

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЮМОРА КАК КОПИНГ-СТРАТЕГИИ В INTERNET В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19 И САМОИЗОЛЯЦИИ

Мусийчук М.В.¹, Мусийчук С.В.²

¹ Мусийчук Мария Владимировна

доктор философских наук, доцент, профессор кафедры психологии; федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», пр. Ленина, 38, Магнитогорск, 455000, Россия.
Тел.: 8 (3519) 29-84-02.

E-mail: mv-mus@mail.ru

² Мусийчук Сергей Васильевич

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры управления, экономики и социально-гуманитарных дисциплин; филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сочинский государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края, ул. Чехова, 69, Анапа, 353451, Краснодарский край, Россия. Тел.: 8 (6133) 3-26-09.

E-mail: sv-mus@mail.ru

Аннотация. Цель исследования заключается в выявлении специфики когнитивных механизмов юмора как копинг-стратегий в Internet в период пандемии covid-19 и самоизоляции. Основным является метод описательного контент-анализа творчества на основе юмора в сети. Анализ юмористических продуктов творчества осуществляется на основе выявления приема остроумия, реализованного при создании комического эффекта. Философско-методологический анализ когнитивных механизмов юмора: коммуникативного, креативного, аксиологического (передача социального опыта в юмористической форме) гелозоического (изменение модально-оценочной направленности, преимущественно аффективной природы) позволяет обосновать возникновение эмоционального отстранения; установочную регуляцию поведения, основанную на способности юмора производить подъем эмоций, ослабление напряжения, через придание юмористической формы содержанию. Большое значение имеет форма выражения мысли через приемы остроумия, порождающие положительные эмоции. В результате контент-анализа выявлены такие как: абсурд, парадокс, ирония, метафора, намек, смешенье стилей, сравнение порождающие копинг-стратегии на основе юмора. Тематика проблем, порожденных пандемией и нашедших отражение в копинг-стратегиях пользователей сети: ограничения и штрафы в период самоизоляции, средства индивидуальной защиты, бессимптомность протекания заболевания, разработка вакцины и др. Креативность представлена в различных формах: по количеству участников — индивидуальная и коллективная; по форме художественной реализации замысла — креализованные тексты (на известные художественные фильмы и мультфильмы; прототипические ситуации, музыкальные произведения (классические оркестровые и аллюзии на песни); каламбурные анекдоты. Таким образом, в период пандемии и самоизоляции успешной копинг-стратегией могут считаться юмористические продукты творчества.

Ключевые слова: копинг-стратегии; когнитивно-аффективные механизмы юмора; юмор на темы пандемии коронавируса и самоизоляции в сети Internet.

УДК 159.9:[616.98:578.834.11]

Библиографическая ссылка

Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Когнитивные механизмы юмора как копинг-стратегии в Internet в период пандемии COVID-19 и самоизоляции // Медицинская психология в России. – 2021. – Т. 13, № 3. – С. 1. doi: 10.24412/2219-8245-2021-3-1

Поступила в редакцию: 20.05.2021 Прошла рецензирование: 15.06.2021 Опубликована: 18.06.2021

Введение

Актуальность осмысления когнитивных механизмов юмора как копинг-стратегий (на материале Internet) в период пандемии COVID-19 и самоизоляции обусловлена рядом причин: сложившейся ситуацией в обществе, которая находит оценку на уровне властных структур. Так, глава Роспотребнадзора Анна Попова призвала не нагнетать ситуацию с коронавирусом в стране. Она предупредила, что COVID-19, скорее всего, будет возвращаться каждый год [7]. О том, что в обществе нарастает тревога и пессимизм на фоне пандемии коронавируса, заявил пресс-секретарь президента России Дмитрий Песков: «Оптимизма, к сожалению, [ситуация] не добавляет», — сказал он [Там же].

Дискуссии, посвященные проблеме пандемии коронавируса, неоднократно организовывались мировым сообществом. Одна из них прошла за несколько дней до закрытия границ Европы. Так, конференция Ideas Lab под названием «"Черные лебеди": в поисках закономерностей непредвиденных событий» проходила в Брюсселе (там расположена штаб-квартира Евросоюза). Участниками конференции были видные ученые, лидеры мнений, политики, экономисты [1]. Автор метафоры «черный лебедь» Нассим Николас Талеб (1960 г. р.) занимается изучением влияния непрогнозируемых событий на мировую экономику. Ему принадлежат работы, ставшие бестселлерами: «Черный Лебедь», «Антихрупкость», «Рискуя собственной шкурой. Скрытая асимметрия повседневной жизни». Метафора «черный лебедь», созданная Н. Н. Талебом, обозначает редкое непрогнозируемое событие с колоссальными последствиями. На форуме Synergy, переместившемся в онлайн и идущем на постоянной основе, заявил с присущим ему остроумием: «...ковид-19 — самый обычный "лебедь", а любая бабушка разбирается в рисках больше, чем ученые-теоретики» [15]. В этой связи обратим внимание на статью, опубликованную в журнале Nature Medicine (2015) коллективом из 15 авторов под названием A SARS-like cluster of circulating bat coronaviruses shows potential for human emergence [42]. В статье шла речь о том, что атипичная группа циркулирующих коронавирусов летучих мышей демонстрирует потенциал для появления у человека. Так что рассуждения Н. Н. Талеба о коронавирусе COVID-19 как о самом обычном «лебеде» имеют под собой достаточные основания.

В продолжение рассмотрения вопроса о подходах к решению проблем в ситуациях неопределенности обратимся к информации о страховке турнира Большого шлема в Уимблдоне [10]. Нас этот факт интересует с двух точек зрения. Первая: турнир с 2003 г. (со вспышки атипичной пневмонии, эпидемии SARS) стали страховать на случай отмены из-за глобальной эпидемии. Вторая — политическая сатира, порожденная фактом этой страховки и пандемией коронавируса. Одна из популярных шуток такая: «Значит, теннисный турнир подготовился к пандемии лучше, чем правительство США?»

Актуальность соблюдения правил личной гигиены при коронавирусе в числе прочего предписывает: не пожимать руки; не целоваться, чтобы приветствовать людей. Поскольку традиция целоваться при встрече восходит корнями к Древнему Риму и к этим же традициям восходит этикет многих стран современной Европы, сформировались определенные стереотипы поведения. В ряде европейских стран этот вопрос обсуждался на уровне правительств. Руководитель Службы гражданской обороны страны, спецуполномоченный правительства Италии по коронавирусу Анджело Боррелли высказал свое мнение: «...через поцелуи эта зараза может расползтись по стране еще быстрее, поэтому хорошо бы итальянцам свои чувства попридержать».

