

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Факультет соціології
кафедра теорії та історії соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Специфіка гумористичного контенту українських соціальних мереж під час
повномасштабного вторгнення»

Спеціальність: 054 Соціологія

Освітня програма: Соціальні технології

Освітній ступінь: магістр

Кваліфікація: магістр соціології

Авторка:

Гордина Катерина Ігорівна,
студентка магістратури

Наукова керівниця:

Малес Людмила Володимирівна,
докторка соціологічних наук, професорка

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри теорії та історії соціології

Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ проф. Судаков В.І.

підпис

Київ 2025

Реєстрація

номер

дата підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано

до захисту

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Анотація

Робота присвячена аналізу онлайн-гумору під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Гумор розглядається як міждисциплінарне явище та інструмент комунікації, що виконує ідентифікаційну, примусову, роз'яснювальну, диференційну та психотерапевтичну функції. Особливу увагу приділено темному та насильницькому гумору. Дослідження базується на контент-аналізі 527 жартів двох українських коміків у мережі "X" (2022–2024). Встановлено зростання темного гумору у перші місяці війни та його роль у висміюванні ворога, спростуванні пропаганди й консолідації суспільства.

Ключові слова: онлайн-гумор, емоційна тональність, темний гумор, насильницькі жарти, кризові події.

Abstract

The paper analyses online humour during Russia's full-scale invasion of Ukraine. Humour is considered as an interdisciplinary phenomenon and a communication tool that performs identification, coercive, explanatory, differentiating and psychotherapeutic functions. Particular attention is paid to dark and violent humour. The study is based on a content analysis of 527 jokes by two Ukrainian comedians on the X network (2022-2024). The article reveals the growth of dark humour in the first months of the war and its role in ridiculing the enemy, refuting propaganda and consolidating society.

Keywords: online humour, emotional tone, dark humour, violent jokes, crisis events.

Зміст	
Вступ	5
Розділ 1: Гумор як соціокультурне явище	7
1.1. Типологія та соціальні виміри гумору	7
1.2. Функції гумору	11
Висновок	15
Розділ 2: Дослідження гумору під час російсько-української війни	17
2.1. Війна як кризовий період	17
2.2. Дослідження онлайн-гумору під час російсько-української війни	18
Висновок	22
Розділ 3: Основні дискурси в гумористичному контенті професійних коміків в соціальній мережі “X” (Твітер)	24
3.1. Методологія дослідження	24
3.2. Основні тематики гумористичного контенту	26
3.3. Емоційна тональність гумору	29
3.4. Зброя й політичні лідери на передовій жартів	38
3.5. Функції гумору в часи російсько-української війни	41
Висновок	44
Висновок	46
Перелік використаних джерел:	49
Додатки	52

Вступ

Напад Росії на Україну спричинив низку змін в політичному, економічному, соціальному, культурному житті українського суспільства. Під час війни актуалізувалися питання моральності та моралі. Суспільство вступає в різноманітні дискурси щодо того, що можна робити, говорити під час війни. Гумор став інструментом висвітлення таких дискурсів, а також став ще одним приводом для підіймання різноманітних дискусій щодо правильності, моральності та етичності. Під час війни влада легітимізує певну частину насильницьких дій та жорстокості, наприклад, випускає закон, що дозволяє українцям використовувати зброю проти окупантів без покарань (Верховна Рада України, 2022). Гумор підіймає цей дискурс, зображуючи різноманітні майбутні сюжети про те, що зробить цивільний українець з росіянином. Під час війни Росія випускає величезну кількість пропагандистських повідомлень, заяв, що направлені як на власне суспільство, так і на українців. Жарти в інтернеті через висміювання цих заяв, спростовують їх. Після повномасштабного вторгнення гумор починає відігравати різноманітну кількість комунікативних функцій, а також може ставати психотерапевтичним інструментом.

Гумор є міждисциплінарною темою, яку досліджують психологи, соціолінгвісти, лінгвісти, політологи, соціологи, лікарі (психотерапевти та психіатри). Філософи досліджували глузливий та зневажливий гумор ще за часів Платона та Аристотеля (Morreall, 2012). Лінгвісти в своїх дослідженнях фокусуються на засобах творення гумору: іронія, сарказм. Також лінгвісти працюють в загальній теорії вербального гумору, опрацьовуючи і соціальні функції гумору і емоційну тональність (Attardo, 2017: 4-9 стр.) Дослідження гумору лежить не тільки в площині соціальноповедінкових наук, гумор також досліджують з біологічної та медичної складової.

У своїй роботі я фокусуюсь на гуморі в рамках комунікацій, а саме політичної комунікації суспільства та держави, публічної комунікації лідера думок та аудиторії, особистої комунікації. Я також беру до уваги психологічні аспекти

дослідження гумору, особливо спираючись на теорії функціонування гумору під час криз.

В рамках дипломної роботи я концентруюсь на гуморі як комунікативному інструменті, який може виконувати низку функцій під час кризових подій. Об'єктом є гумористичний контент в соціальних мережах. Предметом мого дослідження виступає специфіка гумористичного контенту соціальних мереж під час повномасштабного вторгнення. Мета - з'ясувати специфіку гумористичного контенту під час повномасштабного вторгнення. Завдання: проаналізувати теоретичні підходи до розуміння гумору як комунікативного інструменту; описати функціонування гумору під час кризових подій; дослідити тематичний спектр та тональності гумористичного контенту під час повномасштабного вторгнення; розкрити функції гумористичного контенту під час повномасштабного вторгнення; розкрити особливості гумористичного контенту на різних етапах повномасштабного вторгнення.

За основні теоретичні засади будуть взяті комунікативні теорії гумору за Джоном Майєром (полегшення, невідповідності та переваги) (Meyer, 2000). Дані теорії розкривають особливості сприйняття гумору та його функціонування в різні періоди життя суспільства. Я також зосереджуюсь на функціонуванні темного гумору під час криз, щоб зрозуміти, які особливості гумористичного контенту з'являються під час війни та трагедій. Спираючись на вже проведенні дослідження з теми гумор під час російсько-української війни я підкреслюю ті аспекти, які потребують ширшого розкриття. Наприклад, питання того, як жорстокість змальовується в жартах, яку емоційну тональність передають жарти під час війни, як працює професійний гумор військових. Я також враховую результати проведених досліджень Роберти Браччале, Бредлі Е. Вігінса, Кіра Гайлза та інших для розробки власної методології, а також для перевірки власних результатів дослідження. В практичній частині проведений контент-аналіз в програмі [Atlas.ti](https://atlas.ti.com/).²⁵ гумористичного контенту з соціальної мережі "X" під час повномасштабного вторгнення. Я фокусуюсь на тематиках жартів, емоційній тональності, образах

та ставленні до політичних діячів, а також функцій гумору, спираючись на основні дискурси, які піднімають жарти, часові рамки дослідження надає підґрунтя для розуміння різниці гумору до та в перші місяці повномасштабного вторгнення.

Розділ 1: Гумор як соціокультурне явище

1.1. Типологія та соціальні виміри гумору

Гумор - це багатогранне та складне явище, яке має як особистісні, так і соціальні виміри, і також виконує різноманітні функції. Він охоплює широкий спектр вербальних і невербальних засобів для вираження і викликає відчуття комічного. Сприйняття гумору має суб'єктивний характер та залежить від культурного, ситуативного, соціального контексту. Як зазначає Павло Кретов, гумор є однією з характеристик людськості (людської сутності) він є динамічним, гумор - це дія/акт, а не факт (Кретов, 2002). Тихомірова визначає сміх та гумор як явища, які мають амбівалентну природу та мають здатність консолідувати людей і виступають регуляторами стресу (Тихомірова, 2020: 1 стр). Отже, гумор складне соціокультурне явище, воно може виникати як реакція на певну подію в суспільстві чи світі, а також може провокувати реакції на висвітленні дискурси.

Я розглядаю гумор як певне дзеркало соціокультурних подій, тобто як інструмент комунікації, а також, як і самі події, які можуть провокувати суспільство та починати розвиток нових дискусій в суспільстві.

Гумор як соціальне явище може покращувати стосунки, а також знімати напругу. Мохамед Хусейн, Мохаммед Ардаш та Хіба Муса (2023) зазначають, що кризові періоди гумор є одним зі способів для вираження думок та почуттів (Husseïn та інші 2023: 691 стр.). Тобто гумор під час криз може виступати інструментом для висвітлення власної позиції, також може бути способом відмежуватись від трагедії, або стати способом відмовитись від коментування трагедії чи події.

За тональністю та емоційним забарвленням гумор можна поділити на світлий (позитивний) та темний (негативний) (Hofmann, 2020: 371-372 стр.). Світлий гумор висвітлює вміння людей позитивно дивитись на не ідеальний світ. Темний гумор спрямований на вираження агресії, він використовує висміювання як засіб вираження. В рамках власного дослідження, я вважаю, що інколи жарти можуть не мати світлого чи темного емоційного забарвлення/тональності, попри тематику жартів, яка може бути про зброю, смерть чи війну. Так, як тональність стосується саме емоційних елементів авторів, які можна виявити словами маркерами: прикметники, лайка; а також знаками пунктуації. Я кодую як нейтральну тональність гумору ті жарти, що не мають, ані позитивних (доброзичливість, теплота, доброта), ані негативних (сарказм, агресія, зловісність) емоцій. Роберта Браччале та Альйоті Коломбіні (2023) відносили такий гумор до змішаного емоційного забарвлення. Такий гумор зазвичай емоційно стриманий, іронічний або абсурдний, не містить в собі морального осуду чи підтримки чогось/когось, не викликає почуттів обурення чи сприйняття/співчуття.

Темний гумор викликає почуття провини, страх бути висміяним, сором за власне “Я”. До темного гумору можна віднести “гумор шибеника” (gallows humour) - це специфічний гумор, який висвітлює темні та жахливі теми такі як смерть та хвороба, часто це жарти людини над самою собою (Тихомірова, 2020: 230 стр.). Під час війни актуальним також є термін «Катастрофічний гумор»/гумор катастроф («disaster humour»), як його називає Philips проявляється тоді, коли ми маємо певну емоційну або часову відстань від самої катастрофи (цит. за Тихомірова, 2020: 230 стр.). Дана типологія, як на мене, є не цілком повною, адже темний гумор має широкий спектр тем, які передає через жарти. Так, як в своєму дослідженні я б хотіла висвітлити проблематику жорстокості, агресії та насильства, необхідно виділити додатковий підтип темного гумору. Цей підтип має передавати в собі найбільш поширений спектр жорстоких дій однієї людини над іншою людиною або істотою. Такі дії в сучасному суспільстві піддаються моральному та етичному засудженню, а

також караються згідно закону. Проте, кризові події, вносять певну змінну в неформальний моральний кодекс суспільства, а також можуть вносити зміни і в законодавчу систему. Через це в такі періоди, активізується дискусія щодо моральності певних вчинків та дій.

В контексті темного гумору я вживаю термін насильницький гумор. Під насильницьким гумором я маю на увазі будь-які жарти, які підіймаються питання фізичного насильства (побиття, вбивство, катування тощо). В Кодексі України про адміністративні правопорушення, насильство пояснюється - як умисне вчинення будь-яких діянь (дій або бездіяльності) фізичного, психологічного чи економічного характеру, внаслідок чого могла бути чи була завдана шкода фізичному або психічному здоров'ю потерпілого (Верховна Рада України, 1999). Я припускаю, що в насильницькому гуморі завжди будуть жертва(и) та насильник(и) як основні актори гумористичного тексту. В межах подальшого дослідження жертва та насильник будуть кодуватися як роль, а також до контексту буде прийнято, в якій тематиці жарт та кому (якому персонажеві) надається дана роль автором гумористичного контенту.

Для розуміння, який текст чи картинка є жартом чи ні, варто розуміти та вміти виявляти основні мовленнєві та візуальні засоби творення жартів. Типологія гумору за мовними засобами творення жартів:

1. Метафора - використання переносного значення слів для створення комічного ефекту, як вказували Швець та Воробйова (2023), особливо це виражається, коли існує значна семантична відмінність між компонентами метафори.
2. Гіпербола (перебільшення) - риторичний прийом, що передбачає перебільшення правдивого змісту для досягнення драматичного або гумористичного ефекту;
3. Гра слів (каламбур) - використання мовних засобів для створення комічного ефекту через подвійність або неочікуване поєднання значень. Такий вид засобу творення жартів особливо притаманний американській культурі;
4. Іронія - вираження протилежного тому, що мається на увазі, Швець та Воробйова (2023) писали, що часто іронія використовується для створення

гумору та може бути як прихованою, так і очевидною. Самоіронія буде підвидом даного засобу, як зрозуміло з назви, цей засіб виражається в спрямовані іронії на себе;

5. Парадокс - використання суперечливих тверджень, що можуть містити гумористичний зміст за дослідженням Філатової (2020: 209 стр.)
6. Абсурд - створення комічного ефекту через порушення логіки та здорового глузду за визначенням Філатової (2020: 209 стр.);
7. Висміювання (насмішка) - використовується в гуморі для критики або приниження когось чи чогось, що в своїй роботі виділяла Тихомірова (2020: 231-232 стр.).

Когнітивна лінгвістика застосовує принцип вимушеного перетлумачення, тобто переосмислення вже наявних ідіом. Такий підхід забезпечує виявлення нових ролей метафор, передбачає концептуальне змішування та різноманітне використання граматичних конструкцій у гуморі (Attardo, 2017: 6 стр.).

Аналізують гумор і за тим, хто є об'єктом спрямованості жарту, тобто хто є основним актором жарту, гумор можна поділити на:

1. Жарт спрямований на себе (самоіронія) - здатність жартувати над власними недоліками, невдачами або особливостями (Тихомірова, 2020: 229 стр.);
2. Жарт спрямований на інших - жартівливе ставлення до інших людей, що може варіюватися від доброзичливого підтрунювання до висміювання недоліків;
3. Жарт, що спрямований на проблему (явище, ситуацію) - комічне відображення певних проблем, подій або аспектів життя (Філатова, 2020).

Гумор також можна поділяти за тематиками, проте ця типологізація буде різнитися в залежності від соціокультурного контексту. Аналізуючи типові анекдоти та жарти в публічному просторі населення України, можна виділити: побутовий (родинний) гумор - жарти про побутові, родинні справи (кумівство, стосунки дітей та батьків, жарти про тещу), жарти про сферу діяльності (робота, навчання, гобі), жарти про соціокультурне життя країни (жарти про політиків, зірок, історичні події) тощо, воєнні жарти (жарти про фронт, жарти

про обстріли) геополітичні жарти (жарти про іноземних політиків, про країни, про іноземців).

Гумор в інтернеті стосується всіх дій, що створюють гумористичний зміст (Shifman, 2007 цит. за Hussein, 2020: 692 стр.). Меми та карикатури як типи інтернет гумору заповнюють прірву між тим, як має виглядати реальність (політична, культурна, громадська) та тим, як вона виглядає насправді (Ridanpää, 2019). Меми в інтернеті використовують як інформаційну/ідеологічну зброю та для створення розладів в суспільстві (Bracciale та інші, 2023: 7 стр.).

1.2. Функції гумору

Гумор виконує не лише розважальну функцію. У цифрову епоху гумор закріпив комунікаційну важливість та набув нових форм, що розширює його функціональні можливості. За типом побудови онлайн чи інтернет гумор, можна поділити на: інтерактивний, тобто текстовий гумор; смішні фотографії; *memophotos* - оброблені фотографії, з різними візуальними формами; анімовані фото; звукові уривки знаменитостей; *power point* гумор - гумористичний текст у вигляді презентації (Hussein, 2020: 693 стр.).

