство высокоразвитой личности, стили остроумия, тесты юмористических фраз.)
- 9. Повышения качества профориентационного консультирования подростков средствами комического.
- 10. Повышение качества семейного (группового, индивидуального) консультирования средствами комического.
- 11. Повышение устойчивости к стрессам (нервно-психической устойчивости) средствами комического.
- 12. Профориентационное просвещение подростков средствами комического.
- 13. Роль юмора в психодраматической работе с подростками.
- 14. Психология жизненных ситуаций: позитивные изменения средствами комического. (Формирование оптимизма.)
- 15. Роль юмора в рекламе.

- 16. Изменение эмоционального состояния средствами комического.
- 17. Психотерапевтическая функция комического.
- 18. Смехотерапия как средство психокоррекционной работы с детьми разного возраста.
- 19. Индивидуально-психологические особенности восприятия комического.
- 20. Психологические особенности (женского, мужского, подросткового, детского...) восприятия юмора.
- 21. Психологические особенности остроумия подростков (пожилых, детей, мужчин, женщин...).
- 22. Особенности восприятия юмора людьми разного социального положения (профессии...).
- 23. Психологические особенности восприятия рисованного юмора (речевого, разных видов юмора, ведущая модальность и восприятие различных видов юмора).
- 24. Остроумие как признак креативности (творческого мышления).
- 25. Исследование психологических особенностей людей, работающих в сфере комического.
- 26. Исследование взаимосвязи между уровнем развития интеллекта и остроумием.
- 27. Исследование зависимости чувства юмора (и остроумия) от темперамента.
- 28. Исследование индивидуальной чувствительности к юмору (разработка теста на чувство юмора).
- 29. Исследование индивидуальных различий остроумия (разработка теста остроумия).
- 30. Особенности остроумия (чувства юмора) соматических больных.
- 31. Особенности чувства юмора и остроумия самоактуализирующихся личностей (на примере биографий известных людей).
- 32. Исследование влияния смехотерапии на динамику работоспособности и уровень невротизации человека (подростков, пожилых, руководителей среднего звена...).

- 33. Исследование эмоционально-личностной сферы человека (подростков, пожилых...) средствами комического (Кто, когда, как, над чем смеется?).
- 34. Исследование мотивационной направленности личности тестом юмористических фраз.
- 35. Исследование возможности развития чувства юмора.
- 36. Исследование возможности обучения остроумию.
- 37. Психологические особенности политического юмора.
- 38. Индивидуальный стиль остроумия (руководителей) в зависимости от характерологических свойств личности. (Ведущие приемы остроумия сатириков, акцентуированных личностей, начальников ...)
- 39. Экспериментальное формирование состояний (отношений, позитивной оценки...) средствами комического.
- 40. Социально-психологические эксперименты по изучению городской ментальности.
- 41. Место юмора в социально-психологических эмпирических исследованиях
- 42. Комическая ментальность большого города.
- 43. Созерцание и юмор: реальность и абсурд.
- 44. Комическое сознание в контексте социально-коммуникативной парадигмы психологии сознания.

# Творческое задание

- А. Выберите тему, с Вашей точки зрения, интересную для проведения эмпирических исследований.
- Б. Подберите адекватный предмету исследования диагностический и/или исследовательский инструментарий (во многих случаях можно воспользоваться методиками, размещенными в Приложении 4).
- В. Определите доступную для Вас репрезентативную выборку. Лучше, если это будут люди, по какому-либо критерию (возрасту, полу и т.п.) отнесенные к разным социальным группам, по 15–20 человек в каждой.
- Г. Проведите сравнительные исследования в двух группах. Д. Подготовьте презентацию по итогам работы и анализу
- д. подготовьте презентацию по итогам расоты и анали полученных эмпирических данных.

