

УДК 398.23+ 159.99

Психология юмора: контент-анализ анекдотов о профессии психолога**Гуляева Анастасия Ивановна**

Старший преподаватель,
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, Иркутск, ул. Ленина, 11;
e-mail: gulyaevaai@mail.ru

Авилова Вероника Анатольевна

Студент,
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, Иркутск, ул. Ленина, 11;
e-mail: nika.school.avi@gmail.com

Алсаева Юлия Гавриловна

Студент,
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, Иркутск, ул. Ленина, 11;
e-mail: uliaalsaeva5@gmail.com

Аннотация

Услуги психолога, психологическая помощь и поддержка в условиях современного мира становятся все более востребованными, в этой связи также повышается и важность имиджа психолога как специалиста, а именно особенности его образа в представлении населения. Однако в общественном сознании данный образ является достаточно размытым и субъективным, что негативно сказывается на формировании представлений о специалистах этой профессии у потенциальных клиентов. В данной статье представлены результаты проведенного контент-анализа юмористических сюжетов (анекдотов), описывающих образ деятельности психолога в глазах общественности. Целью исследования является изучение общих черт данных сюжетов, связанных с деятельностью профессии психологов на предмет выявления особенностей их представления в глазах общественности. По результатам контент-анализа 400 анекдотов были выявлены основные характеристики образа психологов в представлении общества: отсутствие тактичности, своеобразность мышления, выражение «черного юмора» и другие, отражены главные стереотипы данной профессии: излишнее вмешательство в личное пространство клиента, отсутствие профессиональной этики, неадекватность и специфичность поведения, преуменьшение реальных проблем клиента и другие, сформулированы соответствующие рекомендации для практикующих психологов: повышать информационную открытость

работы, осуществлять супервизию, повышать умения и применять различные методики в работе, поддерживать допустимые границы к каждому клиенту.

Для цитирования в научных исследованиях

Гуляева А.И., Авилова В.А., Алсаева Ю.Г. Психология юмора: контент-анализ анекдотов о профессии психолога // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2024. Т. 13. № 4А. С. 9-19.

Ключевые слова

Анекдоты, контент-анализ, психолог, исследование, стереотипы.

Введение

Услуги психолога, психологическая помощь и поддержка в условиях современного мира становятся все более востребованными, в этой связи также повышается и важность имиджа психолога как специалиста, а именно особенности его образа в представлении населения. Однако в общественном сознании данный образ является достаточно размытым и субъективным, что негативно сказывается на формировании представлений о специалистах этой профессии у потенциальных клиентов [Володарская, 2023].

Так, по причине слабой информированности, существования стереотипов и стигматизации этой профессиональной категории, люди либо не торопятся обращаться за помощью, либо продолжают вводить в заблуждение других, каждый преследуя свои цели (ложная смелость; опыт посещения; обычная практика «диванных критиков»).

Таким образом, соответствуя росту запросов практики и в условиях социальной необходимости, повышается важность изучения образа психолога как специалиста в глазах общественности.

Основная часть

Анализируя научные публикации, размещенные в научной электронной библиотеке eLibrary.ru, можно отметить ряд авторов, которые исследуют какие-либо феномены с использованием контент-анализа анекдотов. Самыми цитируемыми работами по данной тематике являются научные работы следующих исследователей: О.В. Щербаковой [Щербакова, 2019], Л.Б. Зубановой [Зубанова, 2012], К.А. Еремеевой [Еремеева, 2013], М.В. Мусийчук, С.В. Мусийчук [Мусийчук, 2021].

Были обнаружены научные работы, описывающие образ определенных социальных групп с помощью контент-анализа анекдотов. Так, можно выделить исследование образа студента в анекдотах, проведенное Ю.А. Давыдовой, А.С. Третьяковым и Д.А. Мирошниченко. Исследователям удалось составить социальный портрет современного российского студента и определить его основные особенности [Давыдова, 2023]. Помимо этого, была обнаружена научная статья, посвященная исследованию профессионально-идентификационные признаков работников строительной отрасли в анекдотах. Е.В. Романова в работе представляет результаты контент-анализа современных российских анекдотов [Романова, 2010]. Тот же подход использует в своем исследовании художников и музыкантов М.В. Мусийчук [Мусийчук, 2019].