Гумор в комунікаціях не використовують просто так. Джон Майєр (2000) виділяє три теорії створення гумору в комунікаціях: полегшення (*relief*), невідповідності (*incongruity*), переваги (Meyer, 2000).

Теорія полегшення - говорить, що гумор створюється тоді, коли відбувається фізичне звільнення від напруги. Зниження або звільнення від напруги породжує гумор і призводить до збільшення ("*boost*" theory) або до зменшення збудження ("*jag*" theory) (Berlyne, 1972 цит. Meyer, 2000: 312 стр.). Мохамед Хусейн (2020: 692 стр.) вважає, що гумор - це стимул, який виникає як реакція на жарт, тобто автор не розділяє поняття гумору від сміху, адже саме сміх зазвичай виділяють як фізичну реакцію на жарт. Про це саме зазначає теорія невідповідності гумору. Цю теорію описують як реакцію (сміх), яка виникає на несподіване та дивне у незагрозливому сприйнятті мозку (Meyer, 2000: 313

стр.). Тобто, згідно з цієї теорії, гумор - це сміх над чимось дивним, незвичним. Таким чином, сміх виділяє порушення раціонального засвоєння певного шаблону (стереотипу). Основним інструментом творення такого гумору є подив. Сміх, як вже зазначалось вище, - це фізична реакція. Ця реакція характеризується повторювальним звуком голосу, мімікою, скороченням м'язів (Hussein, 2020: 692 стр.). Теорія переваги пояснює сміх людей над іншими. Люди зовні чи внутрішньо (відкрито чи приховано) сміються над іншими людьми, адже відчують себе вищими за них (Meyer, 2000: 314-315 стр.). Темний гумор працює як когнітивна та поведінкова стратегія подолання у відповідь на стресову подію (Maxwell, 2003 цит. Ridanpää, 2019: 910 стр.). Таким чином ми можемо пояснити популярність низки телевізійних шоу, які хоча і не є комедійними шоу, по факту набирають популярність та популяризуються за рахунок комедійних, гумористичних моментів. Це шоу по типу: "Вагітна у 16", "Хата на тата", "Супер мама" тощо. Такі шоу завжди не втрачають своєї актуальності, а під час кризових подій, можуть користуватися вищим попитом. Нарізки з цих телепрограм стають культовими мемами, а персонажі, які за типажом є "неосвіченими простаками", набувають свою популярність у соціальних мережах.

Таким чином, гумор згідно з цієї теорії виконує відразу дві функції: він проводить межу між "правильною" та "неправильною" поведінкою згідно з пануючих соціальних норм, в результаті чого виділяються і дистанціюються дві групи "правильна" та "неправильна", а також він консолідує (згуртовує) людей в "правильній" групі за ознакою вищості (Meyer, 2000: 314-315 стр.).

Згідно з теорією переваги гумор може використовуватися як зброя проти панівної влади (Ridanpää, 2019: 902 стр.). Так, використовуючи функцію об'єднання, гумор згуртовує людей і проводить межу між цією групою та владою (використовуючи функцію протиставлення). Це така собі ретроспектива "Вони" та "Ми" груп, творення яких відіграє важливу роль для створення громадянської, протестної та політичної ідентичності.

Під час війни в Україні, починаючи з 2014 року гумор став механізмом подолання, використовуючи жарти, українське суспільство дискредитувало неправдиву інформацію (Giles, 2023: 5 стр.). Одним з прикладів цього є відповідь українських бізнесів на російську пропаганду щодо нібито перевезень зброї та озброєння “Новою поштою”. В соціальній мережі “X” українські бренди відредагували на цю пропаганду, а також дискредитували інше ПСГО “біолабораторії”, яке в той час поширювало російські політики. В цьому прикладі, консолідація відбулась не просто на рівні національної ідентичності, а також за сферою діяльності, адже це було об’єднання великий українських бізнесів у відповідь на дезінформацію, яка поширювалась про Україну та діяльність її компаній.



Малюнок №1: Знімок екрану допису ТОВ “Нова Пошта” в “X”



Малюнок №2: Знімок екрану коментарів під дописом ТОВ “Нова Пошта” в
“Х”

Гумор може допомогти в м'якій формі подати певний погляд, пояснити проблему і сприяє кращому запам'ятовуванню. Жарт завжди є одним з видів зачіпок в промовах і часто використовується політиками, спікерами для привернення уваги до дискусії чи проблеми. Цю функцію гумору називають функцією роз'яснення (уточнення) (Meуer, 2000: 319 стр.). В онлайн гуморі схожим чином використовують меми, вони не просто роз'яснюють певні події, а навіть можуть використовуватися як ідеологічна зброя (Вaker, 2019). В рамках власного дослідження я планую звертати увагу, які тематики жартів мають в собі цю функцію, які дискурси вони передають та які події висвітлюють.

При цьому гумор використовуючи функції ідентифікації та роз'яснення разом, може також виконувати функцію примусу, тобто нав'язати певні думки, дії слухачам/читачам (Meуer, 2000: 320 стр.). Саме тому гумор можуть використовувати в пропагандистських або навчальних цілях. Аналізуючи дані українських коміків було б цікаво подивитися чи існує дана функція в їх жартах та до чого саме вони намагаються схилити українське, а можливо і зарубіжне суспільство (російське чи західне).

Гумор виконує функцію ідентифікації та консолідації. За допомоги цієї функції, індивід може визначити, до якої групи він/вона належить. Одночасно з цим, гумор виконує функцію диференціації (протиставлення “Ми” - “Вони”). В рамках дослідження жартів в соціальних мережах під час війни - питання “Ми” та “Вони” група є доволі актуальним. В кризові періоди суспільство завжди протиставляється проблемі, яка може бути виражена явищем, особою чи групою. Розробляючи власне дослідження є корисним побачити, що саме стоїть у рамках основної проблеми, якій протиставляється українське суспільство. Передбачаю, що в жартах ми протиставляємось російському суспільству як групі.

Іншою функцією, яку виконує гумор є сприяння запам'ятовуванню інформації. Жарти та меми можуть допомогти підвести та розказати про складні проблеми та питання. Використання комічних засобів в текстах та промовах сприяє їх кращому запам'ятовуванню. Тобто, гумор може допомогти закріпити певні думки в головах читачів/слухачів, а також нав'язати певні дії споживачам гумористичного контенту. В комунікації гумор також може допомогти висвітлити та спростувати фейкові новини, повідомлення.

Сміх, що є фізичною реакцією на гумор, активує гормони в мозку, завдяки чому людина може почуватися більш добре. Сміх зменшує рівень гормонів, що пов'язані зі стресом (Гордон, 2020 цит Hussein, 2020: 691 стр.). Таким, чином ми можемо говорити, що гумор може виконувати психотерапевтичну функцію.

Соціальні суб'єкти, еліта, не еліта, політичні та громадські діячі - всі почали активно використовувати меми для досягнення комунікативних цілей (Bracciale та інші, 2023: 3 стр.). Адже гумор, це психотерапевтичний інструмент, а також наративний інструмент, що пов'язаний з відчуттям єдності та розбудови спільноти (Ridanraa, 2020).

Висновок

Гумор є багатовимірним соціокультурним явищем, який виконує функції: ідентифікації, роз'яснення, примусу, диференціації та психотерапевтичну. Прояви гумору залежать від контексту та мають різну емоційну тональність: світлий, нейтральний та темний гумор. В подальшій роботі над власним дослідженням я також візьму до уваги такі підтипи темного гумору: самоіронія - сміх над самим собою; насильницькі жарти - гумор, в якому піднімаються питання фізичного насильства; гумор шибеника - жарти про смерть, самопошкодження. Я вважаю, що гумор катастроф на даному етапі кризового періоду застосовувати зарано. Жарти над кризою відбуваються після того, як трагедія та її наслідки минули, що для українського суспільства поки не є актуальним (Gournelos та інші, 2011). Для побудови гумору використовується

різноманітний спектр мовленнєвих та візуальних засобів. Саме враховуючи та виявляючи ці мовленнєві засоби я буду відбирати дані в соціальних мережах, адже в рамках дослідження є важливим розділити гумор від інших дописів. У кризові періоди, такі як війни, гумор є формою висвітлення громадянської позиції.

Надалі я планую працювати над дослідженням в рамках комунікативно теорії переваги, яка виділяє такі функції гумору: ідентифікації, роз'яснення, примусу, диференціації. Особливий фокус при аналізі даних варто зробити на функції диференціації та ідентифікації, адже використання їх в гуморі може висвітлити зв'язки “Ми” та “Вони” групи. Також, працюючи з гумором під час кризових періодів варто прислухатися до теорії полегшення, яка розглядає гумор як психотерапевтичний інструмент, що допомагає вивільняти негативні емоції. Я вважаю, що теорія невідповідності в цілому фокусується не на тому, яку функцію гумор відіграє для оповідачів та слухачів, а більше про те як гумор засвоюється, тому я б брала цю теорію до уваги. Проте, в межах проведення аналізу дана теорія просто є допоміжною для виявлення гумористичного контенту.

Жарти під час війн допомагають артикулювати колективні переживання, спростовувати ворожі наративи, згуртовувати суспільство. Використання жартів в комунікаціях сприяє кращому запам'ятовуванню інформації та сприяє легшому нав'язуванню потрібних думок та дискурсів. Амбівалентна природа гумору допомагає одночасно висміювати “Вони” групу та підносити/підтримувати “Ми” групу, протиставляти читачеві/споживачу власну ідентичність до “Вони” групи та консолідувати його ідентичність з “Ми” групою.

В наступному розділі я планую розглянути основні аспекти щодо дослідження гумору під час російсько-української війни. Мені корисно було б зрозуміти, які наявні результати вже є, а також ознайомитись зі специфікою методологій та підходів до аналізу гумору під час кризових періодів.

Розділ 2: Дослідження гумору під час російсько-української війни

2.1. Війна як кризовий період

Війна - це період інтенсивних випробувань і небезпеки, який може бути непередбачуваним. Під час війни порушується звичний соціальний, політичний та економічний ритм життя в країні. Внаслідок повномасштабного нападу Росії на Україну 24 лютого 2022 року в Україні суспільство зазнало різних політичних, економічних, законодавчих та соціальних змін. Українське суспільство переживає різні види тиску і перебуває у стані колективної травми. На мою думку, війна є кризовим періодом, а інтенсивність та непередбачуваність подій під час війни вказує на те, що цей кризовий період містить низку кризових подій: теракти, обстріли, соціально-політичні зміни. Криза - це час інтенсивних труднощів та небезпеки з певним (залежить від контексту) розпадом соціального порядку. Під час кризових подій, ритм соціального, економічного, політичного, психологічного та повсякденного життя припиняється та видозмінюється (Ridaпpaа, 2020).

Кризові події впливають на поведінку людей. Часи інтенсивних труднощів і небезпеки мають психологічні, соціальні та політичні наслідки (Ridaпpaа 2019: 901 стр.). Під час COVID-19 люди боялися психологічних і соціальних наслідків хвороби. Під час кризи зростають фобії, обурення та тривога (Hussein та інші 2023: 689 стр.). Під час кризи зростає споживання гумору, що пояснюється катарсичною функцією створення відчуття спільності та відокремлення від спільного ворога (Hussein та інші 2023: 690 - 691 стр.).

В звичайному соціальному житті агресія, а особливо її жорстокі форми, такі як: захоплення вбивствами, катування інших, застосування грубої сили, - перебувають під сильним соціальним контролем з боку держави, суспільства, релігії (Elias, 1978: 230 стр.). Окрім, офіційних обмежувальних та каральних засобів в суспільстві також поширюється і неформальні форми обмеження та покарань. Поняття моралі, прийняття в суспільстві чи спільноті, я вважаю, на рівні з кримінальним та адміністративним кодексом впливають на обмеження

агресії в суспільстві. Проте, під час війн, жорстокість та агресія можуть прориватися в більш прямій формі, а суспільство зменшує тиск моралі на індивідів, що вчиняють жорстокі дії. У нашому випадку проявом цього може бути те, що Верховна Рада України 3 березня 2022 опублікувала Закону № 2114-IX, в якому зазначила, що цивільні особи не несуть відповідальності за застосування вогнепальної зброї проти осіб, які здійснюють збройну агресію проти України, у 2024 році цей закон було доповнено і додано декілька обмежень (Верховна Рада України, 2024).

Зазвичай, влада монополізує жорстокість, в тому числі і насильство дозволяючи проявлення його тільки низці структур (поліція, армія). Індивіду в сучасній війні важко буде відразу вивільнити свою жорстокість та агресію (Elias, 1978: 239 стр.). Гумор як один з інструментів комунікації, може допомогти в протиставленні себе та ворога. Наприклад, в Україні стало поширеним використання різноманітних назв для росіян та російської армії, щоб знелюднити їх: орки, вата, рашисти, чмоні тощо. Ці позначення дегуманізують (розлюднюють) ворога, що допомагає понизити відчуття моральності до вчинення жорстокості над ними (Бородіна, 2023: 80-81 стр.).

2.2. Дослідження онлайн-гумору під час російсько-української війни

Бредлі Вігінс (2016) досліджував російський твітер акаунт, щоб виявити та проаналізувати інтернет-меми, що виникли як реакція на російсько-українську війну в 2014 році. Основний фокус автор зробив на виявленні проукраїнських, проросійських, пропутінських, антиєвропейський, антиамериканських наративів за допомоги якісного контент-аналізу. Я вважаю цікавим перевірити чи вирізняються основні сюжетні лінії політичних жартів в Росії та Україні, а також які образи росіяни та українці надають політичним діячам, наприклад лідер власної країни, ворог, західні політичні лідери.

Роберта Браччале та Альйоті Коломбіні (2023) зосереджувалися на мемічних фотозображеннях та відео в Твітері, які були опубліковані після семи днів як ЗМІ оголосили про початок війни в Україні. Автори виділили такі теми: фронт

(поле війни), сімейна та гуманітарна криза, дипломатія, політика, цінності, світ, меми, що відображають особистісний вплив (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 15-16 стр.). Емоційну складову, що частково збігається з моїм визначення емоційної тональності, автори диференціювали на: позитивну, негативну та змішану (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 16 стр.). Основним результатом дослідження була класифікація інтернет-мемів на чотири кластери: колективна реакція на початок війни, катарсичні, критичні та контр-меми (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 23-27 стр.). Меми, що відображають колективну реакцію на початок війни (автори, мають на увазі початок повномасштабного вторгнення), здебільшого (90%) передають негативні емоції - агресивний гумор (Martin 2003 цит. за Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 10 стр.).

Агресивний гумор був націлений на світ, а саме на лицемірство та подвійні стандарти країн Заходу щодо реакції на війну та надання допомоги Україні. Проте, автори вказують, що позиції таких мемів є нейтральними (90%), а не проукраїнськими (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 23-24 стр.). Якщо говорити про функціонування темного гумору, до якого автори виділили агресивний та самознищуючий гумор за класифікацією Мартін (2003), то вони зазначили, що досліджені меми несуть функцію катарсису. Функція катарсису - це проявлення емоцій, що не є соціально прийнятними. До таких емоцій можна віднести: страх, гнів, тривогу. Саме функція катарсису допомагає читачам/споживачам контенту вивільняти темні/негативні емоції. Це збігається з поняття трансгресії, що передбачає подолання певних морально-етичних правил у кризові та трагічні часи.