### Рекомендуемая литература

- 1. *Акопов Г.В.* Психология сознания. Вопросы методологии, теории и прикладных исследований. М., 2010.
- 2. *Акопов Г.В.* Сознание и время. Апология ментальности и поэтического сознания. Изд. 2-е, испр. и доп. Самара, 2013.
- 3. *Аколов Г.В.* Социальная психология образования. М., 2000.
- 4. *Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М., 1990.
- 5. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
- 6. Бергсон А. Смех. М., 1992.
- 7. *Бидструп X*. Рисунки: В 4 т. / Под ред. Т.Н.Гуковской. М., 1969.
- 8. Борев Ю. Комическое. М., 1970.
- 9. *Вулис А*. В лаборатории смеха. М., 1966.
- 10. Вулис А. Метаморфозы комического. М., 1976.
- 11. Выготский Л.С. Психология искусства. М., 1987.
- 12. Голубков С.А. Гармония смеха. Самара, 1993.
- 13. Дземидок Б. О комическом. М., 1974.
- 14. Дубровин М.И., Шенк В. Русские фразеологизмы в картинках (для говорящих на немецком языке). М., 1979.
- 15. *Иванова Т.В.* Игротерапия для взрослых // Психология зрелости и старения. 1999. № 5. С. 75–80.
- 16. *Иванова Т.В.* Изучаем психологию // Журнал практического психолога. 1999. № 9. С. 109–111.
- 17. *Иванова Т.В.* Кросскультурный тренинг с подростками «Встреча с неведомым» // Психология и школа. 2003. № 2. С. 47–57.
- 18. *Иванова Т.В.* Обучающая программа «Восприятие комического» // Журнал практического психолога. 1998. № 5. С. 57–61.

- 19. *Иванова Т.В.* Остроумие и креативность // Вопросы психологии. 2002. № 1–2. С. 76–87.
- 20. Иванова Т.В. Психология восприятия комического. Самара, 2002.
- 21. *Иванова Т.В.* Роль юмора в саморегуляции эмоциональных состояний // Эмоциональная саморегуляция: теоретические основы и прикладные аспекты: Методическое пособие / Под ред. Г.В.Акопова, Т.В.Ивановой, В.Ф.Сопова. Самара, 2001. С. 107–124.
- 22. Карасев Л.В. Философия смеха. М., 1996.
- 23. Кукрыниксы об искусстве. Шаржи, карикатуры: Альбом. М., 1984.
- 24. Ленгрен. Жизненные советы. Варшава, 1968.
- 25. Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси. Л., 1984.
- 26. *Лук А.Н.* О чувстве юмора и остроумии. М., 1968.
- 27. Лук А.Н. Эмоции и личность. М., 1982.
- 28. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977.
- 29. *Любимова Т.Б.* Комическое, его виды и жанры. М., 1990.
- 30. Мартин Р. Психология юмора. СПб., 2009.
- 31. Мастера советской карикатуры. Кукрыниксы. Старая Москва. Железнодорожное. Бытовое. О дряни. От ренессанса до абстракционизма. М., 1961. (Издание «Крокодила». Сатирические серии).
- 32. *Меткалф С.*, *Фелибл Р*. Юмор путь к успеху. СПб., 1997.
- 33. Московский А. О природе комического. Иркутск, 1968.
- 34. *Мусийчук М.В.* Дюжина приемов остроумия и кое-что в придачу. Магнитогорск, 1998.
- 35. *Недува* Э.*Ш*. Юмор и растущий интеллект // Начальная школа. 1996. № 2. С. 21–25.
- 36. Новиков В. Книга о пародии. М., 1989.
- 37. *Павленко Е.В.* Тест юмористических фраз (ТЮФ44-9). СПб., 1997.
- 38. *Петросян Е.В.* В стране анекдотов. М., 1995.

- 39. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М., 1976.
- 40. Психологическое сопровождение молодежного досуга: полезное с приятным: Методические материалы для ведущих социально-психологические тренинги / Сост. Т.В. Иванова. Самара, 2001.
- 41. *Самойлов Л.С.* Карикатура, карикатурист, читатель. Серия № 1. М., 1983.
- 42. Семенова Т.В. Социальная психология комического. Самара, СГПУ, 2009.
- 43. Семенова Т.В. Социально-психологические исследования городской ментальности города Самары // Городская ментальность: социально-психологическое исследование. Самара, 2008. С. 137–190.
- 44. Семенова Т.В., Чернышов В.С. В театре сознания: подходы к исследованию. Самара, 2010.
- 45. Сознание в актуальных измерениях: академический проект / Отв. ред. Г.В.Акопов, Т.В.Семенова. Самара, 2010.
- 46. Станкин М.И. Юмор как средство психолого-педагогического воздействия: Учебное пособие. М., 2007.
- 47. *Тюрин-Авинский В.И.* «Альфа-пенто» формат «Миро-Здания». Самара, 2011.
- 48. *Тюрин-Авинский В.И., Семенова (Иванова) Т.В.* Ноуменальность как проявление синхронистичности. Тест Авинского Ноуменальных Явлений «ТАНЯ» // Прикладная психология. 2014. № 1.
- 49. Фрейд 3. Остроумие. М., 1999.
- 50. Это я? Шаржи Кукрыниксы. Раскин эпиграммы. М., 1968.
- Эффель Ж. Адам познает мир. М., 1964.

