

Spis treści

Wstęp	7
1. Zjawisko humoru	11
1.1. Poczucie humoru	13
1.2. Dowcip jako forma humorystyczna	15
1.3. Aktualne badania humoru	19
2. Czynniki psychologiczne, społeczne i kulturowe a poczucie humoru	25
2.1. Poczucie humoru jako indywidualna i subiektywna cecha charakteru człowieka	25
2.2. Poczucie humoru w kontekście wybranych wartości Polaków, Niemców i Rosjan	27
2.3. Rola stereotypów i autostereotypów	29
3. Kognitywno-lingwistyczna perspektywa badań humoru i poczucia humoru	33
3.1. Kluczowe pojęcia	33
3.2. Ogólna teoria humoru werbalnego	37
3.3. Teoria integracji pojęciowej	42
4. Kognitywno-lingwistyczna analiza wybranych dowcipów	45
5. Wybrane dowcipy jako przedmiot badania empirycznego	78
5.1. Osoby badane	78
5.2. Cele	80
5.3. Materiał i metoda	80
5.4. Wyniki i ich omówienie	87
5.4.1. Ogólne dane statystyczne	87
5.4.2. Szczegółowa analiza danych	88
5.4.2.1. Dowcipy ze źródeł polskojęzycznych (1P–5P)	88
5.4.2.2. Dowcipy ze źródeł niemieckojęzycznych (1N–5N)	121
5.4.2.3. Dowcipy ze źródeł rosyjskojęzycznych (1R–5R)	152

5.4.2.4. Dowcipy ze źródeł anglojęzycznych (1A–5A)	183
5.4.2.5. Podsumowanie wyników	215
6. Dyskusja	229
Zakończenie	243
Bibliografia	247
Spis diagramów i tabel	261
Summary	263