Меми за своєю природою враховують два фактори “своєї поведінки”: час - який можна подолати за допомогою соціальних медіа, тобто соціальні медіа полегшують циркуляцію мемів за дуже короткий час; простір, що враховує можливість поширення мемів (Девісон цит Hussein та ін., 2023: 694 стр.). Роберта Браччале та Альйоті Коломбіні роблять висновок про активне залучення аудиторії мемів, що знаходяться в кластері контермеми, адже цей

тип гумору часто повторюється на шкалі часу (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023: 27 стр.).

Кір Гайлз (2023) досліджує гумор в інформаційному просторі як інструмент реагування на дії Росії. Автор також зосереджується на дослідження Твіттеру як основному середовищі, що містить гумористичний контент та реакції на нього. Основною метою дослідження було визначення прикладів найкращої практики як від уряду, так і від громадянського суспільства щодо комунікативної функції гумору, а саме спростування неправдивої інформації через висміювання (Giles, 2023: 5 стр.). Висміювання допомагає спростувати інформацію краще за логічні доводи саме через висвітлення абсурдності доводів російської сторони, а також підривання сили (авторитету) російської влади (Giles, 2023: 13-17 стр.). Через меми можна структурувати та розміщувати події в часі. Це висвітлює питання інформаційної війни через призму високої залученості спільноти до іронічного поля битви.

Вище було зазначено, що під час війни та кризових подій відбуваються соціально-політичні зміни в суспільстві та легітимізується жорстокість та агресія в травмованому суспільстві. Патрік К. Бендер, Кортні Плент, Дуглас А. Джентайл (2018) досліджували насильство, яке висвітлюється в ЗМІ, як один з можливих факторів ризику агресії. Автори використовують тріангуляцію даних та приходять до висновку, що насильницький медіа контент є одним з факторів ризику поширення агресії в суспільстві. Проте попри присутність впливу насильницького контенту на поширення агресії цей зв'язок є невисоким. Крейг Андерсон, Акіко Шібуя, Нобуко Ігорі та інші (2010) досліджували чи є зв'язок між відеоіграми та розвитком агресивності у дітей. Висновком дослідження стало те, що агресія є навченою (набутою) поведінкою, а отже агресія - це результат соціалізації (Андерсон та інші, 2010: 171 стр.).

Наталія Бородіна (2023) в своїй роботі досліджувала дискурси навколо “синдрому акули” - масового поширення різноманітних жартів та мемів навколо випадку у місті Хургада (Єгипет), де акула з’їла російського

туриста. Навколо даних жартів та мемів постала дискусія про дозволений рівень жорстокості жартів, дегуманізації суспільства та віктімблеймінгу до українців. Дослідниця приходиться до висновку, що неприпустимо толерувати жорстокість лише за ознакою ““Вони” (росіяни) теж так жартують”, темний та жорстокий гумор не можна виправдовувати теорією психологічної розрядки, адже він може призводити до дегуманізації суспільства і важливо враховувати намір автора жарту (Бородіна, 2023: 84-85 стр.).

В межах цієї роботи я б не дуже погодилась з висновком, адже як вже було зазначено вище, вплив поширення агресії та жорстокості в соціальних мережах та медіа контенті на поширення агресії в суспільстві (побутовому) житті не такий високий. Навіть під час війни, коли суспільству надається більша легітимізація жорстокості, індивіду важко вивільнити власну агресію. Для вивільнення агресії на індивідуальному рівні необхідно збільшення тиску з боку соціуму, а також свідоме сприйняття пропаганди, щоб повністю легітимізувати серед великих мас людей прояви сильних афектів, які до того були довгий час соціально заборонені (Elias, 1978: 239 стр.). Володимир Станчишин в своїй роботі писав, що під час війни ми маємо право відчувати лють, злість та увесь список негативних емоцій, таким чином це допомагає нам пережити наш досвід, а також це допомагає нам зменшити емпатію до ворога (Станчишин, 2024: 85-88 стр.). Наші емоції не дорівнюють дій, наші дописи не дорівнюють дії. Страчування росіян у вас в голові не дорівнює страті росіян насправді, для цього потрібно щось більше, аніж думки в голові та жарти в інтернеті. При цьому темний гумор в кризові події може стати коментарем до публічного дискурсу та висвітленням своєї національної ідеї. Націоналізм не повністю обмежується лише національним дискурсом, він виходить за цю рамку та виробляється в масштабі глобальних подій, регіонального, внутрішнього та особистого контексту (Jones та інші цит за Ridanraa, 2019: 908 стр.). Тобто, ми знову повертаємось до функцій об'єднання та протиставлення, між групами “Ми” та “Вони”. У висміюванні, навіть агресивному та жорстокому висміюванні, немає сильного впливу на зріст

жорстокості в суспільстві в цілому, проте в цьому висміюванні є користь для більшого згуртування суспільства, розмежування з ворогом, а також знелюднення ворога в очах “Ми” групи.

Самоіронія ж в кризові події, може бути способом відмовитись від коментаря або надати свій коментар в межах національно-політичного дискурсу, як це було в Америці після подій 9 вересня 2001 року. В цьому випадку реакція суспільства була не миттєвою, а поступовою і негативно забарвленні жарти почали формуватися вже після спаду емоцій американського суспільства навколо трагедії (Gournelos та інші, 2011). Прогнозую, що самоіронія навколо російсько-української війни може існувати в українському онлайн середовищі, проте не бути масовою. Такі жарти, скоріше за все не будуть стосуватися останніх подій і можливо будуть висвітлювати події з АТО (Антитерористична операція на сході України) та ООС (Операція Об'єднаних сил). Ці пункти не стосуються професійного гумору військових, адже у військових для нормального функціонування є необхідність вибудови психологічної резильєнтності (стійкості), одним з проявів якої є гумор (Романовська та інші, 2023: 4 стр.).

Цікавою роботою в межах застосування гумору є книга Володимира Паніотто “Соціологія в анекдотах” (2022), а особливо розділ 16 щодо ставлення населення України до Росії та населення Росії до України (2008-2020) роки. Окрім результатів соціологічних досліджень КМІС та російського центру вивчення громадської думки “Аналітичний центр Юрія Левади” автор наводить низку прикладів російських анекдотів про Росію, Україну та про економічне становище. Паніотто говорить, що дуже велике місце в російських анекдотах відведено Україні, на відміну від звичної пропаганди жорстоких та брутальних анекдотів про Україну доволі мало (Паніотто, 2022: 285-299 стр.)

Висновок

Війна - це кризовий період, що містить в собі різноманітну кількість непередбачуваних кризових подій. Під час війни соціально прийнятний устрій

суспільства руйнується. Влада починає пом'якшувати поняття жорстокості в суспільстві за допомоги офіційних (законів) та неофіційних (ЗМІ, соціальний дискурс, соціальні мережі) каналів комунікації. Попри такі зміни легітимізувати жорстокість та агресію до ворога повністю та масово не є можливим без особистого та свідомого споживання пропаганди індивідами. Гумор в соціальних мережах під час російсько-української війни є доволі поширеною темою в зарубіжних вчених. В основі їх робіт лежать проблеми основних наративів в російських мемах після 2014 року (Wiggins, 2016), виділення основних кластерів мемів та жартів, їх емоційне забарвлення та функції (Bracciale та Aglioti Colombini, 2023), гумор як інструмент спростування неправдивої інформації (протидія ІПСО) (Giles, 2023).

Не зважаючи на існуючий вплив між висвітленням агресії в ЗМІ та поширенням агресії в суспільстві, цей зв'язок є низьким, а агресія є набутою властивістю протягом соціалізації. Отже, зріст жорстокості жартів в соціальних мережах не може суттєво вплинути на зріст жорстокості в суспільстві, проте варто подумати про доступ дітей до такого контенту. В Україні проводили дослідження, яке стосувалось основних дискурсів навколо жорстоких жартів в медіа, на кейсі "синдрому акули" (Бородіна, 2023). Дискурси навколо теми доволі суперечливі та бінарні за своїм характером (погано/добре).

Темний гумор, який висміює ворога може бути проявом для зросту націоналізму в суспільстві, а також комунікаційним інструментом для вираження власної позиції навколо національно-політичного дискурсу. Після трагічних подій, що трапляються в суспільстві - реакція у вигляді самоіронічних жартів може прийти з часом, коли емоційне напруження навколо трагедії знизиться. Російські анекдоти про Україну рідше несуть жорстокий, агресивний, брутальний характер, на відміну від коментарів в медіа та соціальних мережах.

В наступному розділі я планую описати результати власного дослідження гумору під час російсько-української війни. Та перевірити результати інших

дослідників з власними. Також, я вважаю, що аспект темної тональності гумору потребує ширшого розкриття, ніж було описано в попередніх дослідженнях. Оскільки в сучасному українському суспільстві існує декілька контроверсійних дискурсів про вплив зображення насильства і жорстокості в ЗМІ, соціальних мережах та гумористичному контенті є потреба в розкритті особливостей функціонування такого гумору. Ці результати допоможуть надалі проводити дослідження, які можуть стосуватися проблематики впливу насильницьких жартів на рівень толерування жорстокості в Україні.

Розділ 3: Основні дискурси в гумористичному контенті професійних коміків в соціальній мережі “X” (Твітер)

3.1. Методологія дослідження

Для роботи над практичною частиною було проведено якісний та кількісний контент-аналіз жартів двох українських коміків в соціальній мережі “X” з січня 2022 року по грудень 2024 року. Для аналізу було відібрано коміків за такими ознаками: 1. Їх дописи набули масового розголосу та поширення під час повномасштабного вторгнення; 2. Вони є медійними відомими особами, що самостійно ведуть свої сторінки; 3. Коміки мають певний рівень довіри до читачів/споживачів контенту та не були помічені в створенні проплачених дописів/виступів. Один з коміків під час повномасштабного вторгнення змінив сферу своєї діяльності, а саме спочатку був в складі київської територіальної оборони, а згодом став діючим військовослужбовцем та учасником бойових дій. Я вважаю, що цей кейс є корисним для дослідження для порівняння змін в стилістиці гумору, а також для більш детального дослідження професійного гумору військовослужбовців та функціонування гумору в межах цієї професії. Всього до аналізу увійшло 527 жартів. З них 137 було опубліковано коміком, що під час повномасштабного вторгнення мобілізувався. 390 жартів було опубліковано коміком, що не змінював власної професії.

В період до повномасштабного вторгнення (з 1 січня 2022 року до 23 лютого 2022 року) було опрацьовано 33 жарти (5; 28 відповідно). Було взято такий період, щоб до аналізу не увійшов період, коли українці та світ переживав іншу кризову подію - ковід-19 і можна було більш прицільно порівняти дискурси, які ширились соціальними мережами перед початком повномасштабного вторгнення.

В межах повномасштабного вторгнення дані було розподілено на квартали по 3 місяці. Всього було 12 кварталів (по 4 квартали на рік), починаючи з 24 лютого 2022 року. Для проведення порівняння періоду до повномасштабного вторгнення з повномасштабним вторгненням, було виділено категорію “початок повномасштабного” (перші місяці), куди увійшли жарти з 24 лютого 2022 по 30 квітня 2022 року, щоб урівняти ці проміжки між собою. Проте, варто наголосити, що в перші місяці повномасштабного вторгнення кількість дописів в соціальних мережах збільшилась. Всього в цей період було зафіксовано - 127 жартів (82 - перший комік, 45 - другий комік відповідно), для порівняння в другому кварталі першого року повномасштабного вторгнення (з травня 2022 по 31 липня 2022) було всього зафіксовано 27 жартів (8 та 19 відповідно). При цьому квартал складається з 3 місяців (92 дні), а до категорії “початок повномасштабного” увійшло всього 66 днів, адже вона була створена для порівняння з жартами, що були опубліковані до початку повномасштабного.

В дослідженні функціонування гумору під час Covid-19 Мохамед Хусейн, Мохаммед Ардаш та Хіба Муса (2023: 690 стр.) побачили, що в перші дні пандемії активність споживачів жартів в соціальних мережах збільшилась. В період криз сміх та гумор нейтралізує емоційно заряджені сфери і надає надію на те, що кризу буде поборено (Ridanpää, 2019: 901 стр.). Збільшення активності в соціальних мережах відбувається, по-перше, через збільшення часу, адже побутові справи скасовуються або переносяться (робота, сімейні плани, хобі тощо), а також гумор об'єднує проти спільного ворога людей, адже меми в інтернеті можуть долати різні часові та просторові бар'єри (Hussein та

інші 2023: 690-694 стр.). Bracciale та інші зазначили, що рівень залученості української громади, інституцій та бізнесів до мемних практик комунікацій ймовірно став найвищим в світі у 2022 році (Bracciale та інші, 2023: 9 стр.). Дані нашого дослідження підтверджують це твердження, адже кількість дописів, репостів, коментарів на початку повномасштабного вторгнення були доволі високими. Варто також зазначити, що дописи з Твітера поширювались не лише в межах цієї соціальної мережі, вони виходили й на аудиторії інших соціальних мереж: Інстаграм, Тік Ток, Фейсбук, Телеграм. Дописи також цитувались і в ЗМІ.

При аналізі також варто врахувати, що перший комік почав все рідше публікувати жарти в соціальній мережі після початку служби. Доцільно є припустити, що причиною цього можуть бути зміна професії, що несе за собою: зміну контексту, графіку, можливість та бажання публікувати дописи. Для надання більш розгорнутих висновків варто дослідити це питання більш глибоше та на більшій кількості кейсів, що в межах цього дослідження є нереалізованим. Проте, дане дослідження може надати основу для розробки методології для подальшого дослідження специфіки професійного гумору військових.

