

TEORIA I PRAKTYKA – 2010», (07-15 sierpnia 2010 roku): [Ekonomiczne nauki]. – Przemysł: Nauka i studia, 2010. – Volume 1. – С.41-44.

УДК 159.9.072

ЮМОР КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН: КОГНИТИВНЫЙ КОМПОНЕНТ

Квасник А.В.
Гордеева А.В.

Парадоксально, но научные поиски зачастую сосредотачиваются именно там, где, казалось бы, и так все понятно. Поскольку *юмор* – всем знакомая, приятная и веселая форма поведения, на первый взгляд может показаться, что он не нуждается в психологических исследованиях, научных объяснениях, выявлении закономерностей. Тем не менее, накопленный на сегодняшний день огромный массив эмпирических данных свидетельствует об обратном: за кажущейся простотой и несерьезностью скрывается масса вопросов, поскольку юмор пронизывает все стороны психической организации человека, является видной компонентой его индивидуальности.

Подобно ряду других психологических образований, отличающихся сложностью структурной организации, юмор не имеет однозначной научной интерпретации. В психологии юмор определяют как *способность личности выявлять, фиксировать и осмысливать комическое в окружающей действительности и эмоционально на него реагировать*.

Актуальность настоящего исследования обусловлена как концептуальной неопределенностью вопроса, так и запросами психологической практики. Многообразие авторских подходов к определению юмора, с одной стороны, и отсутствие конкретных представлений – с другой, свидетельствуют о несформированности теоретической базы, что влечет за собой и слабость методологического аппарата. Особенно отчетливо эта тенденция проявляется в отечественной психологии: отсутствие надежных методик измерения юмора связано с ограниченным количеством экспериментальных работ.

Новизна исследования заключается в построении более определенного и полного, по сравнению с ранее предложенными, конструкта юмора на основе систематизации имеющихся теоретических и экспериментальных данных. Научный интерес и практическую ценность представляет процесс разработки методики изучения юмора, которая позволит более детально отразить черты психической жизни личности в сочетании с привычными методами психологического исследования.

Содержательный *теоретический анализ научных работ* ведущих специалистов в психологии юмора демонстрирует сложность и многоаспектность данного феномена [1]. Ознакомившись с основными направлениями исследования юмора, среди которых выделяются психоаналитическая теория (Freud, Oring), теория превосходства/унижения

(Gruner, Zillmann), теория возбуждения (Berlyne), мы все же придерживаемся *когнитивного похода*, основанного на теориях несоответствия (Koestler, Suls, Shultz). Последние объясняют сущность юмора одновременной актуализацией двух несовместимых ментальных презентаций (схем), которая переживается как приятная и забавная [2;113].

Используя такой подход, мы принимаем во внимание и модель Р.Мартина, где в качестве основных компонентов юмора выступают социальный контекст, когнитивно-перцептивный процесс, эмоциональная реакция, вокально-поведенческое выражение смеха.

Исходя из цели выяснения механизма юмора, научный поиск следует сконцентрировать на определении его *сущности*, ключевого звена. Таковым выступает *когнитивный элемент* – именно с восприятия и последующего осмысления с опорой на индивидуальный прошлый опыт начинается переживание юмористического события, показателями которого и производными от мыслительной деятельности являются эмоциональная реакция радости и вокально-поведенческие проявления. Именно когнитивная обработка стимула и является основой возникновения юмора: понимание несоответствия или противоречия обуславливает положительные эмоциональные переживания.

Когнитивный компонент юмора рассматривается нами как система, состоящая из двух гипотетических элементов: *понимания* и *генерирования*. Понимание юмористических стимулов представляется как пассивный процесс по сравнению с активным процессом генерирования, который заключается в продуцировании юмора. По справедливому замечанию А.Н. Лука, остроу создают (работа остроумия), а смешное находят (функция чувства юмора) [3].

Органично дополняет наш подход и оригинально раскрывает содержательную сторону юмористического поведения теория понимания смешного К.Глинки. Он акцентирует внимание на том, что каждая шутка содержит интеллектуальную загадку, которую необходимо разрешить [4]. Смех свидетельствует об испытываемом удовольствии от успешно проделанной работы. Автор обозначает эту величину как «удовольствие от разрешения загадки».