Министр здравоохранения Франции Оливье Веран также настоятельно рекомендовал землякам не целовать друг друга в обе щеки и не следовать давней традиционной форме проявления уважения, начала разговора, при встрече не пожимать руку и не обниматься. «Психологическое воздействие эпидемии и карантина не выдумка», — подчеркнул министр здравоохранения Оливье Веран, отметив, что тревожность населения значительно возросла с конца августа [34]. Надо заметить, что в Милане на Неделе моды есть давняя традиция при встрече обмениваться поцелуями в

обе щеки. В ситуации пандемии коронавируса ритуал трансформировался: двумя пальцами касаются щек, а губы вытягивают в «куриную гузку» — этот новый ритуал получил название «коронапоцелуй». Коронапоцелуй — еще один неологизм, возникший в связи с пандемией коронавируса. Так, «Москва.ру» опубликовала два десятка неологизмов, возникших благодаря COVID-19. В числе таковых, например: ковидарий (больница, которую выделили под прием людей, больных пневмонией); ковидор (место, где лежат больные коронавирусом, которым не хватило палат); коронарка (разговорное сокращение «коронавирусной инфекции»). На рис. 1 изображена мотивационная картинка в период пандемии и самоизоляции.

**КАРТИНКА, КОТОРУЮ РАСПРОСТРАНЯЮТ
ИТАЛЬЯНЦЫ, ПРИЗЫВАЯ ЛЮДЕЙ К
КАРАНТИНУ И САМОИЗОЛЯЦИИ.
«РЕШЕНИЕ ОДНОГО – МОЖЕТ СПАСТИ
ВСЕХ ОСТАЛЬНЫХ».**

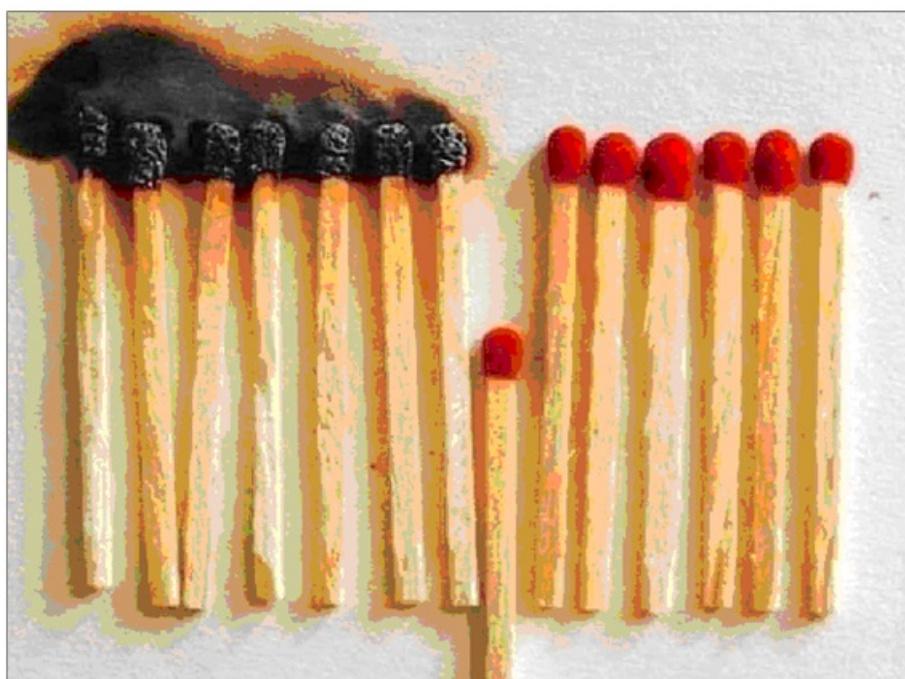


Рис. 1. Мотивационная картинка в период пандемии и самоизоляции¹

Обратимся к тематике проблем, представленных на VII Международной научно-практической конференции «Медицинская (клиническая) психология: исторические традиции и современная практика» (проходившей в начале декабря 2020 под эгидой Ярославского государственного медицинского университета) в связи с пандемией коронавируса. Так, доклад Конти М. (Милан, Италия) сосредоточен на проблемах пандемии и психотерапии как аналитических наблюдениях и комментариях о проявлении новых симптомов у пациентов в частной практике. В докладе Куфтык Е. В. (Москва, Россия) и Бехтер А. А. (Хабаровск, Россия) анализировали вопросы, связанные со стрессом и проактивным совладающим поведением в период пандемии COVID-19 по данным онлайн-опроса. Детальный анализ клинических и психотерапевтических аспектов

¹ <http://ursa-tm.ru/forum/index.php?/topic/366174-gostinaya-432/&page=2>
(дата обращения 24.10.2020).

пограничных социально-стрессовых расстройств, обусловленных пандемией коронавирусной инфекции, представлен в докладе Селезнева С. Б. (Анапа, Россия). Психологические проблемы клинических психологов — студентов старших курсов в условиях пандемии коронавирусной инфекции представлены в докладе Рождественского В. И. (Санкт-Петербург, Россия). Опыт работы психологической службы психоневрологического диспансера в условиях пандемии освещался в докладе Ларских М. В. (Воронеж, Россия). Отношение медицинских работников и жителей города Иваново к ограничительным мероприятиям в связи с возникновением пандемии COVID-19 анализировали Худяков А. В., Морозова А. С., Шуненков Д. А. (Иваново, Россия). Психологические ресурсы выживания в кризисе представлены в докладе Соловьевой С. Л. (Санкт-Петербург, Россия). Оказание психологической помощи населению в ситуации пандемии COVID-19 проанализировано в докладе Ковшовой О. С. и Светкиной А. А. (Самара, Россия). Позитивная динамическая психотерапия семейных конфликтов при пандемии COVID-19 — тема обстоятельного доклада Воищевой Н. М. (Санкт-Петербург, Россия).

Таким образом, пандемия коронавируса выявила значительное количество проблем, и специалисты и ученые предлагают различные пути решения этих проблем.



Рис. 2. Обсуждение важного вопроса героями фильма «Иван Васильевич меняет профессию» (комедия, реж. Л. Гайдай, 1973 г.)²

На рис. 2 используется прием остроумия — иронии в форме миловидного притворства (хариентизм (греч.) — приятное, миловидное притворство).

² <https://abzac.news/ru/spory-vokrug-epidemyu-koronavyrusa-vysmeyaly-metkoj-fotozhaboj/> (дата обращения 14.09.2020).

Постановка проблемы

Проблема копинг-стратегий является востребованной в современной психологии. Анализируются такие вопросы, как: общие вопросы современной психологии (А. А. Будницкий, Е. В. Левкова, 2014); адаптивные копинг-стратегии в связи с эффективным функционированием индивида (Н. А. Аручиди, 2012); копинг-стратегии при разном уровне коммуникативной активности (С. А. Васюра, Я. П. Коробейникова, 2013) [3; 5; 8].

Решая поставленную проблему о специфике когнитивных механизмов юмора как копинг-стратегий в Internet в период пандемии COVID-19 и самоизоляции обратимся к современным исследованиям юмора. Так, например, Мартин Р. отмечает, что юмор способствует уменьшению негативных эмоций и позволяет наслаждаться позитивными эмоциями, способствуя установлению близких, значимых отношений с другими [19].