Исследователи Н.И. Бобылева и Е.Н. Шовина, используя контент-анализ анекдотов, также опубликовали работу, посвященную исследованию социальных работников [Бобылева, 2015].

Авторы пришли к выводу о том, что, поведение социального работника определяет отношение к ним в глазах общества.

Методы исследования

Объект исследования – анекдоты, содержащие в себе информацию о профессии психолога, размещенные в сети Интернет.

Предмет исследования – особенности образа психолога, встречающиеся в анекдотах.

Цель исследования – изучение общих черт юмористических сюжетов, связанных с деятельностью психологов на предмет выявления особенностей его представления в глазах общественности.

Достижение поставленной цели имеет практическое значение: позволит не только определить особенности образа психолога, но и выявить существующие стереотипы в его отношении, а также сформулировать рекомендации, которые поспособствуют улучшению восприятия данных специалистов.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- Проанализировать анекдоты о профессии психолога.
- Выявить особенности образа психолога в восприятии общественности.
- Определить существующие стереотипы в отношении психологов.
- Сформулировать рекомендации, адресованные специалистам для улучшения их взаимодействия с клиентами.

Данное исследование представляется актуальным по нескольким причинам: повышение интереса со стороны потенциальных клиентов, выявление распространенных стереотипов, которые могут влиять на восприятие специалистов данной профессии, а также определение роли психолога в современных быстро меняющихся условиях.

В качестве метода был выбран контент-анализ, который позволяет изучить содержание текстового материала для выявления количественных и качественных характеристик интересующего явления. Автор научных публикаций Бахматова Т.Г. пишет о применении контент-анализа как вторичного исследования социально-экономических процессов, их результатов, сознания и поведения [Бахматова, 2010, 33]. Этому же посвящена научная работа Лазутиной Г.В., которая изучает экспертный анализ текстов как метод научного исследования [Лазутина, 2016].

Так, например, исследователь Гарбузняк А.Ю. в своей работе использует данный метод для изучения повестки дня новых медиа, применяя качественный и количественный контент анализ, так как именно он дает наиболее глубинные данные [Гарбузняк, 2020].

Соответственно, в исследовании профессии «психолог» был использован количественный и качественный контент-анализ.

В рамках исследования была составлена выборочная совокупность, включающая 400 русскоязычных анекдотов.

Единицы анализа – юмористические сюжеты о психологах, опубликованные в сети Интернет 29.02.2024 года.

Категории анализа включают: различные упоминания психологов, их разновидности, оценка их деятельности и другое.

Единицы счета – юмористические сюжеты, содержащие в себе признаки принадлежности к выделенным категориям.

Результаты исследования

Был составлен классификатор контент-анализа, содержащий в себе категории и подкатегории исследуемых единиц (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Классификатор контент-анализа

Единицы анализа		Количество упоминаний	Процент упоминаний
категории	подкатегории		
Наличие нецензурных слов		25	6,25%
Упоминания того, что психолог – это дорого		42	10,5%
Упоминание сексуальной тематики		58	14,5%
Некомпетентное поведение психолога		183	45,75%
Разновидности психологов	Школьный психолог	1	0,25%
	Семейный психолог	19	4,75%
	Детский психолог	7	1,75%
Представление о психологах	Боязнь психолога	5	1,25%
	Бесполезность психолога	50	12,5%
	Психологи неадекватные	12	3%
	Психолог делает все хуже, чем было	23	5,75%
Сравнение с другими смежными профессиями	Психиатр	11	2,75%
	Психотерапевт	37	9,25%
	Психоаналитик	13	3,25%
	Парапсихолог	3	0,75%
Психолог реально помог решить проблему		17	4,25%
Оскорбления в сторону психолога		22	5,5%

Источник: Составлено авторами на основании анекдотов в сети Интернет

Были выявлены 25 юмористических сюжетов, содержащих в себе ненормативную лексику (6,25%). Можно отметить, что использование матерных ругательств в анекдотах может служить для создания и подчеркивания комического эффекта. Подобные выражения, зачастую, являются неожиданными и даже шокирующими для слушателей, что делает их употребление в юмористических сюжетах особенно эффективным для вызова смеха аудитории, также они способны подчеркнуть некоторые характеристики персонажей анекдотов. Несмотря на это, мы считаем, что использование нецензурной лексики может являться оскорбительным или неприемлемым для некоторых аудиторий. В связи с этим, мы не будем приводить примеры анекдотов данной категории.