Уровень настроения у Глинки получает название «фона настроения»: находясь в хорошем настроении, люди смеются охотнее, их легче рассмешить. Кроме того, он подчеркивает, что юмор также используется для получения определенного статуса в обществе. Поэтому вводится следующий фактор – Личная Сопричастность. Слушатель может ощутить превосходство над героями шутки или анекдот его оскорбляет, что обуславливает соответствующую эмоциональную реакцию.

В целом теория понимания смешного Глинки получает следующее формальное выражение [4]:

Эффект Юмора = Личная Сопричастность*Сложность задачи/Время разрешения задачи + Фон Настроения.

Синтезируя таким образом авторские подходы к интерпретации феномена юмора в рамках когнитивного направления, мы приступили к разработке собственной методики изучения юмора, используя за основу два типа заданий методики изучения чувства юмора Г. Айзенка, - оценку комических рассказов и завершение анекдотов.

Следовательно, **целью** нашей работы является *исследование особенностей юмора как психологического феномена посредством создания методики его изучения.*

Объект исследования: юмор как психологический феномен.

Предмет: когнитивный компонент юмора.

Последовательность действий и *результаты*, полученные на каждом из этапов работы, представлены ниже.

Этап 1. *Подбор стимульного материала при помощи метода экспертных оценок.*

Принимая во внимание высокую степень субъективности юмористического поведения личности, которое предполагает предпочтительность определенной формы юмора, избирательность тематики, особенности восприятия и эмоционального реагирования на юмор, задача данного этапа исследования заключалась в получении максимально объективной оценки предложенных стимулов и выборе наиболее удачных из них.

Так как спонтанный (непреднамеренно используемый людьми в ходе социальных взаимодействий) и случайный (физическая и лингвистическая форма) виды юмора сложно поддаются лабораторному изучению, было принято решение использовать в качестве стимульного материала *анекдоты*, - разновидность так называемого «консервированного» юмора, который отличается от непринужденных шуток и остроумных замечаний.

Необходимость применения метода экспертных оценок обусловлена разнообразием тематики и популярностью указанного жанра среди различных слоев населения: следовало выявить объективно наиболее смешные стимулы. Для этого в случайном порядке было отобрано 100 анекдотов, которые впоследствии подверглись оценке экспертов в виде двух различных наборов (Пакет №1, Пакет №2).

Специфика изучаемого феномена дает основание использовать в качестве эксперта представителя любого социального слоя и профессиональной группы в зависимости от целей исследования. Наш выбор остановился на категории лиц юношеского возраста (17 – 23 года), - в роли экспертов выступили студенты различных факультетов ДонНУ (207 чел). Им предлагалось оценить каждый из представленных анекдотов по следующей шкале: 1 – совсем неудачный, 2 – несмешной, 3 – довольно смешной, 4 – особенно удачный.

В результате из 100 предложенных было отобрано 20 анекдотов (юмористических стимулов), получивших наиболее высокий ранг. Следующим шагом стало распределение выбранных экспертами анекдотов на 2 группы по 10 ед. в соответствии с целями исследования.

Этап 2. *Разработка субтестов методики изучения когнитивного компонента юмора и их последующая апробация в процессе пилотажного исследования.*

▪ Специфика субтеста «*Понимание юмористических стимулов*»

Цель первого субтеста методики исследования когнитивного компонента юмора: выявление особенностей восприятия и осознания юмористического стимула. Реализация данного подхода осуществлялась следующим образом.

Испытуемому предлагалось самостоятельно ознакомиться с анекдотом. В это время задачей экспериментатора выступала фиксация эмоциональных и вокально-поведенческих реакций, т.к. именно они зачастую служат индикатором адекватного восприятия юмористического стимула.

Затем выяснялось, знаком ли респонденту предъявленный стимул, поскольку первое восприятие шутки зачастую обладает более выраженным юмористическим эффектом. Далее производилась оценка анекдота по вышеуказанной шкале.

После этого начиналась работа непосредственно над выявлением степени понимания испытуемым юмористического стимула. Наиболее уместным здесь оказался метод *неформализованного интервью*, который предполагает большую свободу опрашиваемого в формулировке ответов, большую развернутость ответов.