Мартин Р. выделяет в своем тесте четыре стиля юмора: аффилиативный (поддерживающий, направленный на других); самоподдерживающий (поддерживающий, направленный на себя); агрессивный юмор (деструктивный, направленный на других); самоуничижительный стиль (деструктивный, направленный на себя). Для решения проблемы копинг-стратегий наиболее продуктивными стилями реагирования признаются аффилиативный и самоподдерживающий. В исследованиях Мартина Р. подчеркивается, что самоподдерживающий юмор подразумевает оптимистичный взгляд на жизнь в целом и перед трудностями и проблемами, являясь регулятором эмоций и механизмом совладания со стрессом. Мартин Р. отмечает, что по сравнению с аффилиативным юмором самоподдерживающий выполняет в первую очередь самоподдерживающую функцию.

В работе «Юмор как ресурс совладающего поведения» Хазова С. А. отмечает важную для нас мысль, что юмор, вызывающий смех у других, процесс генерации и восприятия смешного стимула, приводит к эмоциональной реакции наслаждения [35]. Обратим внимание на исследование копинг-юмора при наличии социальной тревожности, переживании вины и стыда при шизофрении, проведенное Григорьевой И. В., Стефаненко Е. А., Ивановой Е. М., Олейчиком И. В., Ениклоповым С. Н. (2015) [31]. Возможности совладания юмором исследует Артемьева Т. В. (2011). Исследование юмора в профессиональной деятельности медицинских работников представлено в работах Стреленко А. А. и Киселевой М. М. (2019), Мусийчук М. В., Мусийчук С. В. (2013) [25; 32].

В некоторых исследованиях рассматриваются вопросы копинг-стратегий и чувства юмора в зависимости от возраста. Так, копинг-стратегии и чувство юмора у молодежи исследуют Ливинцев А. П. и Зинченко Е. В. (2015) [18]. Рассматривая активные ингредиенты в юморе, Berk R. выделяет психофизиологические преимущества и риски для пожилых людей [43]. Всеобъемлющую философию юмора анализирует Morreall J. (2009) [46]. Порядок когнитивной обработки в оценке юмора описан в исследованиях Shultz T. R. [52]. Полный и подробный анализ семантических механизмов юмора проделал Raskin V. (1984) [50]. Когнитивные механизмы юмора рассматривают Veale T., Feyaerts K., Bron G. (2006) [53].

В процессе философско-методологического анализа когнитивных механизмов юмора Мусийчук М. В. приходит к выводу о гносеологических основаниях четырех механизмов юмора: коммуникативном, креативном [48], аксиологическом (передача социального опыта в юмористической форме), гелозоическом [26]. На основе гелозоического механизма юмора целесообразно выделить группы оснований изменения модально-оценочной направленности. К этим группам, преимущественно аффективной природы, относятся возникновение эмоционального отстранения; установочная регуляция поведения, основанная на способности юмора производить подъем эмоций; ослабление напряжения через придание юмористической формы содержанию [23; 47].



Рис. 3. Размышления о состоянии счастья героями мультфильма «Винни Пух и все-все-все»³

На рис. 3 комическое реализовано через прием остроумия — иронию в форме иронии Вольтера (греч. *egoneia* — притворство; сосредоточена на общественной жизни, бичует пороки, разоблачает нелепость с логической стороны). И прием остроумия — намек на известное всем мнение во время пандемии о том, что заболевание может протекать бессимптомно.

Методологические основания и методы исследования

Методологическими основаниями исследования выступает культурно-историческая концепция Выготского Л. С. Обратимся к мыслям Леонтьева А. Н., изложенным в предисловии к «Психологии искусства» Выготского Л. С. «Конечно, искусство "работает" с человеческими чувствами, и художественное произведение воплощает в себе эту работу. Чувства, эмоции, страсти входят в содержание произведения искусства, однако в нем они преобразуются. Подобно тому, как художественный прием создает метаморфоз материала произведения, он создает и метаморфоз чувств. Смысл этого метаморфоза чувств состоит, по мысли Выготского, в том, что они возвышаются над индивидуальными чувствами, обобщаются и становятся общественными» [9].

Также значимы мысли Хейзинги Й. об игровом компоненте в культуре. Функции и стратегии игр реализуются по-разному: «...в формах высокоразвитой культуры... игровой инстинкт может... проявиться в полную силу, вовлекая как отдельную личность, так и

³ <https://kolibri.press/85122> (дата обращения 22.12.2020).

массы» [36]. Юмор в своей основе — игра. Вместе с тем отметим значение идей Додонова Б. И. об эмоциональной направленности личности как специфической для каждого человека потребности в эмоциональных переживаниях, что показывает, что человек проявляется как личность прежде всего в активной, мировоззренчески и эмоционально направленной деятельности [14]. Когнитивно-аффективные механизмы юмора, такие как коммуникативный, гелозоический (оптимизации психофизиологического состояния), креативный, аксиологический (передачи культурно-исторического опыта) в полной мере соответствуют пониманию Додоновым Б. И. эмоций как ценности.

Важным методологическим основанием вместе с тем является провокативная терапия Фаррелли Ф., основанная на глубоком доверии к терапевту и опоре на юмор. Джеффри М. Брандсма напишет 26 августа 1973 года во втором предисловии к книге «Провокационная терапия»: «Мы стремились, чтобы она была в меру провокационной и волнующей, но прежде всего внушающей надежду... Провокационная терапия способствует выявлению социологических, межличностных отношений, каждодневных проблем, а также реалий существующего общества» [33].

Основным методом является метод описательного контент-анализа.

Результаты и их обсуждение

Надо подчеркнуть, что креативный механизм юмора реализуется во всех творческих продуктах, приведенных в данной статье как примеры юмора на темы пандемии коронавируса и самоизоляции в сети Internet. Анализ юмористических продуктов творчества осуществляется на основе выявления приема остроумия, реализованного при создании комического эффекта, а также преобладания того или иного механизма юмора в содержании шутки. Остроумие и креативность связывает в своих рассуждениях Иванова Т. В. (2002) [16]. Юмор как форма социального бытия, обладающая креативной природой, исследуется Рахманкуловой С. А. (2011) [28]. Автором проведено эмпирическое исследование взаимосвязи юмора с социально-психологической адаптацией личности. В основе юмора — игра. Исследуя природу игрового поведения, В. М. Розин отмечает, что «игра как объект изучения размещена в пространстве, координаты которого задаются психологией, социологией, культурологией и семиотикой» [29].

Кроме того, система метафорических моделей в дискурсе СМИ служит своеобразным индикатором состояния общественного сознания, в ней отражается мировидение действительности участниками коммуникации, независимо от их желаний и интенций самосознания, по мнению Чудинова А. П. [37]. И как совершенно справедливо полагает автор, анализ метафорических образов — это способ изучения ментальных процессов и постижения индивидуального, группового и национального самосознания. Полагаем, что данная сентенция в полном объеме может быть экстраполирована на дискурс юмористических фрагментов творчества в сети Internet в период пандемии и самоизоляции.