# Библиография

- Авинский В.И. Зачем они прилетали? // Аномалия. 1996.
   № 4. С. 38–39.
- 2. Авинский В.И., Иванова Т.В. Восприятие структуры или структура восприятия // Сознание и физическая реальность. М., 1999. Т. 4, № 2. С. 22–26.
- 3. Агранович С.З., Березин С.В. Археология сознания. Самара, 2005. 344 с.
- 4. Айзенк Г., Вильсон Г. Как измерить личность. М., 2000. 284 с.
- 5. Акопов Г.В. Социальная психология образования. М., 2000. 295 с.
- 6. Акопов Г.В. Сознание и время. Апология ментальности и поэтического сознания. Изд. 2-е, испр. и доп. Самара, 2013. 175 с.
- 7. Акопов Г.В. Психология сознания. Вопросы методологии, теории и прикладных исследований. М., 2010. 272 с.
- 8. Акопов Г.В., Иванова Т.В. Ментальность: провинциальная ментальность современной России (опыт междисциплинарных исследований) // Мир психологии. 2002. № 1. С. 224—237.
- Акопов Г.В., Иванова Т.В. Феномен ментальности как проблема сознания // Психологический журнал. 2003. Т. 24, № 1. С. 47–55.
- 10. Акопов Г.В., Завальный А.Н., Иванова Т.В. Санкт-Петербург: взгляд из Самары, или Городская ментальность во времени и пространстве // Психологическая газета. 2003. № 4. С. 31–34.
- 11. Акопов Г.В., Семенова Т.В. В поисках технологии развития творческих способностей учащейся молодежи // Проблемы развития одаренной молодежи в информационном обществе. Самара, 2006. С. 129–134.
- 12. Ананьев В.А. Введение в психологию здоровья. СПб., 1998. 120 с.
- 13. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1996. 416 с.
- 14. Асмолов А.Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа. М., 1990. 367 с.
- 15. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. 424 с.

- 16. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М., 1990. 541 с.
- 17. Бергсон А. Смех. М., 1992. 127 с.
- 18. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. СПб., 1992. 398 с.
- 19. Бидструп X. Рисунки: В 4 т. / Под ред. Т.Н.Гуковской. М., 1969. 720 с.
- 20. Битянова М.Р., Давыдова В.В. Условия эффективного тренингового процесса в подростковых группах // Журнал практического психолога. 1998. № 3. С. 44–47.
- 21. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982. 200 с.
- 22. Бодалев А.А. Личность и общение. М., 1995. 324 с.
- 23. Большаков В.Ю. Психотренинг. Социодинамика: Упражнения. Игры. СПб., 1996. 380 с.
- 24. Большая советская энциклопедия / Под ред. А.М. Прохорова. Т. 12. М., 1973. 625 с.; Т. 30. М., 1978. 632 с.
- 25. Борев Ю. Комическое. М., 1970. 270 с.
- 26. Будякова Т.П. Психологическая оценка оскорбления личности средствами карикатуры // Психологический журнал. 2003. № 5. С. 110–118.
- 27. Варга А.Я. Семейная психотерапия. Самара, 1996. 44 с.
- 28. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М.Журавлева, В.Ю.Большакова, Л.А.Петровской и др. М., 1996. 373 с.
- 29. Введенская Л.А. Словарь антонимов русского языка. Ростов н/Д, 1995. 544 с.
- 30. Введенский И.В., Лабунская В.А. Семиотический подход к анализу изображений человека // Вопросы психологии познания людьми друг друга и общения. Краснодар, 1978. Кн. 2. С. 42–51.
- 31. Волкова Е.В., Оруджева С.З. Тона и обертоны серьезного в философии М.Бахтина // Вопросы философии. 2000. № 1. С. 102–118.
- 32. Вулис А. В лаборатории смеха. М., 1966.
- 33. Вулис А. Метаморфозы комического. М., 1976. 126 с.
- 34. Выготский Л.С. Психология искусства. М., 1987. 341 с.
- 35. Гилберт Д., Малкей М. Открывая ящик Пандоры: Социологический анализ высказываний ученых. М., 1987. 269 с.