Поскольку понимание юмористического стимула предполагает осознание содержащегося в нем противоречия, вопросы, предъявляемые экспериментатором, направляют рассуждения испытуемого по двум линиям: объяснение сюжета шутки и выявление собственно юмористического компонента.

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

Юмор – это, прежде всего, переживание положительной эмоции, средство получения удовольствия. А для того, чтобы выделить аспект понимания юмористического сигнала, необходимо интеллектуализировать эмоцию, - активизировать когнитивный компонент через постановку мыслительной задачи. *Выделение собственно юмористического компонента анекдота* включает осознание противоречия, содержащегося в предъявляемой шутке. Выполнение мыслительного акта такого порядка, вероятно, свидетельствует о достаточно высоком интеллектуальном уровне.

Предложение выделить собственно юмористический компонент, остроту, «соль» шутки было встречено неоднозначно. Преобладала реакция удивления: выявляя, фиксируя, осмысляя юмор в повседневной жизни, людям в большинстве случаев не свойственно задумываться над причинами возникновения положительных эмоциональных реакций, смеха.

На этом этапе работы очень важно было направить, скоординировать мыслительную деятельность испытуемого. Постановка вопросов «В чем именно заключается юмор рассматриваемой ситуации?», «Почему этот анекдот кажется Вам смешным?» зачастую создавала ситуацию неопределенности и, если можно так выразиться, недопонимания: как можно объяснить то, что является просто смешным?

Многие участники исследования не испытывали затруднений при выполнении поставленной задачи. Они достаточно быстро и продуктивно выявляли юмористический компонент шутки и обосновывали его. Но выделилась и другая категория лиц, нуждающихся в дополнительных вопросах экспериментатора для обоснования юмористического компонента стимула. Благодаря используемому методу устного опроса, исследователь получил возможность варьировать сложность и тематику вопросов.

Так, весьма уместным оказалось применение косвенных вопросов. Если испытуемый не мог выделить юмор предлагаемого стимула, ссылаясь на непонимание задания, его бессмысленность, непосильность выполнения или на то, что стимул «*просто смешной*» (или несмешной), ему предлагалось еще несколько наводящих вопросов типа: «Если бы Вы рассказали этот анекдот в компании друзей, что они могли бы найти смешным?», «Могла бы эта шутка понравиться кому-либо? Почему?» Безусловно, учитывая объем выборки, мы не имеем права говорить о каких-либо закономерностях, но такой прием в целом приводил к достижению поставленной цели, - испытуемые выделяли юмористический компонент стимула.

Адекватная интерпретация юмора осуществлялась посредством объяснения комизма ситуации, представленной в анекдоте. Варианты обоснования юмористического компонента на примере одного из стимулов методики представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Варианты обоснования юмористического компонента

«Если бабушки у подъезда сидят тихо, - проверьте у них пульс».		
Обоснование	Адекватное	«Зачастую бабушки считаются сплетницами, и если они молчат – это подозрительно».
		«Когда бабушки молчат – это, по меньшей мере, странно».
	Неадекватное	«У них толстые вены, и пульс не прощупывается».
		«Очень грубо шутить над мертвыми бабушками».

На основе вариантов ответов испытуемых были выделены содержательные категории, отражающие основные тенденции когнитивной обработки юмористических стимулов. Оказалось, что приоритетным является объяснение юмора через категорию «Несоответствие» (32,6%). Большинство испытуемых указывали на несоответствие представленных в анекдоте событий реальной жизни, противоречие между комической ситуацией и обыденностью («выход за рамки реальности», «несовпадение желаний девушки и поведения парня», «действия мужчины не соответствуют обыденному течению событий»).

Категории «Неожиданность» и «Нелепость» представлены в равном процентном соотношении (24,5%). Выделение самостоятельной категории «*Неожиданность*» свидетельствует о том, что участники исследования часто обосновывали юмористический элемент стимула внезапностью развязки («в банальной ситуации любовник сумел нетипично выкрутиться»; «если бабушки сидят молча – это подозрительно и должно настораживать»), непредвиденным финалом («противоположная вопреки ожиданиям развязка»). Конечно, подобные варианты ответа перекликаются с ранее рассмотренной категорией, но их принципиальное отличие состоит в наличии элемента новизны, непредсказуемости.