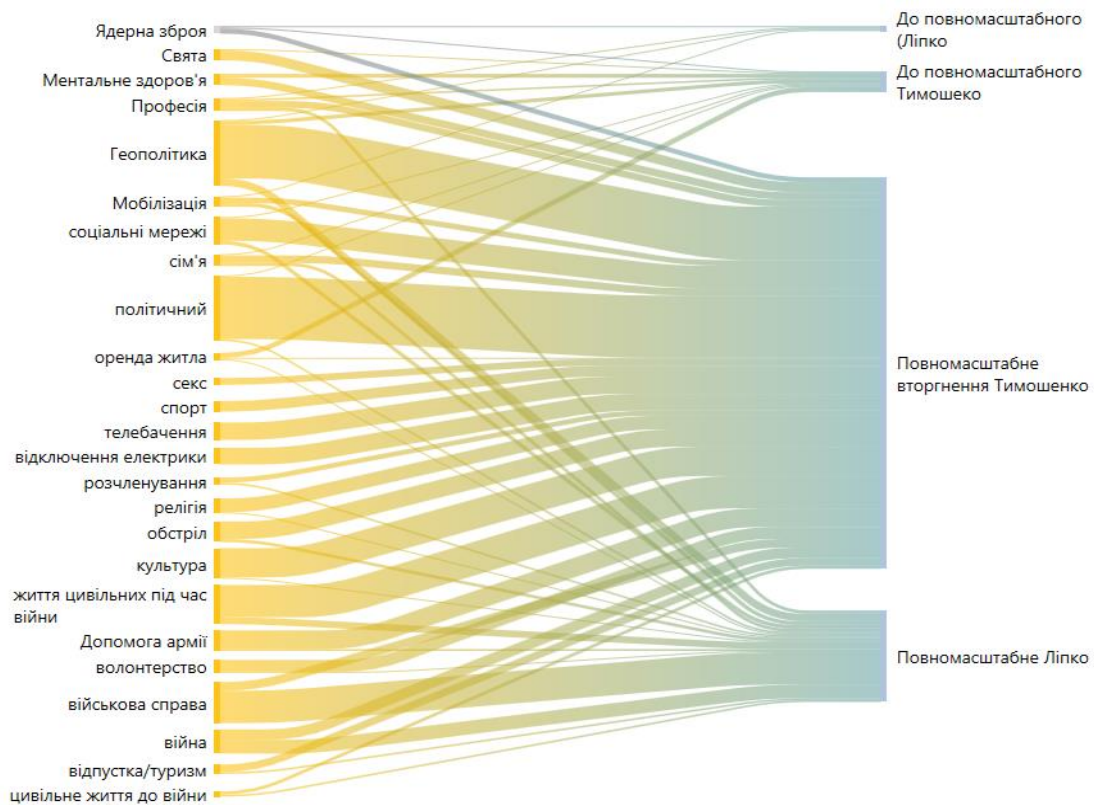
3.2. Основні тематики гумористичного контенту

З січня 2022 року по 23 лютого 2022 року коміки найбільше жартували на тематику планованого наступу Росії на Україну (див додаток 1), також популярною було питання геополітики, ментального здоров'я та оренди житла і жартів про власну професію (побутовий гумор). Роблячи висновок з тематик жартів, можна говорити про те, що коміки висвітлювали те, що відбувалось в суспільстві, основні дискусії, які тоді відбувалися в медіапросторі, а також висвітлювали власні побутові проблеми, наприклад як пошук житла у Києві. Питання оренди було висвітлено часто, але тільки лише одним коміком, адже це була його особиста проблема в житті. За допомогою жартів, він доносив власні переживання та думки навколо особистих проблем, що на той момент

були присутні в його житті. Проте в даних жартах також були присутні взаємозв'язки з соціальним дискурсом, як, наприклад геополітичні жарти про відкликання Америки своїх дипломатів з України та жарти про наступ (див додаток 2). Ментальне здоров'я також один раз згадується в призмі геополітичного та історичного жарту, а саме розпадом СРСР, в усіх жартах до повномасштабного вторгнення фігурує тривожність або тривожні розлади, як основний аспект жарту (див додаток 3).

Перші місяці повномасштабного вторгнення (з 24 лютого по 30 квітня 2022 року) тематика жартів суттєво відрізняється від до повномасштабного вторгнення (див додаток 4). Найбільш поширеною темою були жарти про війну, смерть на війні, геополітичні жарти, жарти про соціальні мережі та події в соціальних мережах, жарти про економіку Росії та її майбутнє, висвітлювались побутові жарти (життя цивільних під час війни) тощо. В той самий час ми можемо спостерігати, що кількість опублікованих жартів коміками різко зростає. Автори публікували жарти практично кожен день в кількості від 1 до 8 дописів на день, особливо активно та багато публікував Ліпко, який в цей же період (в березні 2022 року) вступає до територіальної оборони міста Києва.

Під час повномасштабного (з 24 лютого 2022 по 31 грудня 2024) вторгнення найбільш поширеними жартами були: політичні, геополітичні, про військову справу (життя військових під час війни), про життя цивільних під час війни, про культуру (жарти, що пов'язані з культурою: книги, пісні, кіно тощо). При цьому доволі велика різниця між тематиками жартів між двома коміками. Для коміка, що вступив до армії найбільш застосованими тематиками залишається: військова справа, війна, життя цивільних під час війни та геополітика. В той самий час інший комік найбільшу кількість жартів присвячує політичному та геополітичному контексту країни, а також життю цивільних під час війни.



Малюнок №3: Тематика жартів в “Х” з 2022 по 2024

Виходячи з аналізу стає зрозуміло, що гумор від коміків в цілому відображає їх особистий досвід та контекст, який вони переживають. Перший комік займаючись військовою справою передає через жарти свою особисту біографію, другий комік є за освітою політологом і через жарти передає свої власні ставлення та думки, які стосуються ситуації в світі та країні. При цьому обидва коміки знаходять свою аудиторію, якій відбивається цей досвід, що вони передають через жарти.

Тематика жартів змінювалась як в межах до/ перші місяці повномасштабного вторгнення, так і протягом 3 років повномасштабного вторгнення. Найбільш стабільною тематикою, що була популярна в загальному в усі періоди були геополітичні жарти, також побутові жарти (жарти про професію (коміка, військового), жарти про життя цивільних під час війни, про оренду житла) теж можна знайти в топах використання на всіх періодах. В перші місяці були найбільш використані жарти про смерть на війні, саме в контексті масової загибелі росіян, а також економічні жарти щодо майбутнього занепаду Росії та її економіки.

3.3. Емоційна тональність гумору

Порівнюючи період до повномасштабного вторгнення з першими місяцями вторгнення видно, що в період до повномасштабного вторгнення нейтральна та темна тональність були практично рівно цільно використанні в жартах коміків. Світлий гумор найменше використовується коміками для формування жартів. В перші місяці вторгнення темний гумор був найбільш поширений в обох коміків, а через збільшення загальної кількості дописів, через збільшення активності коміків у соціальних мережах, показник кількості темного гумору вищий ніж до повномасштабного вторгнення. В цілому, що в перші місяці, що до повномасштабного вторгнення найбільше коміки використовують темний гумор, а найменше світлий гумор.

		● ◆ Нейтральний 🗨️ 252	● ◆ світлий гумор 🗨️ 231	● ◆ Темний гумор 🗨️ 605
🗨️ 3: До (Ліпка)	🗨️ 26	2		1
🗨️ 4: До (Тимошенко)	🗨️ 108	8	2	7
🗨️ 38: перші місяці Ліпка	🗨️ 420	9	2	22
🗨️ 39: перші місяці Тимошенко	🗨️ 213	3	5	18
Totals		22	9	48

Таблиця №1: Емоційна тональність гумору до та перші місяці повномасштабного вторгнення (цифри в рядка означають кількість закодованих кодів в конкретному документі до та перші місяці повномасштабного вторгнення; цифри в колонках означають кількість закодованих кодів емоційної тональності в усіх документах)

Використання емоційної тональності змінюється, коли аналізуються жарти в період повномасштабного вторгнення. Знову ж таки найбільш поширеним є темний гумор, проте жартів зі світлою та нейтральною тональністю однакова кількість. В коміка Ліпка найбільш поширеним є використання темного гумору, далі нейтрального і тільки потім світлого. В коміка Тимошенко найбільш поширеним є також темний гумор, а потім світлий і лише потім нейтральний, проте сильної різниці в відсотковому вживанні у коміків не виявлено.

		● ◆ Нейтральний ② 252	● ◆ світлий гумор ② 231	● ◆ Темний гумор ② 605
5: Повномасштабне Ліпка	② 646	17 28,33%	12 20,00%	31 51,67%
6: Повномасштабне вторгнення Тимошенко	② 1406	38 20,32%	43 22,99%	106 56,68%
Totals		55 22,27%	55 22,27%	137 55,47%

Таблиця №2: Емоційна тональність гумору під час повномасштабного вторгнення

В темному гуморі також виділили підтипи, такі як гумор шибеника, тобто гумор про самогубство, самопошкодження (Тихомірова, 2020: 230 стр.); насильницький гумор - будь-які насильницькі дії вчиненні на когось; самоіронія - також зазвичай несе в собі більш темну емоційну тональність. Порівнюючи використання цих типів темного гумору в межах до повномасштабного вторгнення та перших місяців вторгнення видно, що в перші місяці повномасштабного вторгнення найбільш часто використовуються насильницькі жарти. Ці результати збігаються з найбільш поширеними тематиками: військова справа, смерть на війні (див. додаток 6). Наприклад, доволі яскраво це видно в жарті: “Є відчуття, що російські матері просто радіють можливості зробити аборт вже коли дитині 18 років. Для цього достатньо поїхати в Суми”. В цьому жарті описанні насильницькі дії: бездіяльність матерів щодо участі російських “синів” у вторгненні в Україну, піднімається питання смерті на війні, використовується порівняння смерті росіян на війні з абортom.

До повномасштабного вторгнення у Ліпка було використано лише самоіронію, а в Тимошенка найбільше було шибеницького гумору. Використання шибеницького гумору було пов’язано з фігуруванням в його жартах тематики можливого наступу Росії на Україну (див. додаток 7). Наприклад, коли він публікував власну афішу щодо планованого стендап туру він пожартував: “Їду в тур. На всяк випадок, на афіші я вже на небі”. Також в його жартах фігурувала дата - 16 лютого, на той час це була ймовірна дата нападу Росії на Україну, про яку йшлося в медіадискурсі.

		● ◆ гумор шибеника 👤 31	● ◆ Насильницький 👤 189	● ◆ Самоіронія 👤 192
3: До (Ліпка)	👤 26			2
4: До (Тимошенко)	👤 108	3	1	2
38: перші місяці Ліпка	👤 420	1	9	3
39: перші місяці Тимошенко	👤 213		10	1

Таблиця №3: Підтипи темного гумору використання до та перші місяці повномасштабного вторгнення

Аналіз підтипів темного гумору по роках (див. додаток 8) показав, що сплеск написання насильницьких жартів припав на перший рік повномасштабного вторгнення (з 24 лютого 2022 по 23 лютого 2023). Що можна пояснити тим, на які теми найбільше жартували коміки в цей період: військова справа, геополітичні жарти (про контекст і специфіку цих жартів буде пояснено нижче), життя цивільних під час війни. Також фігурування жорстокості в жартах пояснюється психотерапевтичною функцією темного гумору, тобто певним інструментом подолання стресової події у відповідь (Maxwell, 2003 цит. Ridanpää, 2019: 910 стр.).

В перший рік війни практично усі насильницькі жарти були спрямовані на росіян, тобто росіяни виступали основними акторами жартів. Основними ролями в цих жартах були: російські військові, російські матері, Путін, росіяни (див. додаток 9). Один з коміків, пояснює свої дописи в “X” так: “Для тих, хто нещодавно підписався - я завжди намагаюся робити толерантний та добрий гумор. Просто зараз всі нейрони озброєні та переведені в бойове положення, видана монополія на твіти ненависті до русні”.

Насильницькі жарти відображали події, які відбувалися в суспільстві, наприклад як прийняття закону про забезпечення участі цивільних осіб у захисті України (Верховна Рада України, 2022). Згідно з цим законом цивільній особі не будуть висунуті звинувачення та назначенні заходи покарання за нанесення тілесних ушкоджень, використання вогнепальної зброї та вбивства окупантів.

Відсторонитись від катастрофи в перший рік повномасштабного вторгнення було неможливо, через інтенсивність подій, постійний емоційний тиск в соціальних мережах та ЗМІ. Відсторонення від катастрофи важливе для того, щоб мати змогу висміювати катастрофу та себе під час катастрофи з позиції національної ідентичності (Ridanpää, 2019: 910 стр.). Самоіронічні жарти були менш поширеними і в цілому стосувалися побутових жартів: професія, риса особистості (див. додаток 10).

В другий рік повномасштабного вторгнення найбільш поширеним було використання підтипу самоіронія (див. додаток 8). Коміки могли використати лайку до самих себе. Вживали яскраві образливі епітети, типу сцикливий, недорозвинений. Також були присутні жарти про власне прізвище (див. додаток 11). В загальному самоіронічні жарти перегукувались з питаннями проблеми мобілізації (переховування від армії), політичним гумором. Також такі жарти були відповіддю на коментарі в соціальних мережах. Допомогали спростовувати поширенню неправдивої інформації, наприклад щодо переховування автора від армії. Прикладом цього є публікація фотографії з фронту із підписом: “Будучи українським коміком - недорозвиненим сцикливим підорасом, реалізую своє право на ахуєнне життя”.

Насильницькі жарти зазвичай були написані у відповідь на події в країні та світі: напад акули на росіянина в Єгипті, поліцейський застрелив 5-ти річну дитину, відкриття телеканалу Дім (див. додаток 12). Тобто, що в перший рік повномасштабного вторгнення, що в другий рік повномасштабного вторгнення - насильницькі жарти не були написані відповідно до звичайних побутових ситуацій (родина, професія). Агресія спрямовувалась або на ситуацію з росіянами: смерть на війні, бажання смерті росіян; або на геополітичний чи політичний дискурс. Яскравим прикладом такого гумору є жарт про абсурдність суддівської системи в Україні: “Цікавий факт про судову систему в Україні. За вбивство 5-річної дитини поліцейським дають 4 роки. Середня тривалість життя в Україні - 71 рік. Тобто, почавши службу у 25 років, поліцейський може вбити до 10 дітей, вийти і ще трохи пожити для себе.”.

Правда наскільки комічно абсурдна та сатирична, що коміку не доводиться використовувати додаткові елементи комедії. Даний приклад використання насильницького жарту відіграє в основному комунікативну функцію. Завдяки яскравій формі (гумору) дана ситуація чіпляє та краще запам'ятовується. Комік може висловити власні позиції та ставлення до судової системи. Також такі пости допомагають об'єднатися з однодумцями, проти спільного ворога - судової системи (та окремих суддів).

В своєму дослідженні українського мемного середовища в "X" в перші дні війни Роберта Браччале та Альйоті Коломбіні (2023) зробили схожі висновки. Автори зазначають, що гумор, який негативно забарвлений (передає негативні емоції) спрямований на ситуації у світі, висвітлює абсурдність позицій та підтримки України країнами заходу (Bracciale та інші 2023: 23-24 стр.). Тобто, ситуація у світі наскільки комічна та абсурдна, що не потребує додаткових гумористичних засобів. При цьому автори мемів підсвітлюють абсурдність ситуації обрамляючи жарти негативними емоціями. В дослідженні Роберти Браччале та Альйоті Коломбіні (2023) ці ситуації стосувалися геополітичного гумору, в моєму дослідженні це стосується соціально-політичного аспекту життя українців, а також спостерігається загальний тренд на проявлення зневаги, агресії, ненависті до росіян.

В третій рік використання насильницьких жартів та самоіронії була майже однаковою (див. додаток 8). Самоіронія використовувалась для того, щоб відповісти на коментарі в соціальних мережах, щоб висвітлити загальний дискурс щодо зборів та волонтерства зірок та як просто спосіб висміяти себе (див. додаток 13). Самоіронічні жарти будувалися на використанні порівняння себе з комахою, себе з іншими зірками. Також, одним з гумористичних засобів був сарказм та абсурд. Приклад жарту демонструє як поєднуються гумористичні форми з емоційною тональністю: "В цьому турі я роблю ряд благодійних концертів, з логічної причини - я дуже багатий. Не всім артистам пощастило як мені, народитися в селі Приміському і ні в чому собі не відмовляти з дитинства. Тому я їх розумію, вони ще бідні і я бажаю їм

заробити на кусень хліба. Ви ж можете не розмінюватися на дрібних артистів, а одразу прийти на мій лакшері стендап.”. В цьому випадку основним засобом є висміювання інших артистів, а самоіронія використовується в саркастичній формі для підкреслення абсурдності ситуації з волонтерством та зборами в країні. Даний жарт спрямований на виправлення певного дискурсу щодо участі та залученості зірок до проведення зборів та допомозі армії. В жарті чітко видно негативний емоційний тон.