- 36. Годфруа Ж. Что такое психология. М., 1997. Т. 1. 495 с.; Т. 2. 375 с.
- 37. Голубков С.А. Поэтика комического в русской прозе первой трети XX века: Дис. в форме науч. доклада ... д-ра филол. наук. Воронеж, 1994. 37 с.
- 38. Голубков С.А. Гармония смеха. Самара, 1993. 184 с.
- 39. Давыдкина (Перфильева) Л.В. Психологическое районирование городского пространства (на примере жителей г. Самары): Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Курск, 2013. 26 с.
- 40. Дарвин Ч. О выражении эмоций у животных и человека. СПб, 2001. 384 с.
- 41. Дедов Н.П. Личностные и ситуационные детерминанты отношения человека к юмору // Психология и практика: Ежегодник Российского Психологического Общества. Ярославль, 1998. Т. 4, вып. 1. С. 47–48.
- 42. Дземидок Б. О комическом. М., 1974. 223 с.
- 43. Дорошко Г.П., Семенова-Иванова Т.В. Ментальность российской провинции в настоящем и будущем // Психологическая газета. 2004. № 9. С. 5–7.
- 44. Дорфман Л.Я., Ковалева Г.В. Основные направления исследований креативности в науке и искусстве // Вопросы психологии. 1999. № 2. С. 101–106.
- 45. Дружинин В.Н., Савченко И.А. Анекдот как зеркало русской семьи // Психологическое обозрение. М., 1996. № 1. С. 18–21.
- 46. Дубровин М.И., Шенк В. Русские фразеологизмы в картинках (для говорящих на немецком языке). М., 1979. 328 с.
- 47. Дюрвиль А. Физиогномика. М., 1997. 95 с.
- 48. Жуков Ю.М., Петровская Л.А., Растенников П.В. Диагностика и развитие социальной компетентности в общении. М., 1990. 104 с.
- 49. Журавлев А.Л. Специфика междисциплинарных исследований в психологии // Психологический журнал, 2002. № 2. С. 83–88.
- 50. Завальный А.Н. Самара в анекдотах: 150 забавных случаев из жизни самарцев в XIX–XX веках. Самара, 2000. 120 с.
- 51. Завальный А.Н. Самара и самарцы: 100 забавных случаев из жизни самарцев в XIX–XX веках. Самара, 2001. 100 с.

- 52. Злобин А.Т. К классификации эмоций // Вопросы психологии. 1991. № 4. С. 96–102.
- 53. Знаков В.В. Понимание в познании и общении. Самара, 1998. 185 с.
- 54. Иванова Т.В. Обучающая программа «Восприятие комического» // Журнал практического психолога. 1998. № 5. С. 57–61.
- 55. Иванова Т.В. Психологические аспекты смеха // Психология и практика: Ежегодник Российского Психологического Общества. Ярославль, 1998. Т. 4, вып. 1. С. 62–63.
- 56. Иванова Т.В. Игротерапия для взрослых // Психология зрелости и старения. 1999. № 5. С. 75–80.
- 57. Иванова Т.В. Психологические аспекты рисованного юмора // А.С.Пушкин и российское историко-культурное сознание: Третья международная конференция по истории психологии российского сознания. Самара, 1999. Т. 5, вып. 1. С. 119–121.
- 58. Иванова Т.В. Социально-психологическая компетентность и ее развитие средствами рисованного юмора: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Самара, 1999. 24 с.
- 59. Иванова Т.В. Юморобика: тренинг общения для подростков // Содержание, формы, методы социоклубной работы по месту жительства: Из опыта работы подросткового центра «Куйбышевский». Самара, 1999. С. 126–137.
- 60. Иванова Т.В. Изучаем психологию // Журнал практического психолога. 1999. № 9. С. 109–111.
- 61. Иванова Т.В. Надо ли обучать остроумию? // Научные чтения в Самарском филиале Университета РАО. М., 2001. Вып. 1. С. 132–149.
- 62. Иванова Т.В. Место юмора в социально-психологическом эксперименте // Наука в высшей школе: проблема интеграции. М., 2002. С. 83–88.
- 63. Иванова Т.В. Остроумие и креативность // Вопросы психологии. 2002. № 1–2. С. 76–87.
- 64. Иванова Т.В. Роль юмора в саморегуляции эмоциональных состояний // Эмоциональная саморегуляция: теоретические основы и прикладные аспекты. Самара, 2002. С. 107–124.
- 65. Иванова Т.В. Психология восприятия комического. Самара, 2002. 142 с.