Отметим, что в период самоизоляции креативность проявлялась не только в деятельности отдельных личностей. Были и коллективные: отметим проект «Оркестр на карантине». Так, например, Симфонический оркестр Мариинского театра, находясь на самоизоляции, в режиме видеоконференции сыграл шестую часть оркестровой сюиты Георгия Свиридова «Время, вперед!» На записи видно, что некоторым оркестрантам составили компанию дети, близкие и домашние животные. Музыканты опубликовали видеозапись «Оркестр на карантине». Руководитель театра Валерий Гергиев во вступительном слове, записанном для видео, отметил: «Музыканты Мариинского театра давно не собирались вместе. Мы с 18 марта не выступали вместе как коллектив. Но, как и многие их коллеги, они нашли возможность сделать немножко легкую и даже, может быть, забавную сценку, сыграв вместе произведение известнейшего русского композитора Георгия Свиридова «Время, вперед!» — сказал Гергиев. «Я только хочу

попросить время идти как можно скорее, чтобы мы все вернулись, как и все наши коллеги в мире, к своей любимой работе», — подчеркнул дирижер» [11].

И музыкантам, и художникам (впрочем, и не только им) свойственно проявление мудрости в остроумной форме [24].

В социальной сети ВК в группе «Я деревенская» представлена песня «Самоизоляция» [41], сопровождаемая призывом: «Поём всей страной». Мелодия Булата Окуджавы «Нам нужна одна победа». Приведем куплет и припев этой песни.

Здесь песни не поют, доходы не растут,
И только мы плечо к плечу в диван врастаем тут!
Всё так же крутится планета, а мы в квартирах все сидим,
Над вирусом нужна победа,
Одна на всех — мы за ценой не постоим!
Одна на всех — мы за ценой не постоим!

Припев:

Нас месяц ждёт бездельный, прогулка только на балкон.
Сомненья прочь, уходит в ноль последний
Накопленный годами миллион.

После песни авторская ремарка: «Надеюсь, Вы улыбнулись!» И в песне, и в ремарке реализуются когнитивные механизмы юмора: коммуникативный (призыв: «Поём всей страной!», «Над вирусом нужна победа, Одна на всех — мы за ценой не постоим!»); креативный (создание текста с ироническим содержанием, точнее с самоиронией); гелозоический (текст песни улучшает психофизиологическое состояние); аксиологический («Нам нужна одна победа» (также «Здесь птицы не поют», или «Десятый наш десантный батальон», — песня Булата Шавовича Окуджавы, написанная для художественного фильма Андрея Смирнова «Белорусский вокзал» (1970)). «Задача, поставленная создателями картины, была непростой: они предполагали, что песня будет нести в себе основное смысловое наполнение эпилога, а потому в ней должны сочетаться трагический и победный накал» [6]. В ситуации коронавируса и самоизоляции прототип песни явился неслучайным выбором. Выбор определил «трагический и победный накал».

«Учим песню для хорового пения в новогоднюю ночь», предлагает Андрей Смирнов [30]. Приводим слова песни полностью, поскольку в данной песне отражены различные аспекты ситуации с COVID-19.

В лесу родилась ёлочка,
В лесу она росла,
Но в самоизоляцию
Она сейчас ушла.

Ковидный зайка серенький
Под ёлочкой скакал.
Порою волк, контактный волк,
Чихая, пробегал.

Метель ей пела песенку:
«Смотри, не захворай
И лапы санитайзером
Почаще протирай».

Пришёл однажды к ёлочке
Без маски Дед Мороз,
Она его иголкой
Кольнула в красный нос.

Чу, снег по лесу частому
Под полозом скрипит,
Везут для нашей ёлочки
Вакцину от КОВИД.

И вот она, нарядная,
На праздник к нам пришла
И дарит всем полезные
Эфирные масла.

Песенка вызывает заразительный смех. «Заразительный смех: смех является достаточным стимулом для смеха и улыбки» [49].

В российском Министерстве иностранных дел пошутили в ответ на письмо посла США в Москве Джона Салливана, адресованного Санта-Клаусу. Посол уверяет в письме, что весь год вел себя хорошо. В частности: «Носил маску и соблюдал дистанцию». В качестве подарка просит у Санта-Клауса новую хоккейную клюшку, вакцину от COVID-19 и беговые кроссовки. Сотрудники посольства отмечают, что чувство юмора «как никогда необходимо в этом трудном году». При этом представители дипмиссии опубликовали в Facebook фотографии, на одной из них — ёлка, украшенная масками и дезинфицирующими средствами для рук. МИД России в Twitter прокомментировало обращение Салливана. «Уважаемый посол, Санта осуществил вашу мечту о вакцинации? Если нет, то у нашего Деда Мороза есть для вас подарок: вакцина "Спутник V" одобрена для применения людьми старше 60 лет», — говорится в записи [20].

ВСЕ БУДЕТ ХОРОШО! НО ЭТО НЕ ТОЧНО



Рис. 4. «Все будет хорошо»⁴

⁴ <https://pressa.tv/comics/109324-memy-i-smeshnye-kartinki.html>
(дата обращения 06.01.2021).

На рис. 4 «Все будет хорошо» комический эффект достигается за счет приема остроумия «намек». В изображении 2020 г. число «0» заменено масками. В 2021 г. также маска вместо числа «0» и «1» стилизована под шприц с вакциной.

Буква V в названии российской вакцины против COVID-19 «Спутник V» означает победу над коронавирусной инфекцией. Об этом заявил глава Российского фонда прямых инвестиций Кирилл Дмитриев. «V в названии вакцины означает победу (от англ. Victory)». Вакцину «Спутник V» разработал Научный центра им. Н. Ф. Гамалеи [12].

В рассматриваемом ракурсе творчество пользователей Internet в полной мере отражает игровую природу юмора. Всю совокупность проявлений феномена игры в общении Шейгал Е. И., Иванова Ю. М. предлагают рассматривать в качестве особого вида дискурса — игрового дискурса, обладающего набором специфических черт [38]. Авторы отмечают, что игровой дискурс характеризуется такими признаками, как неутилитарный характер общения, двуплановость, гедонистический характер, преобладание положительной эмотивности и др.

Роль прототипических ситуаций выражения эмоций в вербализации семантики эмоций исследуется Горбуновой Т. В., Семковой А. В. (2018). Авторы пишут: «...любая эмоция вызывается посредством какого-либо события или какой-то информации, следовательно, одним из параметров будет наличие неожиданной ситуации/новой информации и наличие наблюдателя, на которого воздействует событие/информация, вызывая ту или иную эмоцию» [13].