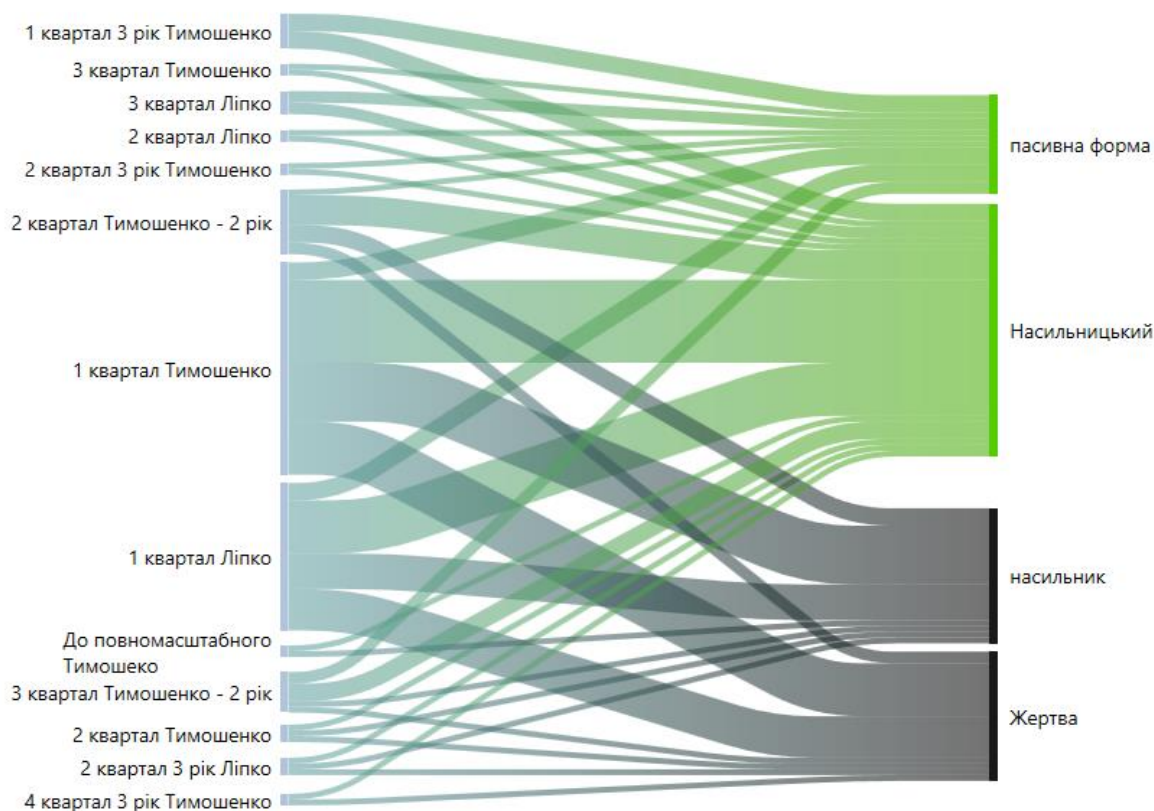
Насильницькі жарти в третій рік повномасштабного вторгнення, як і в попередні два зазвичай спрямовані у відповідь на якусь подію, стосуються питання геополітики, нападу росіян на Україну, війна між Ізраїлем та Палестиною (див. додаток 14). Проте, в цьому році також присутній і побутовий жарт, що стосується досвіду коміка, який перебуває в зоні бойових дій.

Плануючи аналіз насильницьких жартів я будувала припущення, що в насильницьких жартах завжди будуть фігурувати ролі: жертва та насильник. Проте, аналізуючи даний підтип жартів було помічено, що доволі часто насильницькі дії не мають прямого вказання на насильника. Часто автори, використовують пасивні форми: ракета впаде, в банку пересипте, жопу відірвало, закінчують війни в палаючому танці тощо (див. додаток 6,9,12). Дія відбувається без виконавця, часто вона вживається або в майбутньому часі - щось станеться; або в минулому - щось вже сталося. В гумористичних жартах історії, можуть містити тільки початок та кінець і мати пропущений основний момент, коли стається насильницька дія. В таких жартах, читач самостійно дописує цю частину історії і саме пропуск таких частин створює ефект комічного, хоча при цьому все ще несе в собі темний емоційний тон.

Найчастіше жертва, над якими вчиняється насильницька дія є росіяни (див. додаток 6). Росіян в жартах вбивають, стріляють, підпалюють. Насильники в жартах або відсутні, або насильниками виступають українці - це можуть бути як і загальна категорія українці, так і цивільні українці, військові українці, Зеленський тощо. Зафіксовано випадки, коли насильницьку дію вчиняють самі

росіяни, тобто знову ж таки дія відбувається пасивно, наприклад вони самі себе підпалюють, самі в себе стріляють, або не діють і через це гинуть або завдають собі шкоди. Також, є випадки, коли насильницьку дію вчиняють росіяни до росіян, наприклад матері до своїх синів. З цікавих кейсів, є висвітлення в жартах ситуації з акулою, коли автор, надає одночасно двом сторонам (акулі та росіянину) статуси і насильника і жертви: “По акулі в Єгипті. Наразі офіційної інформації немає, росіяни і акула звинувачують один одного. Скоріше за все, росіянин зник з природних причин.”. Такий гумористичний засіб висвітлює геополітичний дискурс західних країн щодо ситуації нападу Росії на Україну.

Найчастіше ролі насильник та жертва з’являються в першому кварталі першого року війни (з 24 лютого 2022 року по 30 квітня 2022 року). Пасивна форма насильницького гумору рівномірно присутня і в першому, і в другому, і в третьому році повномасштабного вторгнення, в перший рік війни кількість пасивної форми жартів була трохи вищою. Це все пояснюється загальною кількістю дописів, які були опубліковані в перший рік, а також тим, що насильницькі жарти частіше фігурували в цей період.



Малюнок №4: Типологія насильницьких жартів в період повномасштабного вторгнення

Українці не виступають як жертви в гумористичному дискурсі. Це можна пояснити в рамках теорії переваги (Meuer, 2000). Жарти розмежовують українців від росіян. Приписуючи, останнім негативні, слабкі риси, а також змальовуючи картини раптової, безглуздої смерті. Українці в жартах не є кровожерливими вбивцями, їх зображують без епітетів чи певних яскравих мовленнєвих конструкцій. Насилля, яке вони чинять просте (тобто не підкреслене агресивністю) - вбити, покласти, мати зброю та застосувати її. Таким чином - це допомагає роз'єднати українців з росіянами, відокремити їх національні ідентичності один від одного. На контрасті історій, які трапляються в жартах з росіянами та українцями відбувається висміювання перших та піднесення (злет ставлення) до других.

Отже, аналізуючи усі три роки повномасштабного вторгнення та вживання підтипів темного гумору, спостерігається висока кількість вживання

насильницьких жартів в перші місяці повномасштабного вторгнення. В цілому в перший рік повномасштабного вторгнення насильницькі жарти вживаються найчастіше серед всіх підтипів темного гумору. Це можна пояснити інтенсивністю кризових подій, які сталися на початку повномасштабного вторгнення. Під час кризових подій відбувається зміна нормальної життєдіяльності суспільства, наприклад люди в перші дні повномасштабного вторгнення не виходили на роботу, масово емігрували (Ridanpaa 2019: 901 стр.). В цей період відбувалися масові Ddos атаки на банківські та управлінські онлайн системи. Масова паніка створювала дефіцит медикаментів та товарів в магазині. Все це створює додаткове навантаження на емоційну систему людини. Людина потребує емоційного/психологічного розвантаження. А також меми та текстові жарти стають певним способом ідеологічної боротьби, ти немов приймаєш участь в боях, проти спільного ворога (Bracciale and Aglioti Colombini, 2023: 7 стр.). В другий та третій рік відбувається зниження використання насильницьких жартів, я пояснюю це тим, що інтенсивність подій зменшується, а суспільство емоційно адаптувалось до нової життєдіяльності. З аналізу видно, що найбільш поширеним у використанні протягом усіх трьох років була темна емоційна тональність гумору (див. додаток 15). Автори жартують про геополітичні, політичні та військові проблематики, а темний гумор використовують для висвітлення власних позицій, зачіпок аудиторії. Інколи, ситуація, про яку жартують, вже пронизана абсурдом та іронією, що єдиний засіб для того, щоб донести її комічно - це сарказм та темний емоційний тон.

З аналізу ролей: насильник/жертва - стало зрозуміло, що найчастіше росіяни зображуються як “жертви”, над якими вчиняються якісь дії без їх згоди. Росіяни в жартах бездіяльні, вмирають безглуздою смертю або травмуються комічним шляхом. Нерідко дії з ними трапляються в пасивній формі (не зрозуміло, хто є насильником) і ці дії трапляються через їх бездіяльність. Українці виступають як “насильники”, проте їх дії не підкреслені

агресивними чи жорстокими епітетами. На цьому контрасті відбувається піднесення (звеличення сили) українців та висміювання слабкості росіян.

3.4. Зброя й політичні лідери на передовій жартів

Цікавим в рамках дослідження є розгляд фігурування в жартах різного виду зброї. Не всі темні жарти містять в собі використання зброї. Як і не всі жарти, в яких є згадка зброї можна віднести до темних жартів. Проте, вживання зброї та частота згадки тієї чи іншої зброї може говорити про певні події, які відбуваються на фронті, світовій арені або внутрішній політиці. В цілому до повномасштабного всього-на-всього в одному жартів фігурувала згадка зброї, при цьому один з коміків взагалі не вживав види та типи зброї в жартах. В перші місяці війни було 12 разів згадано різні види зброї.

		◆ зброя 166
📄 4: До повномасштабного Тимошеко	108	1
📄 38: 1,5 місяця Ліпко	420	3
📄 39: 1,5 місяці Тимошенко	213	9

Таблиця № 6: Фігурування згадки зброї до повномасштабного вторгнення та в перші місяці повномасштабного

Протягом 3 років зброя фігурувала в жартах 39 разів, ядерна зброя та ядерний удар по 7 разів (див. додаток 16). Ядерна зброя також згадувалась в жартах до повномасштабного вторгнення 2 рази, як відповідь на дискурс про відновлення ядерного потенціалу України. Найчастіше під кодом “Зброя” закодовано: Хаймерси, просто зброя, ракети.

При попередньому аналізі жартів було помічено, що в жартах доволі часто згадуються різноманітні політичні діячі. Найчастіше фігурують Зеленський та Путін, 24 та 29 разів відповідно. Було помічено різницю в підходах до жартів над політичними лідерами в Україні та Росії. В своєму дослідженні Wiggins

виявив, що росіяни зображують Путіна як сильного та мужнього гетеросексуального чоловіка, який любить тварин та відданий православної церкві (Wiggins, 2016: 469-470 стр.). Українські жарти були пронизані елементами зневаги до президента Росії, вони приписували йому боягузтво, наприклад: “Він не виходить з бункера”, “Він скоїть самогубство”, “Він вже скоїв самогубство”, “Путін боїться наступити на розтяжку”. Також українські жарти згадували Путіна ототожнюючи його з державним апаратом, наприклад: “За наказом Путіна”, “Путін оголосив часткову мобілізацію”, “Путін наказав”. Слабкість російського лідера також підкреслювалась в насильницьких жартах, де Путіну саркастично або прямо надавали роль жертви. Наприклад: “Наступне інтерв’ю Раміна може взяти у путіна, дізнатися про його проблеми в житті, зрозуміти, що він не хотів війни, його змусили росіяни і особисто труп лєніна. путін просто жертва режиму. «Если у вас есть знакомые путины, покажите им это видео, они должны знать правду!»”. Даний жарт, висміює російську риторику щодо нападу Росії на Україну, він також націлений на українську журналістику та зірок, що мають нечіткі політичні позиції. Через абсурд, де Путін виступає як “жертва”, автор висміює дискурси та риторики, з якими не погоджується. Присутні також жарти, де Путін дійсно виступає як жертва, наприклад, де його катують, б’ють чи вбивають. Зазвичай ці жарти передають тільки темний емоційний тон і слугують психотерапевтичним інструментом для аудиторії.

Українські та європейські політики в російських мемах висміювались через приписування їм гомосексуальності (Wiggins, 2016: 466-469 стр.). За результатами проаналізованих українських жартів схожих сюжетів не було виявлено. В даних, окрім Зеленського та Путіна найчастіше згадувалися (6-5 разів): Кличко, Макрон, Ленін, Трамп. Також, 5 разів згадувався Коломойський. Практично всі політичні діячі згадувалися в негативному контексті, окрім Зеленського та Бориса Джонсона. До Макрона, Байдена та Путіна було зафіксовано пряме вираження зневаги в тексті, лайку та образи. Декілька разів автор гумористичного контенту жартував про потребу Макрона

знайти свої яйця (мається на увазі первинна статева ознака “тестикули”), звинувачуючи в боягузтві. Якщо росіяни висміюють орієнтацію, то в українських жартах було знайдено ознаки висміювання гендерної ідентичності.

Зеленський в жартах не був наділений особливими рисами, як, наприклад в російських мемах виділявся Путін. Зазвичай Президента України згадували в контексті гео(політичних) сюжетів, як того, хто виконує певну політичну дію: видає нагороди, підписує нові закони, звертається до населення. На відміну від жартів про Путіна, Зеленський лише підписує накази, а не видає чи наказує. Через жарти автори передають різницю державної системи ухвалення та прийняття рішень в Україні та Росії. Жарти про Зеленського також передають досвід президента, а саме його минулу кар’єру гумориста. Наприклад, “Комік виграв світову війну”, “Озброєні українські стендапери готові вбивати русню під керівництвом судді шоу «Розсміши коміка»”. Таким чином створюється контраст між “псевдосильним” (в головах росіян) Путіним та (коміком) Зеленським, який очолює, керує, домовляється. Ставлення до Зеленського виражається нейтрально та позитивно, висміювання його минулого має світлий підтон та використовується для піднесення його чеснот в сьогоденні. Тільки в одному з жартів було висміяно Зеленського як того, ким керують як маріонеткою (Єрмак). В насильницьких жартах Зеленський виступає в ролі насильника, той хто б’є Путіна, або домовляється, щоб президента Росії побили.

Окрім висміювання та згадки політичних діячів доволі часто згадується Папа Римський та Ілон Маск. Жарти про них пишуть у відповідь на їх промови щодо потреби примирення України та Росії та про ситуації щодо російсько-української війни. Такі жарти передають зневагу авторів до даних осіб. Проте найчастіше зневага фігурувала в тексті до Росії, російського та проросійського (28 разів), з них 17 жартів було написано в перші місяці війни. Можна зазначити, що жарти про Росію та все російське писалися найчастіше. В порівняння в перші місяці війни Росія згадується 31 раз, при цьому Україна

всього-на-всього 10. Україна та українці в перші місяці війни фігурували в жартах поза текстом, тобто автори робили натяки спираючись на контекст жартів. Росіяни ж згадувались під різними іменами і доволі часто: Путін, мародери, армія, солдати, русня.

Отже, аналіз гумористичного контенту на згадку зброї та політичних діячів підтвердив, що комунікативна функція гумору є багатовимірною і гумор виходить за межі суто розважального контенту. Частота згадок різного виду озброєння на початку повномасштабного вторгнення висвітлює підвищений інтерес до засобів збройного спротиву. Жарти, де згадувались політики формують окремі дискурси. Залежно від контексту жарти передають до політичних діячів зневагу, підтримку, а також сатиричне осмислення державного апарату (владних структур). Найбільше уваги отримують Володимир Зеленський та Путін, проте їх образи формуються за протилежними емоційними та ідеологічними напрямками. У той час, як Путіна висвітлюють як слабкого та боязкого, жарти про Зеленського підкреслюють його дієздатність, легітимність та трансформацію з коміка у лідера. Жарти передають також ставлення до геополітичних позицій щодо російсько-української війни. При цьому Росія, її лідери, військові залишаються головним об'єктом для зневаги, яка реалізується через гумор. Згадки зброї, політичних діячів є важливими індикаторами соціального досвіду війни, емоцій та ставлення до політичних дискурсів - всередині країни, ворожих та західних.