- 66. Иванова Т.В. Ментальность, культура, искусство // Общественные науки и современность. 2002. № 6. С. 168–177.
- 67. Иванова Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. Самара, 2003. 198 с.
- 68. Иванова Т.В. Кросскультурный тренинг с подростками «Встреча с неведомым» // Психология и школа. 2003. № 2. С. 47–57.
- 69. Иванова Т.В. Роль юмора в саморегуляции эмоциональных состояний // Психическая саморегуляция. 2004. № 1. С. 6—24.
- 70. Иванова Т.В., Ким И.О. Комическая ментальность большого города // Телескоп: Научный альманах. Самара, 2003. Вып. 4. С. 127–133.
- 71. Иванова Т.В., Иванов В.В. Юмор и саморегуляция // Семейная психология и семейная терапия. 2003. № 3. С. 105—120.
- 72. Изард К. Эмоции человека. М., 1980. 440 с.
- 73. Карасев Л.В. Философия смеха. М., 1996. 223 с.
- 74. Копылкова Е.А. Анекдот как средство переживания национальной идентичности (на материале анализа еврейских анекдотов): Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2006. 24 с.
- 75. Кочетков В.В. Кросскультурное исследование невербальной коммуникации русских и немцев // Психологическое обозрение. 1997. № 1. С. 15–20.
- 76. Краткий тест творческого мышления (Торренса П.). Фигурная форма: Пособие для школьных психологов. М., 1995. 48 с
- 77. Кулешов С.В. Смешное в истории: опыт социокультурной реконструкции // Отечественная история. 2002. № 3. С. 163–169.
- 78. Кулинич М.А. Лингвокультурология юмора. Самара, 2004. 264 с.
- 79. Кукрыниксы об искусстве. Шаржи, карикатуры: Альбом. М., 1984. 130 с.
- 80. Купрейченко А.Б. Восприятие юмористической рекламы молодыми потребителями // Проблемы экономической психологии. М., 2005. Т. 2. С. 295–339.

- 81. Лабунская В.А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). Ростов н/Д, 1986. 135 с.
- 82. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов н/Д, 1999. 608 с.
- 83. Ленгрен 3. Жизненные советы. Варшава, 1968. 155 с.
- 84. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975. 304 с.
- 85. Лидерс А.Г. Группы личностного роста с подростками // Журнал практического психолога. 1996. № 1. С. 54–62;
   № 2. С. 61–69; № 4. С. 55–59; № 5. С. 65–70.
- 86. Лихачев Д.С. и др. Смех в Древней Руси. Л., 1984. 295 с.
- 87. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии. М., 1968. 191 с.
- 88. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977. 184 с.
- 89. Лук А.Н. Эмоции и личность. М., 1982. 176 с.
- 90. Лэндрет Г.Л. Игровая терапия: искусство взаимоотношений. М., 1994. 365 с.
- 91. Любимова Т.Б. Комическое, его виды и жанры. М., 1990. 62 с.
- 92. Майерс Д. Социальная психология. СПб., 1997. 684 с.
- 93. Мартин Р. Психология юмора. СПб., 2009. 480 с.
- 94. Маслоу А. Психология бытия. М., 1997. 304 с.
- 95. Мастера советской карикатуры. Кукрыниксы. Старая Москва. Железнодорожное. Бытовое. О дряни. От ренесанса до абстракционизма. М., 1961. 24 с. (Издание «Крокодила». Сатирические серии).
- 96. Меткалф С., Фелибл Р. Юмор путь к успеху. СПб., 1997. 248 с.
- 97. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб., 2000. 330 с.
- 98. Мирович М.И., Шрагина Л.И. Технология творческого мышления. М., 2000. 432 с.
- 99. Мэй Р. Искусство психологического консультирования. М., 1994. 144 с.
- 100. Московский А. О природе комического. Иркутск, 1968. 96 с.
- 101. Мусийчук М.В. Дюжина приемов остроумия и кое-что в придачу. Магнитогорск, 1998. 27 с.