Яркий пример прототипической ситуации в период пандемии коронавируса и самоизоляции, породившей многочисленные отклики в Internet, — шутка про хозяйку четырех разноцветных котов — Наташу. Смотрящие в камеру домашние питомцы спящей Наташи излагали фразу-призыв: «Наташ, вставай, мы все уронили!» Данная фотоистория стала одним из самых популярных мемов весны 2020 года. В декабре 2019 года это была история, опубликованная в паблике «Котизм». Коты все роняют, чтобы разбудить хозяина и получить еду. В 2020 году у фразы «Мы все уронили» появились новые смыслы. «Наташины коты» стали ронять цены на нефть, обваливать рубль, обнулять время и даже сообщать о печенеггах.

На рис. 5 изображен прием остроумия, реализованный в данном креализованном тексте, — намек в форме аллюзии (франц. *allusion* — намек от лат. *alludere* — подшучивать, намекать, лат. *allusio* — шутка, намек на реальный политический, исторический или литературный факт, который предполагается общеизвестным). В данном примере — на ограничения, введенные в период самоизоляции.



Рис. 5. Коты осмысливают ограничения и штрафы в период самоизоляции ⁵

⁵ <https://esquire.ru/articles/172123-natash-vstavay-my-uronili-voobshche-vse-na-fone-poslednih-sobytiy-v-seti-obrel-populyarnost-novyy-mem-s-kotami/> (дата обращения 06.01.2021).



Рис. 6. Коты сообщают Наташе, о том, что их нет ⁶

На рис. 6 изображен прием остроумия, на котором построена шутка креализованного текста: доведение до абсурда в форме софизма (греч. *sophistes* — мудрец; рассуждение, кажущееся формально совершенно безупречным, но содержащее на самом деле ошибку, в результате чего конечный вывод оказывается абсурдным).

Комические креализованные тексты в интернет-коммуникациях исследовала Щурина Ю. (2010) [40]. Креализованные тексты на тему самоизоляции и пандемии создавались и получали широкое сопровождение не только на основе мемов про Наташу и котов, а также через сопровождение кадров из популярных художественных фильмов.

Рассмотрим пример создания креализованного текста на основе кадра из художественного фильма «Джентльмены удачи» (рис. 9).

В анализируемых комических креализованных текстах воплощаются такие механизмы юмора, как креативный, коммуникативный, гелозоический. Особо считаем важным выделить

аксиологический механизм юмора, проведем параллель между креализованными текстами и карикатурой через фильмы как культурные символы нации. «Культурно-исторические символы в форме карикатуры актуализируют аксиологическую сферу личности через потребность в защите позитивной социальной идентичности, переживании коллективных эмоций на основе социокультурной детерминации исторической памяти» [27].

Взаимосвязь остроумия и креативности исследуется в работах Ивановой Т. В. (2002) [16]. Одним из ярких воплощений креативности является метафора.

Отметим, что метафора также входит в перечень из 12 приемов остроумия [22]. Метафорический перенос в процессе конструирования и реализации в сфере массовой коммуникации речевых жанров, относимых к сфере комического, анализирует Щурина Ю. В. [39]. Автор исследует специфические черты и механизмы возникновения комической метафоры в медийном дискурсе на типах комических речевых жанров малого объема.

⁶ <https://esquire.ru/articles/172123-natash-vstavay-my-uronili-voobshche-vse-na-fone-poslednih-sobytiy-v-seti-obrel-populyarnost-novyy-mem-s-kotami/> (дата обращения 06.01.2021).

Рассмотрим прием метафорических переносов в связи с вирусом потенциала возврата к моде Викторианской эпохи (рис. 7). Как совершенно справедливо подмечает Арутюнова Н. Д. (1990), основное назначение метафоры состоит не в том, чтобы сообщить информацию, а в том, чтобы вызвать представление о ней [2]. Прием остроумия в данном примере — разворачивание метафоры. Предполагает оперирование метафорическим выражением без учета его фигурального характера, то есть так, как если бы метафора имела прямое значение.

Вирус – неплохая возможность вернуться к моде Викторианской эпохи и её манере поведения в обществе:

- Кивки и поклоны вместо рукопожатий.
- Снобизм и чопорность в общении с малознакомыми людьми.
- Перчатки как обязательный предмет гардероба.
- Надушенный носовой платок, которым можно элегантно прикрывать дыхательные пути во время прогулки.
- Трость, которой можно при необходимости указать дистанцию собеседнику.



Рис. 7. Вирус как повод вернуться к моде Викторианской эпохи и манере поведения в обществе ⁷

⁷ [https:// hr-portal.ru/blog/moda-viktorianskoy-epohi](https://hr-portal.ru/blog/moda-viktorianskoy-epohi) (дата обращения 15.09.2020).

Аналогичный прием остроумия «разворачивание метафоры» реализован и в креализованном тексте на рис. 8.



Рис. 8. Если Вы вышли без маски. И вдруг...
Кадр из фильма «Белое солнце пустыни» (реж. В. Мотыль, 1969) ⁸

Фильм о приключениях красноармейца Федора Ивановича Сухова, спасающего женщин из гарема бандита Абдуллы в годы гражданской войны. Креализованный текст реализует комический эффект на основе приема остроумия «сравнение в форме оценки по неявному, случайному или несущественному признаку».

⁸ <https://idaprikol.ru/picture/esli-vy-sli-bez-maski-i-vdrug-policiya-ivIoID4c7>
(дата обращения 06.01.2021).

**Ты туда не ходи...
и сюда не ходи...
ты вообще не ходи...**



**ТЫ ДОМА СИДИ...
а то зараза дом принесёшь,
совсем плохо будет.**

Рис. 9. «Джентльмены удачи». Василий Алибабаевич ⁹

Герой фильма на рис. 9 «Джентльмены удачи» Василий Алибабаевич (актер Р. Муратов) дает рекомендации по маршрутизации. Фильм снят на киностудии «Мосфильм» (1971) режиссером А. Серым.

Комический эффект в данном креализованном тексте реализован через прием остроумия «ирония в форме мимезиса» (греч. — *mimos* — подражатель. Подражание, но подражание насмешливое, посредством телодвижения и голоса). В рассматриваемом примере — подражание манере речи персонажа фильма Василия Алибабаевича.

⁹ <https://calis.delfi.lv/forums/tema/18413399-c-19-vieta-tvaika-nolaisanai-welcometi-visit-visi/52/> (дата обращения: 12.11.2020).



**Кто-то мечтал вернуть всех гастарбайтеров домой.
Кто-то мечтал не ходить в школу.
Кто-то мечтал работать дома.
Кто-то мечтал, чтобы не было на дорогах убогих маршруток.
Кто-то мечтал ехать в полупустых троллейбусах.
Кто-то мечтал о том, чтобы самолёты не оставляли углеродный след.
Кто-то мечтал увидеть площадь Святого Марка без туристов.**

"Будьте осторожны со своими желаниями – они имеют свойство сбываться."