3.5. Функції гумору в часи російсько-української війни

Як вже було зазначено вище, гумор виконував різноманітні функції, в основному більшість функцій були пов'язані з комунікаціями, консолідуванням населення, емоційною розрядкою психіки.

В цілому при аналізі даних найбільше було помічено ряд функцій, які гумор відіграє в комунікаціях. Найчастіше автори використовували висміювання. Через висміювання ситуацій та персоналій, можна було привернути увагу до події, особливо, якщо подія була абсурдною та несправедливою за думкою

авторів, а від політичних лідерів очікувалось більших дій та чіткої позиції. Висміювання також допомагало протиставити дві ідентичності, найчастіше це було в контексті національної ідентичності українців та росіян. Протиставлення ідентичностей допомагало консолідувати суспільство проти спільного ворога, а також надавати ворогам негативних та комічних рис.

Важливим було використання гумору для спростування фейків. Цю функцію було найчастіше помічено в жартах на початку повномасштабного вторгнення. Ці жарти спростовували заяви Росії про те, що у них немає втрат серед військових (див. додаток 17). Наприклад: “«ленин жил, ленин жив, ленин будет жить». Про яке об’єктивне визнання втрат з російської сторони може йти мова, якщо навіть по лєніну досі потерь нет”. Висміювання певної культури та наративів, які існують в Росії показувало, наскільки легко російська влада може створювати фейки і пропагувати певні ідеї в російське суспільство.

Гумор також було використано як донесення особистих дискурсів та ідей. Це могли бути жарти в реакцію на незаконні забудови в Києві, знесення будівель в Києві, несправедливість судової системи, корупційні та політичні скандали. На сьогодні в Україні доволі обмежені способи, за допомогою яких можна вибудовувати комунікацію між державою та суспільством. Обмеження введено щодо contentious politic (суперечлива політика): мітинг, пікети, бунти, революції (Abdo, 2021). Такий тип комунікації держави та українського суспільства був доволі поширеним та застосованим. Проте, зараз комунікація відбувається через петиції, тобто інституційно (Зеленько, 2018: 42-23 стр.). Винесення проблемних питань в соціальні мережі та підняття критично важливих дискурсів в соціальних мережах є способом привернення уваги населення до проблеми, згуртування та консолідації проти спільної проблеми або ворога в середині держави, а рівень залученості громадян та інституцій до комунікації через мемні практики був оцінений, як один з найвищих в історії станом на 2023 рік (Bracciale and Aglioti Colombini 2023: 7-9 стр.).

В жартах були помічені заклики до дій, тобто гумор виступав як інструментом не лише для підсвітлення певних наративів, дискурсів та питань, а також як і мотиваційний інструмент. Наприклад: “А, ну і ще за здачу крові вас поять чаєм, дають печиво та 75 гривень, які ви можете віддати армії”, “Витрачайте гроші на армію, бо не важливо скільки років твоїм кросівкам, якщо ти гуляєш в них по зруйнованій червоній площі”. В жартах висвітлювались майбутні перспективи того, що буде якщо зробити певну дію. Гумор також інформував про певні правила, наприклад щодо потрібних пауз між донаціями, що потрібно зробити, щоб здати кров і подібне.

Вище вже було доволі багато розписано про психотерапевтичну функцію, вона зазвичай помічається в жартах з темною емоційною тональністю. В таких жартах були висвітлені теми смерті, використано лайку та прямі образи політичних лідерів та медійних осіб. В них могли бути підкреслено абсурдність певних ситуацій.

Отже, найчастіше гумористичні практики використовувались для висміювання абсурдних та несправедливих подій, з метою привернення уваги до українських проблем світової спільноти. Такі жарти могли бути опубліковані англійською, якщо основною аудиторією спрямування були мешканці західних країн. Російська в жартах могла бути використана для передання контекстів, наприклад в жартах, які побудовані у вигляді діалогу. Я не вважаю, що жарти, де фігурувала російська чи змішували українську та російську, були націлені на російську аудиторію. Жарти, де фігурувала російська найчастіше з'являються на початку повномасштабного вторгнення і передавали певні наративи російської влади. Висміювання росіян сприяло згуртуванню на основі національної ідентичності через висвітлення різності з ворогом. Гумор також допомагав спростовувати фейкову інформацію і дискредитувало російську пропаганду (див. додаток 18).

Гумор виступав інструментом донесення особистих та соціально-політичних дискурсів (функція роз'яснення), особливо в умовах обмеження contentious politics, коли ключовими каналами комунікації стали петиції та соціальні мережі.

Саме жарти стали ефективним способом залучення громадян до політичної ситуації в країні. Гумор також мав і мотиваційний характер. Автори заохочували до донатів, здачі крові, участі в спротиві. Темна емоційна тональність деяких жартів виконувала психотерапевтичну роль, даючи змогу артикулювати страх, злість і біль через сатиру, нецензурну лексику або гіперболізований абсурд.

Таким чином, гумор постає як багатофункціональний інструмент комунікації між державою і суспільством, особливо ефективний у кризовий період та в умовах обмеженого доступу до неінституційних форм комунікації.

Висновок

За результатами проведеного аналізу гумористичного контенту в онлайн медіа було підтверджено, що в кризові періоди збільшується активність аудиторії в соціальних мережах. Найбільш сталими тематиками жартів протягом 3 років були: геополітика: жарти про наступ, жарти про західних політиків, жарти про дії заходу, жарти про Росію; побутові жарти: професія (коміка, військового), жарти про життя цивільних під час війни, про оренду житла, сім'я. В перші місяці повномасштабного вторгнення (24 лютого - 30 квітня) були популярні жарти про смерть на війні росіян, а також майбутній занепад Російської економіки.

Аналіз емоційної тональності гумору показав, що темний гумор стабільно протягом усіх 3 років був найбільш застосований до жартів. Найменше коміки використовують світлий гумор. Результат аналізу підтипів темного гумору (насильницькі жарти, гумор шибеника, самоіронія) показав, що в перший рік найчастіше коміки використовували насильницькі жарти. Це пов'язано з високим рівнем стресу, пережитою суспільством травмою та потребою в емоційному розвантаженні під час кризи. Насильницькі жарти передавали ставлення до росіян та Росії, а також малювали бажані для українців картини майбутнього України та Росії.

В другий та третій рік повномасштабного вторгнення насильницькі жарти використовувались менше за інші підтипи. Суспільство вже пристосувалось до нових умов життєдіяльності під час війни. Проте загальна темна емоційна тональність жартів залишається домінантною. Використовуючи темний гумор автори реагують та висвітлюють події у світі, на фронті та всередині країни.

При аналізі насильницьких жартів виявлено, що росіяни частіше зображаються як “жертви” власної глупоти, які потрапляють у безглузді ситуації через власні дії чи бездіяльність, а також російські національні наративи. Україні виступають як “насильники” (ті, що дають гідну відсіч), проте вони не зображуються жорстокими чи агресивними. Цікавою є поява пасивної форми насильницьких жартів - жарти в яких насильницька дія вчиняється сама собою, або росіяни самі її вчиняють.

Дослідження згадки зброї та політичних діячів показує, що гумор виконує багаторівневу складну комунікативну функцію. Частота згадок зброї в перші місяці повномасштабного вторгнення показують підвищений інтерес суспільства до збройного спротиву та отриманні допомоги від Заходу. Жарти про політиків формують різноманітні дискурси: підтримка, зневага, сатиричне зображення політичної та геополітичної ситуації. Найбільше в жартах висвітлюють Зеленського та Путіна: перший в жартах має образ легітимного лідера, другого висміюють та зображають боягузом, дискредитуючи російський наратив про їх сильного, справедливого лідера.

В підсумку аналізу можна побачити, що гумор виконував: консолідуючу, інформаційну, мотивуючу, наративну та психотерапевтичну функцію. Через висміювання абсурдних та несправедливих подій в світі чи висловлювань (бездіяльності) політичних діячів автори намагалися достукатися до західного суспільства. Протиставлення в жартах “Ми” та “Вони” групи допомагало згуртувати суспільство за ознакою національної приналежності та піднесення українськості. Гумор на початку повномасштабного вторгнення активно використовувався для спростування фейків та дискредитації російської пропаганди. А оскільки жарти - це також один зі способів донести свою думку,

автори надавали свої коментарі щодо політичних дискурсів через жарт. В загальному жарті могли допомогти згуртувати суспільство, привернути увагу до проблеми, проінформувати про можливості підтримати армію, закликати до підтримки армії, окреслювали відмінності українців від росіян. В рамках того, що неінституційні способи комунікації (пікети, протести, бунти, наметові містечка) суспільства та державних інституцій були обмежені через повномасштабне вторгнення (введення воєнного стану) - гумор в соціальних мережах - актуалізується та збільшує свій вплив в рамках комунікацій.

Висновок

Змінна соціального, політичного економічного та культурного життя суспільства, яка відбувається під час кризових подій несе за собою певні наслідки. В рамках дослідження було ознайомлення з гумором як міждисциплінарним концептом, що має глибокі та давні витoki. Було опрацьовано новітні теоретичні підходи до вивчення гумору в комунікаціях: полегшення, невідповідності та переваги. І об'єднавши між собою теорію переваги та полегшення та частково використовуючи підходи з теорії невідповідності було виведено основні функції, які виконує гумор під час кризових подій: ідентифікації, роз'яснення, примусу, диференціації, а також психотерапевтичну. Також було використано три емоційні тональності гумору: світла, темна та нейтральна. В рамках темної тональності було виділено три підтипи: гумор шибеника, самоіронія та насильницький гумор. Останній було виведено самостійно спираючись на наявне законодавство та опрацьовану теорію з функціонування темного гумору під час кризових подій. Аналіз проведених досліджень показав, що автори розкривають основні тематики гумору, образи акторів гумористичних сюжетів, функції, намагаються об'єднати жарти в кластери згідно з тематикою та емоційним забарвленням. Проте, дані дослідження гумору в онлайн просторі під час війни доволі скупо описують темний гумор та його підвиди. Також, в дослідженнях не було даних щодо того, чи відбуваються якісь зміни в гумористичному

контенті в період війни. Не розкривають питання того, чи є різниця в гумористичному контенті під час кризового періоду та до нього.

Моє власне дослідження доповнило наявні дослідження, а також розкрило різницю в гуморі до повномасштабного вторгнення та під час. Звісно для подальших досліджень було б корисно розширити діапазон та кількість обраних кейсів, щоб перевірити отриману інформацію на репрезентативному масиві даних.

В цілому аналіз онлайн гумору в “X” показав, що в кризові періоди (початок повномасштабного вторгнення) збільшується кількість гумористичного контенту. Українські коміки жартують на геополітичні теми, при цьому не забувають про побутовий гумор (професії, оренда житла, хобі, життя цивільних під час війни). Більшість жартів як до повномасштабного вторгнення, так і під час мають темну емоційну тональність. А в перший рік повномасштабного вторгнення, коли населення потерпає від інтенсивних, непередбачених трагедій - насильницькі жарти стають найбільш вживаними серед усіх підтипів темного гумору. Росіяни, Путін, російська армія зображаються як бездіяльні боягузи, які стають жертвами насилля через власні дії чи бездіяльність. Цікавим результатом стало виявлення пасивної форми насильницьких жартів, коли відсутній насильник або і насильник, і жертва. Насильницькі дії відбуваються, немов їх самі над собою вчиняють суб’єкти жартів, або не зрозуміло, хто саме зробив ці дії. Наприклад: “Нагадую, що росіяни можуть подорожувати світом з території України. Для цього вам треба взяти його у ручну поклажу або пересипати росіянина у ємність об’ємом до 100 мл”. З жарту не зрозуміло чому тепер росіянин у рідкому стані і хто зробив чи має зробити з ним насильницьку дію, щоб він став рідкого стану.

Жарти, в яких фігурують політики висвітлюють різноманітні емоції: зневага, підтримка, сатира. До більшості політиків було висвітлено зневагу. Підтримку або нейтральне ставлення отримали Зеленський та Борис Джонсон. Макрон, Трамп, Путін та Кличко усі виступали в жартах в ролі поганців, боягузів, а також ставиться під сумнів їх приналежність до чоловічої статі. Останнє

найчастіше можна було помітити до Макрона. Цей аспект відрізняє український гумор від російського. Росіяни виражають свою зневагу до західних/українських політиків через ставлення під сумнів їх гетеросексуальність. Проаналізовані мною жарти не мають випадків, коли хоч раз згадувалась сексуальна орієнтація персонажів гумору.

Висміювання дій політичних лідерів дозволяло комікам привернути увагу до проблем, які існують в Україні через російсько-українську війну і не чітку позицію політичних діячів західних країн. Тобто, гумор виконував функцію роз'яснення. Також було зафіксовано, що коміки використовували гумор, щоб закликати аудиторію до дій: донатія крові, допомога армії. Я б назвала - це функцією мотивації, хоча в рамках опрацьованої теорії, це також можна віднести і до функції примусу.

Зневага до росіян та їх висміювання, та піднесення українців та Зеленського в жартах виконувало одночасно функцію ідентифікації та диференціації. Це допомагало згуртувати суспільство проти спільного ворога та встановити різницю між нашими ідентичностями. Що на фоні російських наративів про схожість та братерство відіграло доволі вагомую роль. Спростування неправдивої інформації, російських фейків також було здійснено через гумор. Для цього авторам навіть не доводилось вигадувати складних гумористичних засобів. Абсурдність російських наративів та дискурсів полегшувало завдання висміяти та спростувати пропаганду, що в перші місяці повномасштабного вторгнення активно поширювалась на українську, західну та російську аудиторію.

Психотерапевтичну функцію для читачів та особисто для авторів виконували жарти, з темним емоційним тоном, особливо насильницькі жарти. Також автори використовували лайку та образи щодо політичних діячів, лідерів думок та самих себе, щоб емоційно розрядитись.

В умовах повномасштабного вторгнення та запровадження воєнного стану, що істотно обмежили можливості для неінституційних форм громадянської комунікації з державою (таких як пікети, протести, бунти, наметові містечка,

революції), гумор у соціальних мережах набув особливої актуальності та перетворився на впливовий інструмент суспільного висловлювання дискурсів та консолідації для вирішення певної політичної, соціальної проблеми.

Перелік використаних джерел:

1. Бородіна, Н. (2023). Сміх та дегуманізація: Чи можна співчувати акулі? Докса, (1 (39)), 78–89.
2. Воробйова, О., & Швець, В. (2023). Типологія засобів творення гумору в біографічному наративі (на матеріалі книги Бориса Джонсона “The Churchill Factor. How One Man Made History” та її українськомовного перекладу).
3. Зеленько, Г. І. (2018). Подолання кризи інституційної довіри як передумова розвитку соціального капіталу. У О. О. Рафальський, О. М. Майборода (Ред.), Політика суспільних реформ: стратегія, механізми, ресурси (с. 38–66). Київ: ІПіЕНД НАН України.
4. Кодекс України про адміністративні правопорушення. (1999). База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n1867>
5. Кретов, П. В. (2002). Символічна природа гумору: до питання постановки проблеми. Докса, (2), 16.
6. Паніотто, В. (2022). Соціологія в анекдотах. Київ: Дух і літера.
7. Про забезпечення участі цивільних осіб у захисті України: Закон України від 03.03.2022 № 2114-ІХ. (2022). База даних «Законодавство України»/ Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/go/2114-20>
8. Романовська, Л. І., Василенко, О. М., & Романовський, О. Р. (2023). Резильєнтність як складова професійної діяльності військових лікарів в умовах війни в Україні.
9. Станчишин, В. (2024). Емоційні гойдалки війни. Роздуми психотерапевта про війну (2-ге вид., доп.). Київ: Віхола.