- 102. Мусийчук М.В. О сходстве приемов остроумия и механизмов построения парадоксальных задач // Вопросы психологии. 2003. № 6. С. 99–105.
- 103. Мусхелишвили Н.Л., Шрейдер Ю.А. Понимаю, ибо абсурдно // Человек. 1998. № 6. С. 22–36.
- 104. Недува Э.Ш. Юмор и растущий интеллект // Начальная школа. 1996. № 2. С. 21–25.
- 105. Новиков В. Книга о пародии. М., 1989. 540 с.
- 106. Обухов А. Современное состояние смехового мира в русской традиционной культуре // Развитие личности. № 2. М., 1999. С. 140–157.
- 107. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1991. 925 с.
- 108. Оконешникова А.П. Опыт интерпретации мимики представителями различных этнических групп // Вопросы психологии: Познание друг друга между людьми и самопознание. Краснодар, 1978. Кн. 2. С. 94–103.
- 109. Павленко Е.В. Испытание юмором (фразы для тестирования) (ТЮФ 44-9). СПб., 1997. 25 с.
- Петровская Л.А. Компетентность в общении. М., 1989.
   216 с.
- Петровская Л.А. Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. М., 1985.
   168 с.
- 112. Петросян Е.В. В стране анекдотов. М., 1995. 272 с.
- 113. Пиз А. Язык жестов. Воронеж, 1992. 257 с.
- 114. Платонов К.К. Структура и развитие личности. М., 1986. 254 с.
- 115. Платонов К.К. Проблемы способностей. М., 1972. 312 с.
- 116. Пронников В.А., Ладанов И.Д. Язык мимики и жестов. М., 1998. 216 с.
- 117. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. М., 1976. 183 с.
- 118. Психодрама: вдохновение и техника / Под ред. П.Холмса и М.Карп. М., 1997. 288 с.
- 119. Психологическое сопровождение молодежного досуга: полезное с приятным: Методические материалы для ведущих социально-психологические тренинги: «Юморобика», «Выбери профессию», «Встреча с Неведомым» / Сост. Т.В. Иванова. Самара, 2001. 152 с.

- 120. Психология состояний: Хрестоматия / Под ред. О.А. Прохорова. М.; СПб., 2004. 608 с.
- 121. Психология эмоций: Тексты / Под ред. В.К.Вилюнаса и Ю.Б.Гиппенрейтер. М., 1993. 304 с.
- 122. Романова В. Кросскультурные исследования младенчества в психологии // Вопросы психологии. 1977. № 5. С. 118–129.
- 123. Самойлов Л.С. Карикатура, карикатурист, читатель. Сер. 1, № 1. М., 1983. 56 с.
- 124. Семенова Т.В. Городская ментальность: социальнопсихологическое исследование. Самара, 2008. 354 с.
- 125. Семенова Т.В. Теория ментальности социальных систем // Научное обозрение. М., 2005. № 4. С. 89–94.
- 126. Семенова Т.В. Теоретические и прикладные аспекты социально-психологического исследования городской ментальности: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. Казань, 2007. 40 с.
- 127. Семенова Т.В. Социальная психология комического. Самара, 2009. 376 с.
- 128. Семенова Т.В., Чернышов В.С. В театре сознания: подходы к исследованию. Самара, 2010. 68 с.
- 129. Словарь русского языка. Т. 4 / Гл. ред. А.П.Евгеньева. М., 1984. 790 с.
- 130. Смирнова Н.И. Сопоставительное описание элементов русской и английской кинесической коммуникации // Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977. С. 219–246.
- 131. Советский энциклопедический словарь / Под ред. А.М.Прохорова. М., 1990. 1632 с.
- 132. Сознание в актуальных измерениях: академический проект / Отв. ред. Г.В.Акопов, Т.В.Семенова. Самара, 2010. 232 с.
- 133. Соломин И.Л., Лапшина Н.Ю. Школа креативности // Психологическая газета. 2000. Ноябрь. С. 24–25.
- 134. Станкин М.И. Юмор как средство психолого-педагогического воздействия: Учебное пособие. М., 2007. 256 с.
- Стасишина Н. Целебная энергия смеха // Волжская заря.
   1998. 23 июня.