– Мастер и Маргарита (М.А. Булгаков)

Рис. 10. Кадр из российского телесериала «Мастер и Маргарита»¹⁰

К беседе на Патриарших прудах (рис. 10). Кадр из российского телесериала «Мастер и Маргарита» по одноименному роману Михаила Булгакова режиссера В. Бортко. Кратко о сцене в кадре. В Москве в 1935 г. появляется Воланд, сам сатана, со свитой. Воланда интересуют новые люди в условиях общества, создаваемого независимо от религиозного сознания. Он встречает на Патриарших прудах литератора, председателя МАССОЛИТа Берлиоза и поэта Бездомного, беседующих о неудачной попытке поэта изобразить Иисуса. «Будьте осторожны со своими желаниями — они имеют свойство сбываться». Эту фразу Воланд относит к Маргарите в главе 24 «Извлечение Мастера». Прием остроумия, создающий комический эффект в данном креализованном тексте, — ирония в форме учтивой насмешки (астеизм — греч. *asteismos*, букв. «столичность», перен. «остроумие». В широком значении — любая элегантная шутка вообще).

¹⁰ <https://idaprikol.ru/picture/kto-to-mectal-vernut-vsex-gastarbaiterov-domoi-kto-to-mectal-T3x6oDMY7> (дата обращения 06.01.2021).

Взаимосвязь между аффективными и когнитивными факторами в юморе отмечают в своих исследованиях Wicker F., Thorelli I. M., Barron W. L. (1981) [51]. Использование юмора в систематической десенсибилизации для уменьшения страха описано в исследовании Ventis W. L., Higbee G., Murdock S. A. (2001) [54].

Переходя к осмыслению приема остроумия «парадокс» как наиболее концентрированного выражения несообразности в юморе, обратимся к мнению Clark M., выраженному в работе «Юмор и несообразность» [44]. Рассуждения автора, которые мы полностью поддерживаем, сводятся к следующему: «В случае нахождения чего-то остроумного любая процедура кажется доступной: это не просто наслаждение, но интеллектуальное наслаждение, наслаждение, требующее некоторого упражнения интеллекта. Опять же, если что-то оказывается остроумным, то оно оказывается слегка несообразным. В своих исследованиях Мусийчук М. В. выявила, что приемы остроумия и механизмы построения парадоксальных задач тождественны» [21].

Коронавирус Шрёдингера

В общем-то, об этом вирусе известно мне следующее уже точно:

1. Из дома выходить нельзя, но если нужно – можно.
2. Маски вообще не помогают – но их обязательно носить.
3. Магазины закрыты, но можно открывать, если нужно.
4. В больницы не идти с этим, но если нужно – то идти.
5. Этот вирус смертельный, но в принципе не страшный.
6. Перчатки не помогут, но перчатки нужны.
7. Все остаются дома и все гуляют.
8. Еды в суперках полно, но еды в суперках не хватает.
9. На детей не действует, но дети в зоне опасности.
10. Оборудования не хватает, но оборудования достаточно.
11. Есть много симптомов того, что ты болеешь, но вообще переболевают без симптомов.
12. Чтоб не болеть – нужно тренироваться, но в спортцентры нельзя.
13. Лучше всего гулять по воздуху, на воздух – особенно в парки нельзя.
14. Толстые в зоне риска, но лучше сидеть дома и жрать, чем по воздуху...

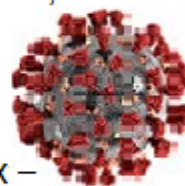


Рис. 11. Коронавирус Шрёдингера ¹¹

В списке из 14 парадоксальных сентенций представлены парадоксы (рис. 11). Прием остроумия «парадокс» реализован через соединение несоединяемых по семантике слов (катахрезу (греч. *katachresis*) — соединение противоречивых или несовместимых понятий).

¹¹ https://73online.ru/r/koronavirus_riteylery_zamorozyat_ceny_na_ris_i_tushenku_a_medikov_pooshryat_zh_peregruzku-76769

Когнитивные аспекты процесса юмора как понятие несоответствия анализирует Forabosco G. (1992) [45].

Дезинфекция Перикла, который умер от чумы в 429 году до нашей эры



Рис. 12. Дезинфекция Перикла ¹²

¹² https://twitter.com/atheist_blog_vk/status/1247277316545425418/photo/1
(дата обращения 22.12.2020).

Прием остроумия (рис. 12) в креализованном тексте с Периклом — ирония в форме жестокой насмешки — сарказма (греч. *sarkasmos* от *sarkazo*, букв. «рву мясо». Язвительная, очень злая, жестокая насмешка, основанная на усиленном контрасте выражаемого и подразумеваемого. Усиливается немедленным намеренным обнажением подразумеваемого).

Исследователи отмечают увеличение роста так называемых «каламбурных» анекдотов, то есть анекдотов, построенных на языковой игре [4]. Архипова А. С. (2007) отмечает, что для русского языка самый частотный тип каламбуров — каламбуры, образованные за счет простой омонимии или полисемии. Пандемия также породила свои анекдоты, иногда в форме загадок.

- Как называется варенье без вкуса и запаха?
- Ковидло.

Продолжаются исследования структуры комического на примере анекдотов, каламбуров, шаржей, пародий, шуток, комических историй [17].



Рис. 13. Взаимосвязь маски и бессмертия в пандемию ¹³

Прием остроумия, представленный в данной шутке на рис. 13, — смешение стилей, или «совмещение планов» в форме псевдоглубокомыслия с иронической отсылкой к китайской народной мудрости.

В креализованном тексте на рис. 14 комический эффект возникает на основе реализации приема остроумия «ирония в форме сарказма» (жестокой насмешки).

¹³ <https://www.rosbalt.ru/like/2020/09/30/1865952.html> (дата обращения: 12.12.2020).

ВЫ ТАК БОИТЕСЬ ПОТЕРЯТЬ ВКУС ИЗ-ЗА КОРОНЫ, КАК БУДТО ОН У ВАС КОГДА-ТО БЫЛ



Рис. 14. Нельзя потерять то, чего не имел ¹⁴

Кадр из фильма «Джанго освобожденный» (2012, реж. Квентин Тарантино). В кадре актер Леонардо Ди Каприо. Приемы остроумия, создающие комический эффект — намек или точно наведенная цепь ассоциаций и двойное истолкование. Намек реализован в форме улыбки авгуров (знак молчаливого понимания посвященных и насмешки над непосвященными). Двойное истолкование, или каламбур, реализован на игре двух смыслов слова «вкус». Игра смыслов порождается контекстом данного креализованного текста.

Выводы

Таким образом, отметим, что философско-методологический анализ когнитивных механизмов юмора: коммуникативного, креативного, аксиологического (передача социального опыта в юмористической форме), гелозоического (изменение модально-оценочной направленности, преимущественно аффективной природы) позволяет обосновать возникновение эмоционального отстранения; установочную регуляцию

¹⁴ https://pikabu.ru/story/delo_govorit_7833345 (дата обращения 06.01.2021).