Многие исследователи считают использование нецензурной лексики признаком деградации речи и акцентируют на этом внимание. Так, Е.Л. Башманова, исследуя причины и факторы распространения сквернословия, упоминает о существовании науки, которая изучает проблемы языковой и речевой деградации – лингвистической экологии [Башманова, 2010].

Больше десяти процентов проанализированных нами анекдотов выражали мысль о том, что посещение психолога считается чрезмерно дорогостоящим мероприятием (42 анекдота). Их можно условно разделить на три вида:

Первый вид – анекдоты, в которых после озвучивания стоимости консультации у психолога потенциальный клиент смог самостоятельно выйти из трудной жизненной ситуации. Примером этого могут считаться следующие шутки:

«Да, он хороший психолог. Его пациенты, узнав, что за каждое следующее посещение придется платить 200 долларов, легко и непринужденно самостоятельно выходят из

депрессии».

Второй вид – анекдоты, в которых психолог не оправдывает затраченных финансовых ресурсов, в том числе попросту наживается на проблемах своих клиентов. Данные представления являются стереотипом и не соответствуют реальности.

«Боюсь идти к психологу – не хочется за свои 5000 услышать, что я просто ленивый дурак».

* * *

«У кого что болит, то приносит доход психологу».

Третий вид – анекдоты, в которых сами психологи понимают, что консультация является дорогостоящим мероприятием:

«На приеме у психолога:

– Доктор, я – неудачник!

– Человека, способного платить за мои услуги, трудно назвать неудачником».

Довольно часто в юмористических сюжетах наблюдался сексуальный подтекст. Процент упоминания сексуальной тематики составил более 14%. Такой показатель может быть обусловлен теми же причинами, что и использование нецензурной лексики. Включение сексуального подтекста в анекдоты может быть эффективным инструментом вызова смеха у определенных аудиторий через игру слов, двусмысленности или нарушение ожиданий. Авторы научной публикации также считают подобный юмор неприемлемым, в связи с чем примеры анекдотов данной категории не будут продемонстрированы.

Чуть менее половины юмористических сюжетов были посвящены описанию ситуации, в которых психолог демонстрировал некомпетентное поведение (183 шутки, или же 45%). Среди подобных анекдотов были выявлены: игнорирование клиента, употребление ненормативной лексики психологом при разговоре с клиентом и нарушение этических принципов работы психолога:

«Двое психологов встречаются в лифте по окончании очень напряженного трудового дня. Один стоит измотанный, уставший. Другой – спокойный, бодрый, полный энергии. Первый спрашивает:

– Как тебе удастся выглядеть таким свежим после 12 часов общения с пациентами?

– А ты их что, слушаешь, что ли?»

* * *

«Рассказал своему психологу про возникшие мысли о суициде. Теперь он требует предоплату».

Данный показатель может быть обоснован несколькими причинами:

- Существование стереотипов, которые создают негативное восприятие профессии обществом.
- Негативный опыт взаимодействия с психологом в прошлом или же осведомленность о подобных ситуациях.
- Недостаточная информированность общества о работе психолога – многие люди по сей день не имеют представления о работе психолога и его роли в помощи людям.

Все три вышеупомянутые причины могут негативно влиять на образ психолога в глазах людей. В связи с этим важно повышать осведомленность общества о психологии.

Помимо этого, в анекдотах были обнаружены упоминания психологов с различной направленностью деятельности:

– семейный психолог – 19 шуток (4,75% от общего количества);

– детский психолог – 7 шуток (1,75% от общего количества);

– школьный психолог – 1 шутка (0,45% от общего количества).