- 136. Стефаненко Т.Г. Адаптация к новой культурной среде и пути ее оптимизации // Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М.Жукова, Л.А. Петровской. М., 1996. С. 167–185.
- 137. Стора-Шандор Ю. Юмор и проблема самоидентификации // Человек. 1996. № 3. С. 180–185.
- 138. Сюнькова Г.Д. Анекдот как жанр публицистики // Пресса периода кризиса и период кризиса прессы / Под ред. Г.К.Сюнькова. Симферополь, 1994. С. 64–101.
- 139. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии // Вопросы психологии. 1998. № 4. С. 123–132.
- 140. Трусов В.П. Выражение эмоций на лице (по материалам работ П.Экмана) // Вопросы психологии. 1982. № 5. С. 144–147.
- 141. Тюрин-Авинский В.И. «Альфа-пенто» формат «Миро-Здания». Самара, 2011. 232 с.
- 142. Тюрин-Авинский В.И., Иванова Т.В. Альфа-пентаструктура ментальности // Телескоп: Научный альманах. Самара, 2002. Вып. 2. С. 106–113.
- 143. Тюрин-Авинский В.И., Семенова (Иванова) Т.В. Ноуменальность как проявление синхронистичности. Тест Авинского Ноуменальных Явлений «ТАНЯ» // Прикладная психология. 2014. № 1.
- 144. Уайтсайд Р. О чем говорят лица. СПб., 1996. 160 с.
- 145. Фарелли Ф., Брандсма Д. Провокационная терапия. Екатеринбург, 1996. 216 с.
- 146. Филиппова Г.Г. Сравнительно-психологическое исследование комплекса оживления (смех орангутангов) // Вопросы психологии. 1998. № 6. С. 24–34.
- Философский словарь логики, психологии, этики, эстетики и истории философии / Под ред. Э.Л.Радлова. СПб., 1904. 284 с.
- 148. Философский энциклопедический словарь. М., 1989. 814 c.
- 149. Фомин А.Ю. Признаки субъективной значимости афористических высказываний: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Самара, 2006. 20 с.
- 150. Франкл В. Доктор и душа. СПб., 1997. 285 с.

- 151. Фрейд 3. Остроумие. М., 1999. 352 с.
- 152. Храмова К.В. Юмор в детской проективной продукции (на материалах КАТ) // Журнал практического психолога. 1999. № 5-6.
- 153. Шадриков В.Д. Психология деятельности и способности человека. М., 1996, 318.с.
- 154. Щербаков Н.Н. Смеховая форма // Журнал практического психолога. 1999. № 2. С. 90–92.
- 155. Хрящева Н.Ю. Психогимнастика в тренинге. 220 упражнений для развития способностей. СПб., 1999. 256 с.
- 156. Цзен Н.В., Пахомов Ю.В. Психотренинг: игры и упражнения. М., 1988. 268 с.
- 157. Эстетика: Словарь / Под ред. А.А.Беляева. М., 1989. 445 с.
- Это я? Шаржи Кукрыниксы. Раскин эпиграммы. М., 1968. 102 с.
- 159. Эффель Ж. Адам познает мир. М., 1964. 216 с.
- 160. Юревич А.В. Психологи тоже шутят. М., 2003. 256 с.
- 161. Cupchik G.C. & Leventhal H. Consistency between expressive behavior and the evaluation of humorous stimuli: The role of sex and self-observation // Journal of Personality and social Psychology. 1974. P. 30, 429–442.
- Leventhal H. & Mace W. The effect of laughter on evaluation of a slapstick movie // Journal of Personality. 1970. P. 38, 16–30.

# Татьяна Вениаминовна Семенова

# СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ КОМИЧЕСКОГО:

социальное познание, компетентное общение, эмоциональная регуляция, личностное саморазвитие, теоретико-эмпирические исследования

#### Учебное пособие

Издание 2-е, дополненное

Редактор Л.И. Бордунова. Главный редактор О.И. Сердюкова

Лицензия ИД № 06504. Подписано к печати 16.02.2014 г. Бумага типографская. Печать оперативная. Заказ № Формат 60х84 1/16. Объем 24 п.л. Тираж 300 экз.

Издательство Поволжской государственной социально-гуманитарной академии: 443099, г. Самара, ул. М. Горького 61/63.

Отпечатано в типографии



# **Татьяна Вениаминовна Семенова (Иванова)**

Доктор психологических наук, профессор кафедры общей и социальной психологии факультета психологии Поволжской государственной социально-гуманитарной академии.

Контакты: (www.pgsga.ru) tatvensem@yandex.ru (846)332-00-67; «Самарский научный центр психологии сознания» (СНЦПС, www.sncps.ru); «Поэтический сайт Вениамина Иванова» («мамина страничка»), www.svet2014.ru