поведения, основанную на способности юмора производить подъем эмоций, ослабление напряжения через придание юмористической формы содержанию. Большое значение для реализации копинг-стратегии юмористического содержания имеет форма выражения мысли через приемы остроумия, порождающие положительные эмоции. В результате контент-анализа выявлены использование таких приемов остроумия, как: абсурд, парадокс, ирония, метафора, намек, смешение стилей, сравнение порождающие копинг-стратегии на основе юмора. Тематика проблем, порожденных пандемией и нашедших отражение в копинг-стратегиях пользователей сети: ограничения и штрафы в период самоизоляции, средства индивидуальной защиты, бессистемность протекания заболевания, разработка вакцины и др. Креативность представлена в различных формах: по количеству участников — индивидуальная и коллективная; по форме художественной реализации замысла — креализованные тексты (на известные художественные фильмы и мультфильмы; прототипические ситуации, музыкальные произведения (классические оркестровые и аллюзии на песни); каламбурные анекдоты.

Литература

1. Арсеньев П. Почему эксперты назвали коронавирус "черным лебедем" [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2020/03/23/pochemu-eksperty-nazvali-koronavirus-chernym-lebedem.html> (дата обращения: 25.11.2020).
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5–32.
3. Аручиди Н.А. Адаптивные копинг-стратегии и эффективное функционирование индивида // Академический журнал западной Сибири. – 2012. – № 5. – С. 8–9.
4. Архипова А.С. Штирлиц подвел итоги... Особенности возникновения каламбуров в кинозависимых анекдотах // Логический анализ языка: Языковые механизмы комизма / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Индрик, 2007. – С. 475–498.
5. Будницкий А.А., Левкова Е.А. Копинг-стратегии как проблема современной психологии // Научные труды Sworld. – 2014. – Т. 18, № 1. – С. 10–17.
6. Быков Д.Л. Булат Окуджава. – М.: Молодая гвардия, 2009. – С. 604–605.
7. В Кремле заявили о тревоге и пессимизме в обществе из-за пандемии [Электронный ресурс] // Лента.ru/ – URL: https://lenta.ru/news/2020/11/25/peskov/?utm_source=uxnews&utm_medium=desкто%20p (дата обращения: 25.11.2020).
8. Васюра С.А., Коробейникова Я.П. Копинг-стратегии с разным уровнем коммуникативной активности // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2013. – № 9. – С. 202–208.
9. Выготский (Выгодский) Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский (Выгодский). – «Public Domain», 1922. – С. 6.
10. Гениальность «Уимблдона»: единственные застраховались от пандемии, получают \$140 млн. Но к деталям есть вопросы [Электронный ресурс] // Спорт. – URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/nitkina/2766010.html> (дата обращения: 21.11.2020).
11. Гергиев В. Оркестр на карантине [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gVzW311m1xI> (дата обращения: 25.12.2020).
12. Глава РФПИ объяснил значение буквы V в названии вакцины от COVID-19 [Электронный ресурс] // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5fe4ab5e9a794781021df6da> (дата обращения 06.01.2021).
13. Горбунова Т.В., Семкова А.В. Роль прототипических ситуаций выражения эмоций в вербализации семантики эмоций // Казанская наука. – 2018. – № 5. – С. 52.
14. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. – М.: Политиздат, 1978. – 272 с.

15. Долгошева А. «Ковид – не Черный Лебедь». Нассим Талеб о рисках и коронавирусе [Электронный ресурс] // Санкт-Петербургские ведомости – 2020. – № 111 (6709). – 30.06.2020. – URL: <https://spbvedomosti.ru/news/adaptation/kovid-ne-chernyy-lebed-nassim-taleb-o-riskakh-i-koronaviruse/> (дата обращения: 21.11.2020).
16. Иванова Т.В. Остроумие и креативность // Вопросы психологии. – 2002. – № 1. – С. 76–87.
17. Кошелев А. О структуре комического (анекдот, каламбур, шарж, пародия, шутка, комическая история) // Логический анализ языка: Языковые механизмы комизма / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Индрик, 2007. – С. 278.
18. Ливинцев А.П., Зинченко Е.В. Копинг-стратегии и чувство юмора у молодежи // Личностный ресурс субъекта труда в изменяющейся России: материалы IV Международной научно-практической конференции (08 – 10 октября 2015 г.). Ч. II: Симпозиум «Труд и его субъект в изменяющейся России» / под общ. ред. Т.Н. Банщиковой, В.И. Моросановой, Е.А. Фоминой. – Кисловодск; Москва: ТЭСЭРА, 2015. – С. 100–104.
19. Мартин Р. Психология юмора / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 480 с.
20. МИД пошутил в ответ на письмо посла США Санта-Клаусу [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20201226/santa-1591051794.html> (дата обращения 26.12.2020).
21. Мусийчук М.В. О сходстве приемов остроумия и механизмов построения парадоксальных задач // Вопросы психологии. – 2003. – № 6. – С. 99–105.
22. Мусийчук М.В. Приемы остроумия в схемах и таблицах. Методические указания к спецкурсу «Психология креативности». – Магнитогорск: Магнитогор. гос. университет, 2003.
23. Мусийчук М.В. Профилактика суицидального поведения на основе изменения модально-оценочной направленности средствами черного юмора // Тюменский медицинский журнал. – 2013. – Т. 15, № 3. – С. 55–61.
24. Мусийчук М.В. Проявление мудрости в остроумии художников и музыкантов (контент-анализ биографических анекдотов) // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – Т. 10, № 4. – С. 6.
25. Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Когнитивно-аффективные механизмы юмора как средство оптимизации психического здоровья // Ананьевские чтения – 2013. Психология в здравоохранении. Материалы научной конференции, 22-24 октября 2013 г. / отв. ред. О.Ю. Щелкова. – Скифия-принт, 2013. – С. 357–357.
26. Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Аффективные основания гелозического механизма юмора как средство профилактики синдрома эмоционального выгорания [Электронный ресурс] // Клиническая и медицинская психология: исследования, обучение, практика: электрон. науч. журн. – 2014. – № 4(6). – URL: <http://medpsy.ru/climp> (дата обращения: 22.11.2020).
27. Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Визуальная фиксация эпохи. О военно-политических карикатурах Кукрыниксов (1941–1945) // Социологические исследования. – 2020. – № 9. – С. 48–55. DOI: 10.31857/S013216250009468-7
28. Рахманкулова С.А. Юмор – как форма коммуникации и осмысления жизни // Российский научный журнал. – 2011. – № 4(23). – С. 93–99.
29. Розин В.М. Природа и генезис игры (опыт методологического изучения) // Вопросы философии. – 1999. – № 6. – С. 26–36.
30. Смирнов Андрей [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/sam0172> (дата обращения 06.01.2021).
31. Социальная тревожность, переживания вины и стыда и копинг-юмор при шизофрении / И.В. Григорьева, Е.А. Стефаненко, Е.М. Иванова [и др.] // XVI Съезд психиатров России. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Психиатрия на этапах реформ: проблемы и перспективы». – 2015. – С. 283.
32. Стреленко А.А., Киселёва М.М. Использование юмора в деятельности медицинских работников // Право. Экономика. Психология. – 2019. – № 2(14). – С. 91–96.