Выявлено и 50 шуток, подчеркивающих бесполезность психолога, с акцентом на высмеивание стереотипа о психологах, которые, зачастую, в различных ситуациях стараются вывести собеседника на разговор по душам – 50 анекдотов (12,5%):

«Идут как-то по улице два друга: психолог и нормальный человек. Подходят к трамвайной остановке, но трамвай закрывает дверь прямо перед их носом и уезжает. Нормальный: «Вот черт, опять на трамвай опоздали!». Психолог: «Поговори со мной об этом» ...».

Можем отметить, что в данном случае большую роль играет именно стереотипность относительно образа психолога. А именно представление о них как о специалистах, которые «лезут в душу» даже в неподходящий момент.

Отмечены также анекдоты касаясь представления о том, что психологи по большей части неадекватны – 12 анекдотов (3%). Приведем пример:

«– Если у тебя что-то не получается, просто ложись спать и надейся, что умрешь во сне. – Я другого психолога пощу, знаете ли».

Так, нередко, люди представляют психолога, как специалиста, который может вести себя в беседе непрофессионально, даже неадекватно, что описывается в анекдотах о высказывании неприемлемых комментариев. Можем, предположить, что это связано с недостаточным пониманием профессии психолога, его специфики и особенностей работы. А также, возможно в силу того, что психолог при консультировании хочет расположить к себе клиента, расслабить его, выражая свой юмор (или «черный юмор»). Но следует отметить, неадекватное поведение психолога – это исключение, а не правило. Большинство психологов профессионально выполняют свою работу, следуя этическим и профессиональным стандартам и стремясь помочь клиентам в решении их психологических проблем и трудностей.

Выявлены и сюжеты, описывающие ситуации, когда психологи предлагают решение, которые усугубляют положение – 23 анекдота (5,75%):

«Если вы хотите стать больным, несчастным, мучиться неврозами и бессонницей, портить жизнь себе и окружающим, быть неуравновешенным и тревожным – приходите! Вас проконсультирует психолог с 40-летним стажем».

Наблюдаем высмеивание ситуаций, когда клиенты приходят к психологу на консультацию, а выходят уже с комплексом проблем, которые тот ему нашел. Здесь также играет роль существующая стереотипность образа психолога, ведь в реальности психологи стремятся помочь разрешить проблему, а не создать новую. Но не стоит и исключать того, что неквалифицированный психолог может либо навязывать «проблемы» для различных корыстных целей, либо преуменьшать их значимость.

Отметим и шутки о боязни психологов – 5 анекдотов (1,25%).

«– Чего ты боишься?»

– Темноты и психологов...

– Ну, психологов-то понятно! А темноты почему?»

– А мало ли, сколько в ней психологов!?!»

Можем выделить, несколько причин боязни: страх клиента быть осужденным психологом; открыться и оказаться в уязвимом положении, стереотипы профессии, недоверие к методам работы психолога, недостаточная информированность. Все это связано, по большей части как с описанной стереотипностью, так и слабой информированностью, поскольку перед консультацией для клиента вполне обоснованно опасаться неизвестного.

Выделим анекдоты, отражающие сравнительные моменты касательно смежных психологу профессий:

- психотерапевт – 37 анекдотов (9,25%), пример: «Один приятель спрашивает другого: «А если девушка все время хочет укутить парня, к какому врачу лучше записаться – к психологу или психотерапевту?» Другой: «К ветеринару»;
- психиатр – 11 анекдотов (2,75%), пример: «Чем отличается психиатр от психолога? Пациенту, жалующемуся на бессонницу, психиатр выпишет реланиум, а психолог посоветует считать овец»;
- психоаналитик – 13 анекдотов (3,25%), пример: «Психолог – это демо-версия психоаналитика, а психоаналитик – это последнее предупреждение перед психиатром»;
- парапсихолог – 3 анекдота (0,75%), пример: «Интересно, кто сильнее: пара обычных психологов или обычный парапсихолог?».

Все выделенные сюжеты объединены сравнением, путаницей между сферой действия специалистов, что может быть связано с недостаточной осведомленностью о профессии психолога, нечеткостью в понятиях и различиях между этими специальностями.

Стоит также выделить долю анекдотов, отражающих моменты, когда психолог действительно помог решить проблему – 17 анекдотов (4,25%):

«Ой, ты такая довольная в последнее время, вся цветешь! Появился кто-то?.. Да, психолог».