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

■ *Характеристика субтеста «Генерирование юмора»*

Цель второй части методики изучения юмора: определение способности личности к активному продуцированию юмора.

Здесь испытуемым предъявлялись юмористические истории без кульминационного момента, - отсутствовала именно та часть шутки, которая в оригинале создавала момент противоречия и обеспечивала юмористический эффект.

Участники исследования получали инструкцию, согласно которой необходимо было «достроить», «завершить» историю наиболее юмористическим образом. Для выполнения задания теста испытуемым отводилось ограниченное количество времени (3 мин).

В случае отсутствия вариантов окончания шутки, испытуемые получали возможность последовательного использования двух подсказок, заранее заготовленных экспериментатором. На основе параметра «Сложность мыслительной задачи», а точнее – его варьирования, экспериментатором были сформулированы подсказки к каждому из заданий субтеста «Генерирование» путем изменения финала анекдота по направлению минимизации сложности содержащейся в нем загадки. В таком случае испытуемый получал возможность осмыслить логику построения юмористической истории, но не получал готового смешного финала.

Задача завершить анекдот максимально комичным образом воспринималось испытуемыми с определенной долей энтузиазма, но первые задания субтеста выполнялись с некоторой долей осторожности и даже нерешительности. Скорее всего, это обусловлено желанием человека продемонстрировать максимально продуктивный стиль юмористического поведения. Как указывали классики, человек скорее признается в том, что он носит парик, чем в том, что у него отсутствует чувство юмора.

Предоставленные для выполнения задания 3 минуты полностью использовались очень редко, - преимущественно ответ следовал через несколько секунд: большинство ответов располагается в пределах одной минуты (0,1 с – 60 с).

Таблица 2

Вариант окончания юмористической истории

Стимул	Ответ испытуемого
Парень – девушке: - Ты самая красивая была на своем дне рождения! - Спасибо, я старалась!	«Конечно, ты же никого больше не пригласила...»
	«Могла бы пригласить хотя бы одну симпатичную подружку!»

Конечно, не все ответы, с нашей точки зрения, были удачными – действительно смешными (Таблица 2). Несмотря на это, многие варианты завершения ситуации действительно превращали ее в шутку, анекдот. Предложение испытуемым своего варианта финала часто сопровождалось «вступительным словом». В основном преобладали замечания относительно того, что вроде бы версия окончания есть, но ей не хватает достойной лексической обработки и именно это лишает ее нужной степени комизма: *«я не знаю, как это красиво сказать, чтобы было смешно...»*.

Очень показательным является критерий самостоятельности продуцирования юмора. В данном случае имеется в виду количество используемых подсказок в процессе выполнения субтеста: свыше 60% участников исследования справлялись с заданием без помощи экспериментатора, около 20% воспользовались только одной подсказкой, и только 10% нуждались в обеих.

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

Учитывая трудоемкость психодиагностической процедуры и новизну исследования, к настоящему моменту не представляется возможным говорить о выявлении закономерностей протекания юмора. Тем не менее, в ходе проведения пилотажного исследования удалось получить достаточно интересные предварительные данные, которые выступают основой осуществляющейся на данный момент формализации процедуры тестирования. *Во-первых*, разрабатывается эффективный способ фиксации данных, получаемых в ходе психодиагностической работы. Регистрационный бланк субтеста «Понимание юмористических стимулов» включает следующие параметры: оценка забавности, экспрессивный аспект (сдержанность, улыбка, смех), обоснование юмористического компонента. Бланк субтеста «Генерирование юмора» содержит параметры: время реакции, количество используемых подсказок, вариант окончания юмористической истории.

Во-вторых, предпринята попытка разработки системы формальных количественных и качественных оценок (Таблица 3). Для этого в обеих составляющих методики были выделены основные характеристики, на которые следует опираться при анализе когнитивного элемента юмора: если для субтеста «Понимание» важно самостоятельное выделение юмористического компонента и соответствующее эталону качественное его обоснование, то для субтеста «Генерирование» - индивидуальный юмористичный ответ за минимальный промежуток времени.