10. Тихомірова, Ф. (2020). Пандемія у великому місті: парадокс коронавірусного сміху. Докса, (1 (33)), 227–239.
11. Філатова, Н. В. (2020). Гумор як засіб оптимізації психофізіологічного стану особистості.
12. Abdo, A. H. (2021). Contentious politics and its repercussions in Asia: The sharp end of contentious politics in China.
13. Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., ... & Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 136(2), 151–173.
14. Attardo, S. (2017). Humor in language. In *Oxford research encyclopedia of linguistics*.
<https://web.stanford.edu/class/linguist197a/attardehumorinlanguage.pdf>
15. Baker, J. E., Clancy, K. A., & Clancy, B. (2019). Putin as Gay Icon? Memes as a Tactic in Russian LGBTQ+ Activism. In R. Buyantueva & M. Shevtsova (Eds.), *LGBTQ+ Activism in Central and Eastern Europe: Resistance, Representation and Identity*.
16. Bender, P. K., Plante, C., & Gentile, D. A. (2018). The effects of violent media content on aggression. *Current Opinion in Psychology*, 19, 104–108.
17. Bracciale, R., & Aglioti Colombini, J. (2023). Meme Tales: Unraveling the Function of Memes in the Russian-Ukraine Conflict. *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, (4).
18. Elias, N. (1978). On transformations of aggressiveness. *Theory and Society*, 5(2), 229–242.
19. Giles, K. (2023). Humour in online information warfare: Case study on Russia's war on Ukraine. (No. 26). Hybrid CoE Working Papers.
20. Gournelos, T., & Greene, V. (Eds.). (2011). *A decade of dark humor: How comedy, irony, and satire shaped post-9/11 America*. Univ. Press of Mississippi.

21. Hofmann, J., Heintz, S., Pang, D., & Ruch, W. (2020). Differential relationships of light and darker forms of humor with mindfulness. *Applied Research in Quality of Life*, 15(2), 369–393.
22. Hussein, M. H. M. T., Ardash, M. S., & Mousa, H. N. K. (2023). Humorous visual content and its effect on social media users in light of the Covid-19 pandemic.
23. Meyer, J. C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory*, 10(3), 310–331.
24. Morreall, J. (2012). Philosophy of humor. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <https://plato.stanford.edu/entries/humor/>
25. Ridanpää, J. (2019). Crisis events and the inter-scalar politics of humor. *GeoJournal*, 84(4), 901–915.
26. Ridanpää, J. (2020). Crisis and humorous stories: laughing at the times of COVID-19.
27. Wiggins, B. E. (2016). Crimea River: Directionality in memes from the Russia-Ukraine conflict. *International Journal of Communication*, 10, 35.

Діаграма №1: тематика жартів до повномасштабного вторгнення

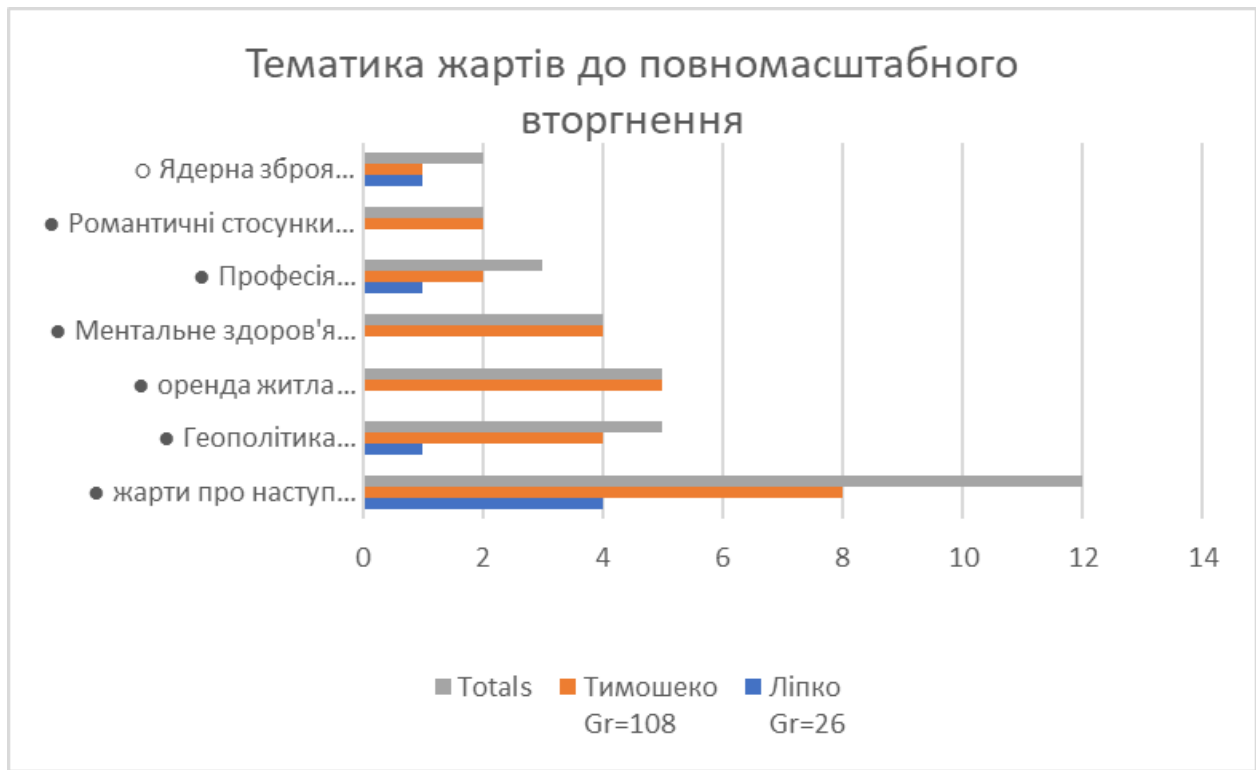


Схема №1: зв'язок тематик оренда житла з геополітикою та жартами про наступ

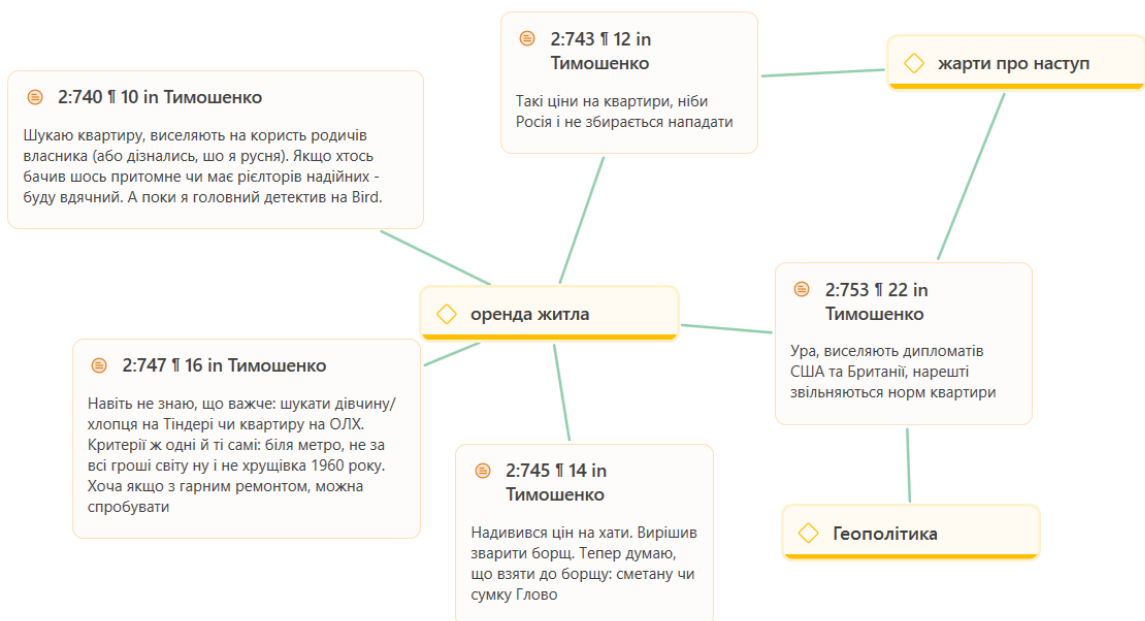
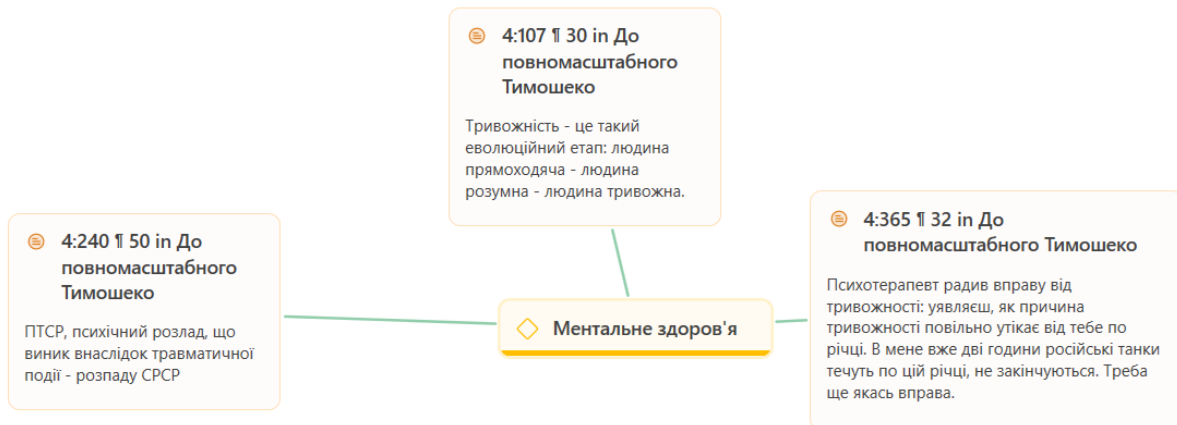
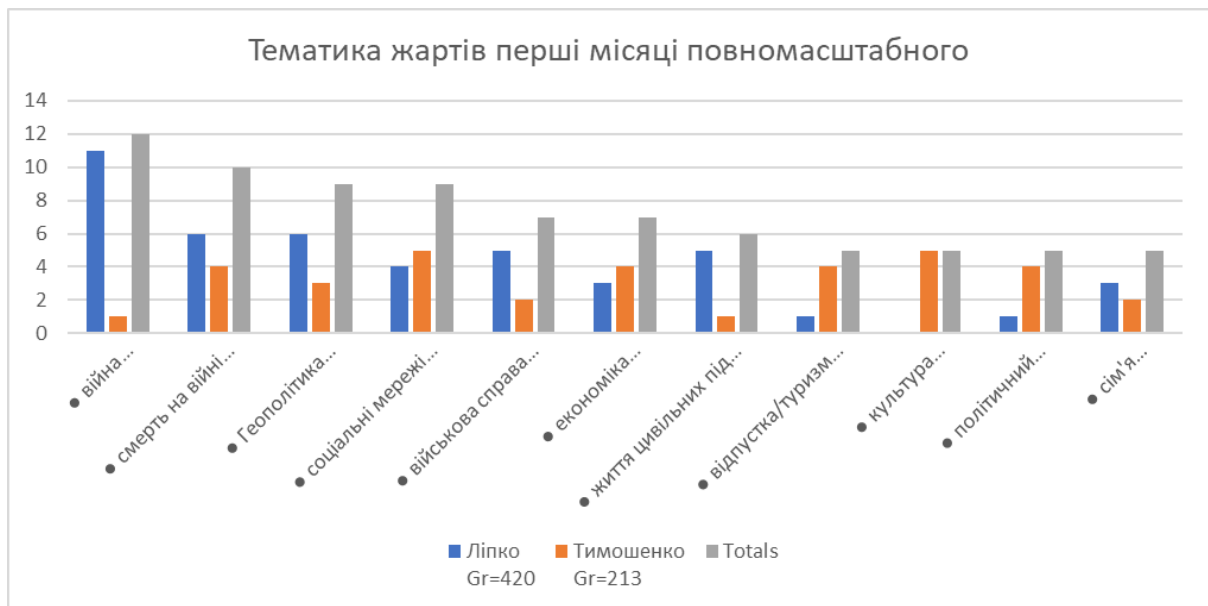


Схема №2: Ментальне здоров'я в жартах до повномасштабного вторгнення



Діаграма №2: Тематика жартів перші місяці повномасштабного вторгнення



Тематика жартів під час повномасштабного вторгнення

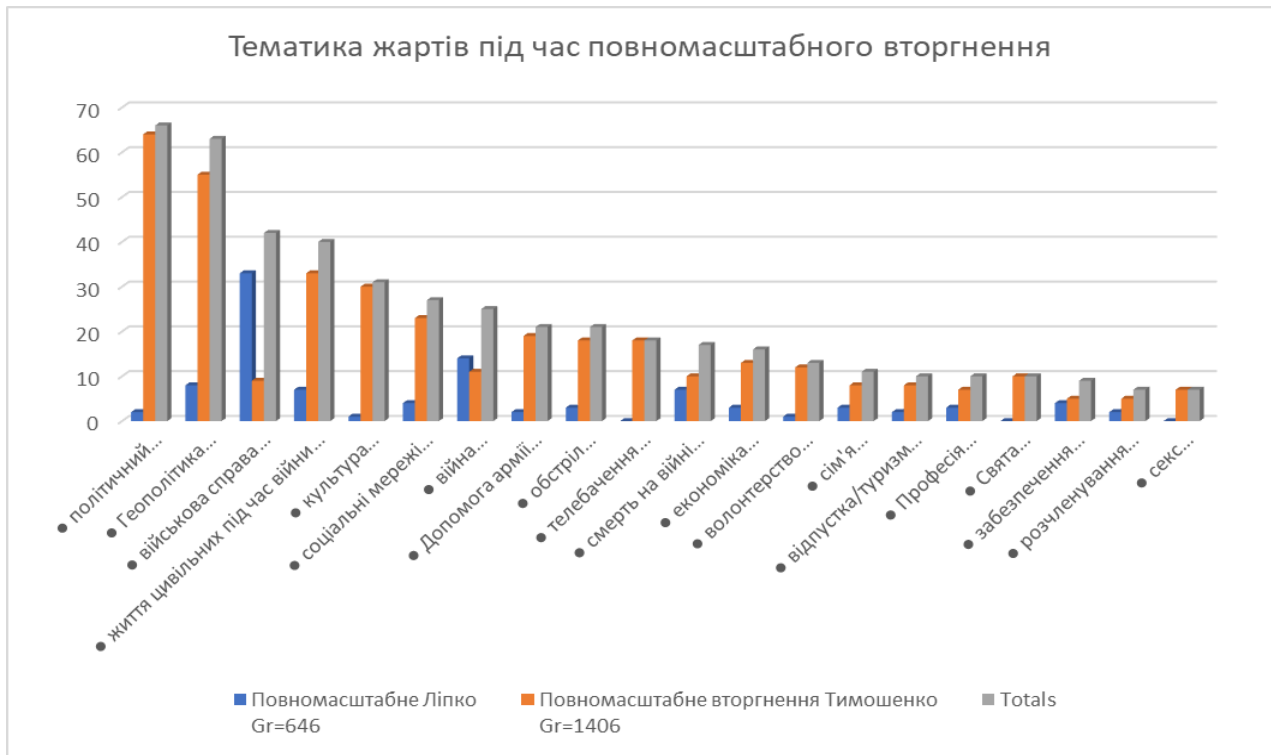


Схема №3: Приклади насильницьких жартів в перші місяці повномасштабного вторгнення