Подобные сюжеты немногочисленны, хотя и подчеркивают, что проделанная работа имеет положительные результаты.

Были выявлены шутки, имеющие явные или неявные оскорбления в сторону психолога – 22 анекдота (5,5%):

«Женщина-психолог лучше разбирается в семейных проблемах, чем психолог-мужчина, а если она бывшая проститутка, то ей вообще нет равных».

Подобные сюжеты, нередко, содержат оскорбления, дискриминацию в сторону психолога или обесценивание его труда, что связано с существующей предвзятостью к профессии, недостаточной осведомленностью, а также и вовсе обычным невежеством, и желанием оскорбить кого-нибудь.

Заключение

Теоретическая часть исследования позволяет сформулировать следующие выводы:

Результаты, полученные в ходе исследования, являются репрезентативными и могут быть полезными для изучения особенностей представителей различных профессий.

Были обнаружены научные публикации, в которых проводится анализ анекдотов о различных социальных явлениях с применением метода контент-анализа. Однако, такие исследования встречаются редко и не вызывают должного интереса у научного сообщества.

Проведение эмпирического исследования позволяет прийти к выводам:

- Были выявлены юмористические сюжеты, включающие ненормативную лексику и затрагивающие сексуальную тематику. Доля анекдотов с данными элементами составила 6,25% и 14,5% соответственно.
- Более 10% анекдотов подчеркивали, что цены на услуги психологов являются излишне высокими и не оправдывают свою стоимость.
- Свыше 45% анекдотов были посвящены факту некомпетентного поведения психолога: игнорирование клиента, употребление ненормативной лексики психологом при разговоре и нарушение этических принципов работы психолога. Выявлены и шутки, описывающие ситуации, когда они предлагают решение, усугубляющие положение

клиента (5,75%). Лишь в 4,25% содержалась мысль о том, что психолог действительно способен помочь.

- Было выявлено 50 юмористических сюжетов (12,5%), подчеркивающих бесполезность психолога. По нашему мнению, такой результат связан с распространенными стереотипами о профессии психолога. В связи с этим, были обнаружены шутки, имеющие в основе явные или неявные оскорбления в сторону психолога – 22 анекдота (5,5%).

Определен перечень стереотипов относительно данной профессии:

- стереотип о том, что психолог не оправдывает затраченных на него финансовых средств и попросту наживается на проблемах своих клиентов;
- стереотип о том, что психологи, в некоторых случаях, могут начать глубокие беседы, вопреки желаниям клиентов, и вмешиваться в их личное пространство;
- представление о психологе, как о неадекватном человеке, которым, он якобы становится из-за постоянного общения с людьми, имеющими психические проблемы;
- стереотипное представление о том, что психологи часто предлагают советы, которые могут усугубить ситуацию или даже создать новые проблемы;
- стереотип о том, что психологи не решают проблемы, а лишь преуменьшают их значимость в глазах клиентов.

Анализ выводов и выявление стереотипов позволяют сформулировать рекомендации для практикующих психологов:

- Повышать информационную открытость своей работы, сохраняя при этом конфиденциальность клиентов. То есть находить равновесие между открытостью информации и защитой личной жизни клиентов.
- Осуществлять супервизию. Подобная деятельность является эффективным инструментом для развития профессиональных навыков и предотвращения профессионального выгорания.
- Постоянно повышать умения и навыки. В современных условиях невозможно оставаться профессионалом, не обновляя свою базу знаний.
- Использовать разнообразные методики работы для обеспечения клиентоцентричного подхода к случаю.
- Поддерживать доверительные отношения и уважение к каждому клиенту, не допуская дискриминации и стигматизации.