Таблица 3

Критерии оценки полученных данных

Показатель	Субтест «Понимание»	Субтест «Генерирование»
	Самостоятельность мышления	Скорость генерирования ответа
Уровень	1. Самостоятельное понимание	1. Ранее установленного времени
	2. Потребность в ориентировочных вопросах	2. По истечении 3 минут
	3. Понимание отсутствует	3. Не справился с заданием
Показатель	Качество интерпретации	Использование подсказок
Уровень	1. Обстоятельный логичный ответ	1. Без подсказок
	2. Краткое обоснование	2. Одна подсказка
	3. Нет ответа	3. Две подсказки
Показатель	Соответствие эталону	Продуктивность
Уровень	1. Полностью соответствует	1. Один/несколько смешных ответов
	2. Близок	2. Один/несколько довольно смешных ответов
	3. Не соответствует	3. Один/несколько несмешных ответов

Безусловно, говорить о реализации цели работы еще рано. Приоритетной остается задача осуществления апробации и стандартизации созданной методики, открытым является вопрос о ее надежности и валидности.

Тем не менее, предполагаемый спектр действия разрабатываемой методики достаточно широк. Кроме объяснения особенностей восприятия и понимания комического, способности активному генерированию, она может стать качественным инструментом для выявления индивидуальных особенностей мыслительной деятельности, эмоциональной сферы личности, определения влияния возрастных, половых, статусно-ролевых факторов на стиль юмористического поведения, а введение понятия и нормы в результате стандартизации предоставит возможность использования нашей методики в целях патопсихологической диагностики.

Литература

1. Иванова Е.М., Ениколопов С.Н. Психологические исследования чувства юмора//Психологический журнал, 2004 - №6 – С 122-131.
2. Мартин Р. Психология юмора/Пер. с англ. под ред. Л.В. Куликова.- СПб.:Питер, 2009 - 480 с.

3. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии/www.koob.ru
4. Глинка К. «Теория юмора» //Независимый альманах «Лебедь» № 391, [//http://www.lebed.com/2004/](http://www.lebed.com/2004/).

УДК 336(477):339.9

АНАЛИЗ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ ФИНАНСОВОГО РЫНКА В УКРАИНЕ

**Кинчевская Ю. Ю.
Пилипенко В. В.**

Постановка проблемы. Рынок М&А Украины динамично развивается. Направление этого развитие во многом определяется цивилизованными методами осуществления операций слияния и поглощения, что во многом обусловлено участием в этих процессах иностранного капитала. Операции слияния и поглощения компаний, как один из путей осуществления корпоративной стратегии, открывают предприятиям доступ к новым заказчикам и сегментам рынка, технологиям и продуктам; позволяют достичь экономии за счет укрупнения, реализовать инновационный подход к управлению компанией, избежать опасностей конкурентной борьбы.

В Украине подобные сделки пока немногочисленны, однако в последнее время отечественные финансово-промышленные группы проявляют к таким операциям растущий интерес. Компании постепенно совершенствуют механизм осуществления сделок, используя при этом международную практику оценки стоимости бизнеса и последующей интеграции.

Анализ последних достижений и публикаций. Проблеме развития рынка слияний и поглощений посвятили свои исследования такие украинские и зарубежные специалисты, как Ращупкин О. А. [3], Тополев Ю. Е. [4], а также эксперты проекта М&А. Ученые всесторонне изучали вопросы развития рынка слияний и поглощений, давали рекомендации и предлагали пути обеспечения эффективного функционирования данного рынка. Однако недостаточно изученными остаются проблемы поглощения компаний в Украине в частности, а также пути их решения.

Цель. Целью данной статьи является определение основных путей слияний и поглощений компаний, а также исследование состояния и проблем данного рынка.

Изложение основного материала. Для обозначения экономических процессов укрупнения бизнеса и капитала, происходящих на макро- и микроэкономическом уровнях, применяется термин М&А (Mergers and Acquisitions) - «Слияния и поглощения».

Слияние - это объединение двух или более хозяйственных субъектов, в результате которого образуется новая экономическая единица.

Поглощение - это сделка, совершаемая с целью установления контроля над хозяйственным обществом и осуществляемая путем приобретения более