33. Фаррелли Ф., Брандсма Д. Провокационная терапия / пер. с англ. Л. Кручининой. – Екатеринбург: Екатеринбург, 1996. – 216 с.
34. France 24: министр здравоохранения Франции заявил о росте депрессии среди населения [Электронный ресурс] // Российская газета. – URL: <https://russian.rt.com/inotv/2020-11-20/France-24-ministr-zdravoohraneniya-Francii> (дата обращения: 20.11.2020).
35. Хазова С.А. Юмор как ресурс совладающего поведения // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – № 3. – С. 177–182.
36. Хейзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры / пер., сост. и вст. ст. Д.В. Сильвестрова. – М.: Прогресс-Традиция, 1997. – С. 62.
37. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. – Екатеринбург, 2001. – С. 12.
38. Шейгал Е.И., Иванова Ю.М. Игровой дискурс: игра как коммуникативное событие // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. – 2008. – Т. 67, № 1. – С. 3–20.
39. Щурина Ю.В. Метафора как источник комического в современном российском медиа-дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2009. – № 4(021). – С. 116–122.
40. Щурина Ю. Комические креолизованные тексты в Интернет-коммуникации // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – 2010. – № 57. – С. 83.
41. Я Деревенская "Ах, вы еще и поёте!" Сочинила песню "Самоизоляция". Поём всей страной [Электронный ресурс]. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/derevenskaya/ah-vy-esce-i-poete-sochinila-pesniu-samoizoliaciia-poem-vsei-stranoi-5e87187093baa44effff0af0> (дата обращения 06.01.2021).
42. A SARS-like cluster of circulating bat coronaviruses shows potential for human emergence / V. Menachery, B. Yount, K. Debbink [et al.] // Nature Medicine. – 2015. – Vol. 21. – P. 1508–1513. doi: 10.1038/nm.3985
43. Berk R.A. The active ingredients in humor: Psychophysiological benefits and risks for older adults // Educational Gerontology. – 2001. – Vol. 27, № 3-4. – P. 323–339. doi: 10.1080/036012701750195021
44. Clark M. Humour and Incongruity // Philosophy. – 1970. – Vol. 45, № 171. – P. 20–32. doi: 10.1017/S003181910000958X
45. Forabosco G. Cognitive Aspects of the Humor Process: The Concept of Incongruity // Humor Research. – 1992. – Vol. 5, № 1-2. – P. 45–68. doi: 10.1515/humr.1992.5.1-2.45
46. Morreall J. Comic Relief: A comprehensive philosophy of humor. – Chichester, United Kingdom: Wiley-Blackwell, 2009. – 202 p.
47. Musiichuk M.V., Gnevek O.V., Musiichuk S.V. Cognitive-affective aspects of humor influence on development of students' innovative abilities // International Conference of Research Paradigms Transformation in Social Sciences (PRTSS). European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. – 2017. – Vol. 35. – P. 972–978.
48. Musiichuk M.V., Gnevek O.V., Musiichuk S.V. Humor as a means for developing student creativity // Espacios. – 2018. – Vol. 39, № 40. – P. 21.
49. Provine R.R. Contagious laughter: Laughter is a sufficient stimulus for laughs and smiles // Bulletin of the Psychonomic Society. – 1992. – Vol. 30, № 1. – P. 1–4. doi: 10.3758/BF03330380
50. Raskin V. Semantic mechanisms of humor. – Dordrecht, Holland: D. Reidel Publishing Company, 1984. – 284 p.
51. Relationships among affective and cognitive factors in humor / F.W. Wicker, I.M. Thorelli, W.L. Barron [et al.] // Journal of Research in Personality. – 1981. – Vol. 15, № 3. – P. 359–370. doi: 10.1016/0092-6566(81)90033-7
52. Shultz T.R. Order of cognitive processing in humour appreciation // Canadian Journal of Psychology. – 1974. – Vol. 28, № 4. – P. 409–420. doi: 10.1037/h0082006

53. Veale T., Feyaerts K., Brön G. The cognitive mechanisms of adversarial humor // *Humor: International Journal of Humor Research*. – 2006. – Vol. 19, № 3. – P. 305–339.

54. Ventis W.L., Higbee G., Murdock S.A. Using Humor in systematic desensitization to reduce fear // *The Journal of General Psychology*. – 2001. – Vol. 128, № 2. – P. 241–253.

Cognitive mechanisms of humor as a coping strategy on the Internet during the covid-19 pandemic and self-isolation

Musiychuk M.V.¹
E-mail: mv-mus@mail.ru

Musiychuk S.V.²
E-mail: sv-mus@mail.ru

¹ *Nosov Magnitogorsk State Technical University*
38 Lenin Ave., Magnitogorsk, 455000, Russia
Phone: +7 (3519) 29-84-02

² *Sochi State University Branch in Anapa, Krasnodar Territory*
69 Chekhov str., Anapa, Krasnodar Territory, 353451, Russia
Phone: +7 (6133) 3-26-09

Abstract. The aim of the study is to identify the specifics of the cognitive mechanisms of humor as coping strategies on the Internet during the covid-19 pandemic and self-isolation. The main one is the method of descriptive content analysis of creativity based on humor on the web. The analysis of humorous products of creativity is carried out on the basis of identifying the technique of wit, implemented when creating a comic effect. Philosophical and methodological analysis of the cognitive mechanisms of humor: communicative, creative, axiological (transfer of social experience in a humorous form) gelozoic (change in modal-evaluative orientation, mainly of an affective nature) allows to justify the emergence of emotional detachment; attitudinal regulation of behavior based on the ability of humor to produce a rise in emotions, relaxation of tension, through giving humorous form to the content. Of great importance is the form of expression of thought through the techniques of wit, which generate positive emotions. As a result of content analysis, such as: absurdity, paradox, irony, metaphor, hint, mixing of styles, comparison of generating coping strategies based on humor were revealed. The topics of the problems generated by the pandemic and reflected in the coping strategies of network users: restrictions and fines during the period of self-isolation, personal protective equipment, the inconsistency of the course of the disease, vaccine development, etc. Creativity is presented in various forms: by the number of private traders — individual and collective; in the form of artistic realization of the idea — creative texts (for well-known feature films and cartoons; prototypical situations, musical works (classical orchestral and allusions to songs); pun jokes. Thus, during a pandemic and self-isolation, humorous products of creativity can be considered a successful coping strategy.

Key words: coping strategies; cognitive-affective mechanisms of humor; humor on the topics of the coronavirus pandemic and self-isolation on the Internet.

For citation

Musiychuk M.V., Musiychuk S.V. Cognitive mechanisms of humor as a coping strategy on the Internet during the covid-19 pandemic and self-isolation. *Med. psihol. Ross.*, 2021, vol. 13, no. 3, p. 1. doi: 10.24412/2219-8245-2021-3-1 [in Russian, abstract in English].