Библиография

1. Бахматова Т.Г. Исследовательский потенциал количественного и качественного подходов в социальной работе // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2010. № 5. С. 28-35.
2. Башманова Е.Л. Причины и факторы распространения сквернословия среди учащейся молодежи // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2010. № 2 (14). С. 174-183.
3. Бобылева Н.И. Социальная работа в современных российских анекдотах // Социологические исследования. 2015. № 7 (375). С. 107-116.
4. Володарская Е.А. Психологические характеристики имиджа современного психолога // Человеческий капитал. 2023. № 5 (173). С. 154-166.
5. Гарбузняк А.Ю. Повестка дня новых медиа: подходы к методике исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. № 4. С. 627-641.
6. Давыдова Ю.А. Исследование образа студента в анекдотах // Потенциал интеллектуально одаренной молодежи развитию науки и образования. Астрахань, 2023. С. 367-370.
7. Еремеева Е.А. Изучение советского юмористического дискурса с помощью технологий баз данных: на

- материалах журнала «Перец» и советских политических анекдотов // Историческая информатика. Информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании. 2013. № 4. С. 14-24.
8. Зубанова Л.Б. Русский национальный характер в юмористической самопрезентации (социологический анализ анекдота) // Социологические исследования. 2012. № 10 (342). С. 78-87.
 9. Лазутина Г.В. Экспертный анализ текстов как метод научного исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. № 2. С. 221-232.
 10. Мусийчук М.В. Когнитивные механизмы юмора как копинг-стратегии в Internet в период пандемии COVID-19 и самоизоляции // Медицинская психология в России. 2021. № 3 (68). URL: http://mprj.ru/archiv_global/2021_3_68/number09.php
 11. Мусийчук М.В. Проявление мудрости в остроумии художников и музыкантов (контент-анализ биографических анекдотов) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. № 4. С. 6.
 12. Романова Е.В. Профессионально-идентификационные признаки работников строительной отрасли в современных российских анекдотах // Современные исследования гуманитарных, социальных и экономических проблем строительства и архитектуры. М., 2010. С. 364-366.
 13. Щербакова О.В. Несмешно и непонятно: восприятие жанровых особенностей анекдота современными молодыми взрослыми // Вопросы психолингвистики. 2019. № 1 (39). С. 165-181.

Psychology of humor: content analysis of jokes about the profession of a psychologist

Anastasiya I. Gulyaeva

Senior Lecturer,
Baikal State University,
664003, 11, Lenina str., Irkutsk, Russian Federation;
e-mail: GulyaevaAI@bgu.ru

Veronika A. Avilova

Student,
Baikal State University,
664003, 11, Lenina str., Irkutsk, Russian Federation;
e-mail: nika.school.avi@gmail.com

Yuliya G. Alsaeva

Student,
Baikal State University,
664003, 11, Lenina str., Irkutsk, Russian Federation;
e-mail: uliaalsaeva5@gmail.com

Abstract

The services of a psychologist, psychological assistance and support in the modern world are becoming increasingly in demand; in this regard, the importance of the image of a psychologist as a specialist is also increasing, namely the features of his image in the minds of the population. However, in the public consciousness this image is quite blurred and subjective, which negatively affects the formation of ideas about specialists in this profession among potential clients. This article

presents the results of a content analysis of humorous stories (anecdotes) describing the way a psychologist works in the eyes of the public. The purpose of the study is to study the common features of these stories related to the activities of the profession of psychologists in order to identify the features of their presentation in the eyes of the public. Based on the results of a content analysis of 400 anecdotes, the main characteristics of the image of psychologists in the perception of society were identified: lack of tact, originality of thinking, expression of “dark humor” and others; the main stereotypes of this profession were reflected: excessive interference in the client’s personal space, lack of professional ethics, inadequacy and specificity of behavior, downplaying the client’s real problems, and others, appropriate recommendations have been formulated for practicing psychologists: increase the information openness of work, provide supervision, improve skills and apply various techniques in work, maintain acceptable boundaries for each client.

For citation

Gulyaeva A.I., Avilova V.A., Alsaeva Yu.G. (2024) Psikhologiya yumora: kontent-analiz anekdotov o professii psikhologa [Psychology of humor: content analysis of jokes about the profession of a psychologist]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 13 (4A), pp. 9-19.

Keywords

Jokes, content analysis, psychologist, research, stereotypes.

References

1. Bakhmatova T.G. (2010) Issledovatel'skii potentsial kolichestvennogo i kachestvennogo podkhodov v sotsial'noi rabote [Research potential of quantitative and qualitative approaches in social work]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava)* [News of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law)], 5, pp. 28-35.
2. Bashmanova E.L. (2010) Prichiny i faktory rasprostraneniya skvernosloviya sredi uchashcheisya molodezhi [Reasons and factors for the spread of foul language among students]. *Uchenye zapiski. Elektronnyi nauchnyi zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific notes. Electronic scientific journal of Kursk State University], 2 (14), pp. 174-183.
3. Bobyleva N.I. (2015) Sotsial'naya rabota v sovremennykh rossiiskikh anekdotakh [Social work in modern Russian jokes]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Research], 7 (375), pp. 107-116.
4. Davydova Yu.A. (2023) Issledovanie obraza studenta v anekdotakh [Study of the image of a student in anecdotes]. In: *Potentsial intellektual'no odarennoi molodezhi razvitiyu nauki i obrazovaniya* [Potential of intellectually gifted youth for the development of science and education]. Astrakhan.
5. Eremeeva E.A. (2013) Izuchenie sovetskogo yumoristicheskogo diskursa s pomoshch'yu tekhnologii baz dannykh: na materialakh zhurnala «Perets» i sovetskikh politicheskikh anekdotov [Studying Soviet humorous discourse using database technologies: based on materials from the magazine “Peretz” and Soviet political jokes]. *Istoricheskaya informatika. Informatsionnye tekhnologii i matematicheskie metody v istoricheskikh issledovaniyakh i obrazovanii* [Historical Informatics. Information technologies and mathematical methods in historical research and education], 4, pp. 14-24.
6. Garbuznyak A.Yu. (2020) Povestka dnya novykh media: podkhody k metodike issledovaniya [New media agenda: approaches to research methodology]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], 4, pp. 627-641.
7. Lazutina G.V. (2016) Ekspertnyi analiz tekstov kak metod nauchnogo issledovaniya [Expert analysis of texts as a method of scientific research]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], 2, pp. 221-232.
8. Musiichuk M.V. (2021) Kognitivnye mekhanizmy yumora kak koping-strategii v Internet v period pandemii COVID-19 i samoizolyatsii [Cognitive mechanisms of humor as a coping strategy on the Internet during the COVID-19 pandemic and self-isolation]. *Meditinskaya psikhologiya v Rossii* [Medical psychology in Russia], 3 (68). Available at: http://mprj.ru/archiv_global/2021_3_68/number09.php [Accessed 04/04/2024]
9. Musiichuk M.V. (2019) Proyavlenie mudrosti v ostroumii khudozhnikov i muzykantov (kontent-analiz biograficheskikh

-
- anekdotov) [Manifestation of wisdom in the wit of artists and musicians (content analysis of biographical anecdotes)]. *Mir nauki. Sotsiologiya, filologiya, kul'turologiya* [World of Science. Sociology, philology, cultural studies], 4, p. 6.
10. Romanova E.V. (2010) Professional'no-identifikatsionnye priznaki rabotnikov stroitel'noi otrasli v sovremennykh rossiiskikh anekdotakh [Professional identification signs of workers in the construction industry in modern Russian jokes]. In: *Sovremennye issledovaniya gumanitarnykh, sotsial'nykh i ekonomicheskikh problem stroitel'stva i arkhitektury* [Modern studies of humanitarian, social and economic problems of construction and architecture]. Moscow.
 11. Shcherbakova O.V. (2019) Nesmeshno i neponyatno: vospriyatie zhanrovyykh osobennostei anekdotsa sovremennymi molodymi vzroslymi [Unfunny and incomprehensible: perception of the genre features of an anecdote by modern young adults]. *Voprosy psikholingvistiki* [Questions of psycholinguistics], 1 (39), pp. 165-181.
 12. Volodarskaya E.A. (2023) Psikhologicheskie kharakteristiki imidzha sovremennogo psikhologa [Psychological characteristics of the image of a modern psychologist]. *Chelovecheskii kapital* [Human capital], 5 (173), pp. 154-166.
 13. Zubanova L.B. (2012) Russkii natsional'nyi kharakter v yumoristicheskoi samoprezentatsii (sotsiologicheskii analiz anekdotsa) [Russian national character in humorous self-presentation (sociological analysis of an anecdote)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Research], 10 (342), pp. 78-87.