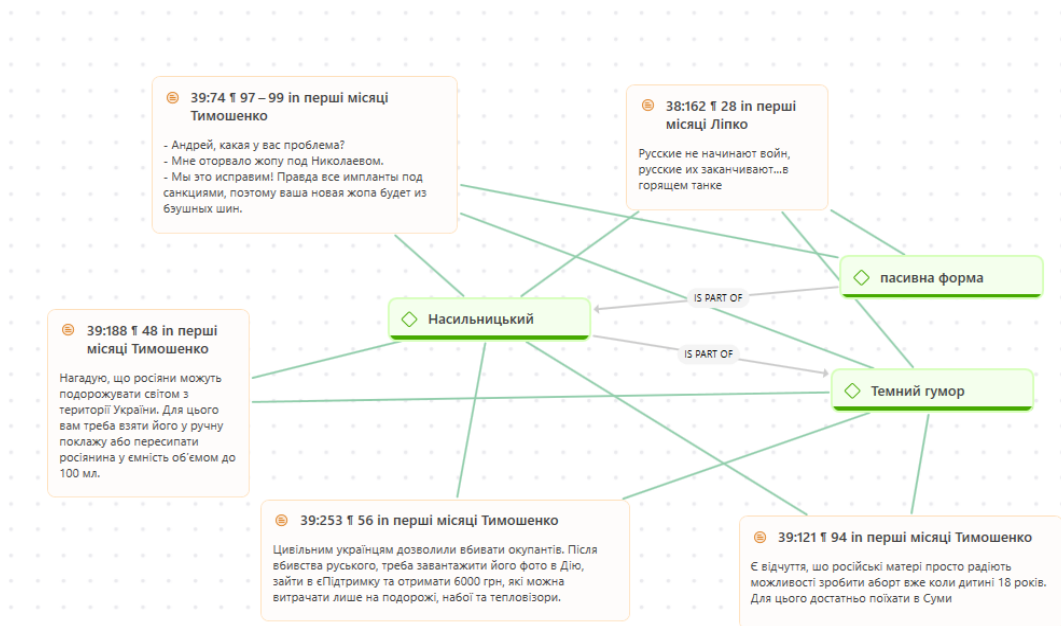
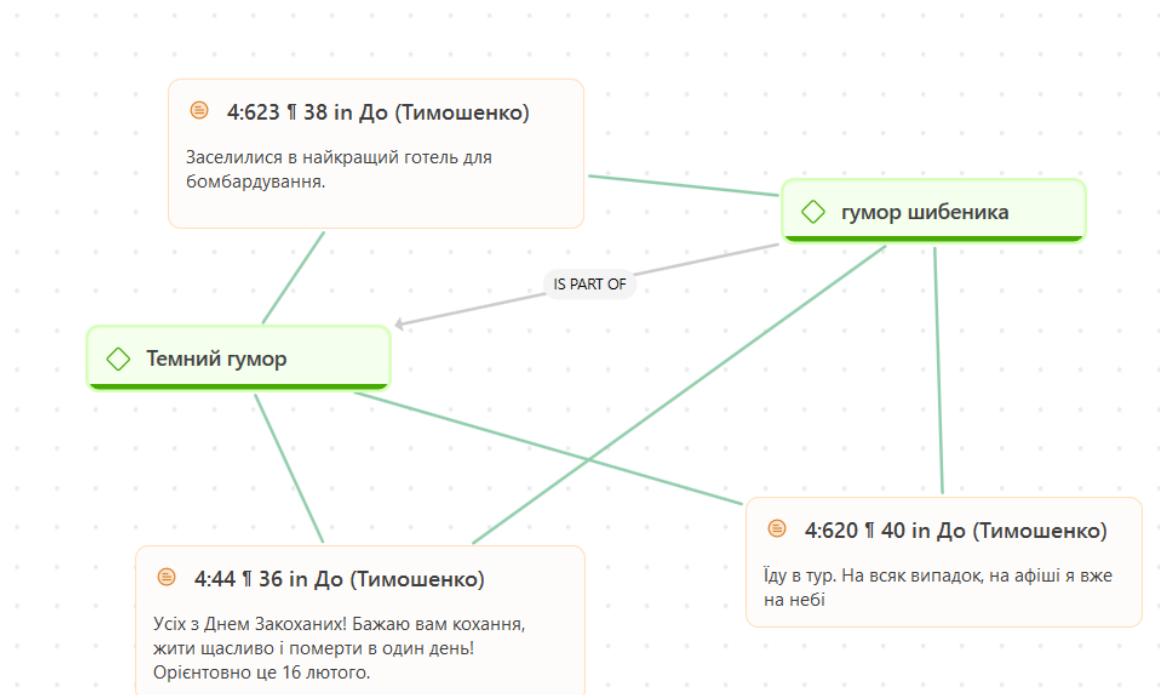


Схема №4 Приклади гумору шибеника до повномасштабного вторгнення



Таблиця №4: Підтипи темного гумору протягом 3 років повномасштабного вторгнення

		◆ гумор шибеника 31	◆ Насильницький 189	◆ Самоіронія 192
7: Перший рік повномасштабного Ліпка	604	1 5,56%	12 66,67%	5 27,78%
8: Перший рік повномасштабного Тимошен...	600	1 4,00%	16 64,00%	8 32,00%
10: 2 рік Ліпка	26			3 100,00%
11: 2 рік Тимошенко	474	2 6,45%	8 25,81%	21 67,74%
13: 3 рік Ліпка	15		1 100,00%	
14: 3 рік Тимошенко	332	2 13,33%	5 33,33%	8 53,33%
Totals		6 6,45%	42 45,16%	45 48,39%

Схема №5: Приклади насильницьких жартів в перший рік повномасштабного вторгнення



Схема №6 Приклади самоіронічних жартів в перший рік повномасштабного вторгнення

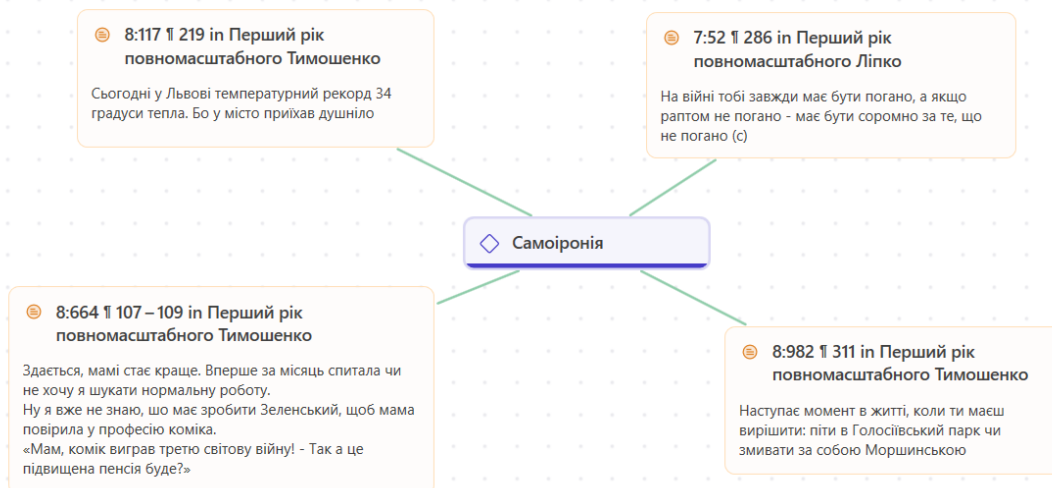


Схема №7: Приклади самоіронічних жартів в 2 рік повномасштабного вторгнення

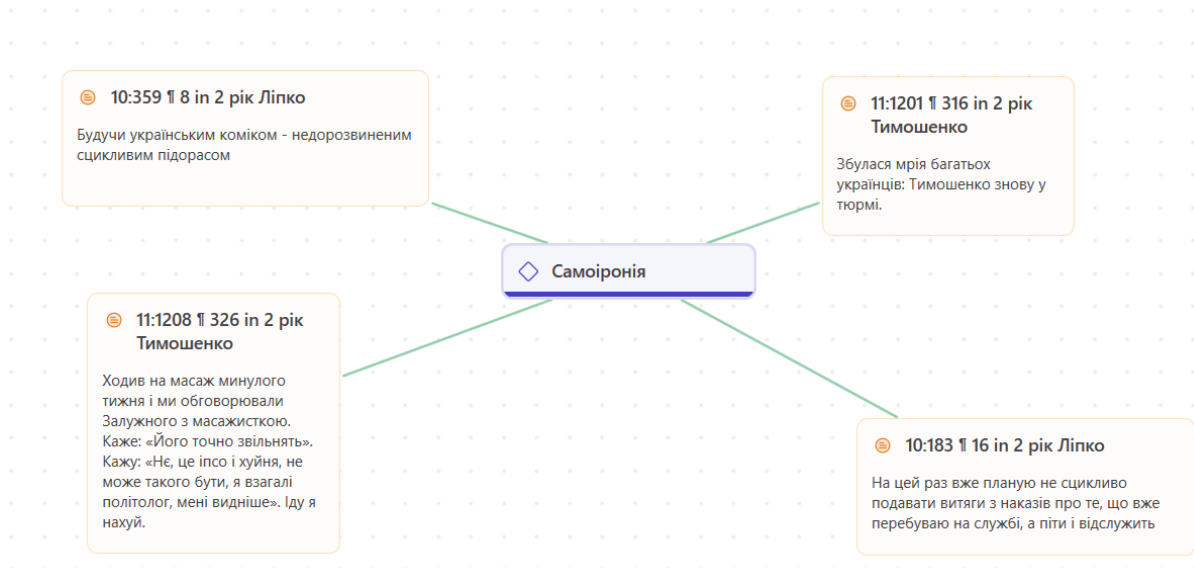


Схема № 8: Приклади насильницьких жартів в 2 рік повномасштабного вторгнення



Схема №9: Приклад самоіронічних жартів в 3 рік повномасштабного вторгнення

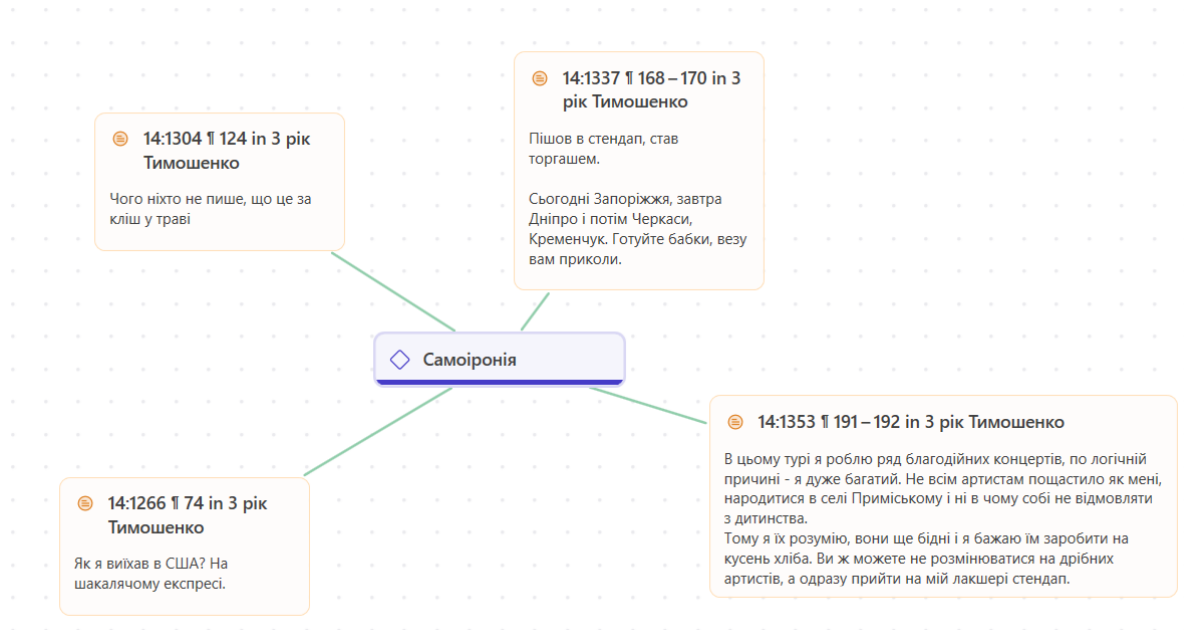
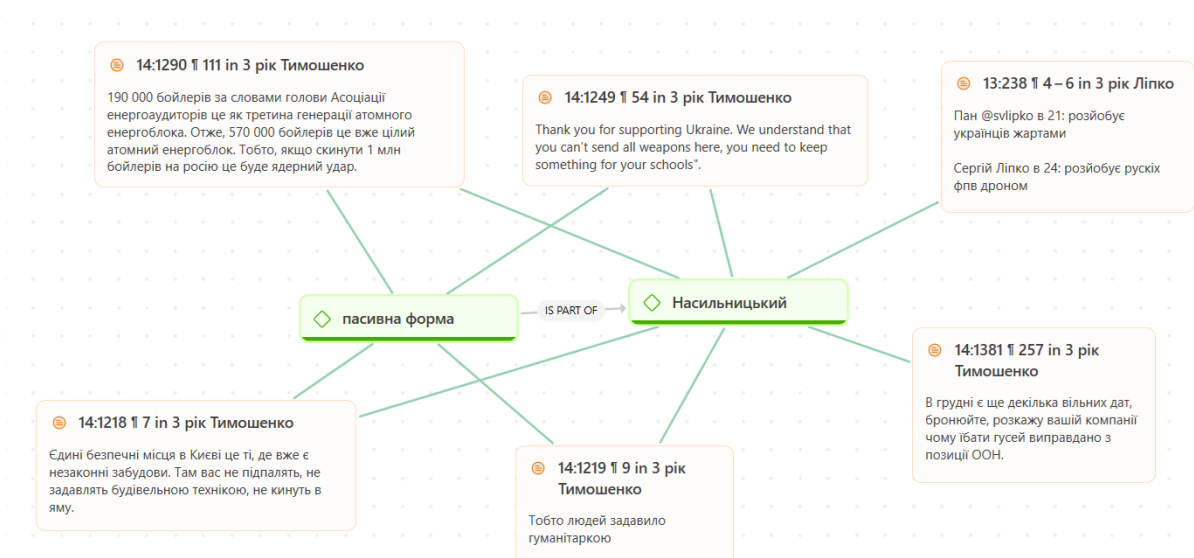


Схема №10: Приклад насильницьких жартів в 3 рік повномасштабного вторгнення



Додаток 15

Таблиця №5: Емоційна тональність гумору протягом 3 років повномасштабного вторгнення

		● ◆ Нейтральний ⑩ 252	● ◆ світлий гумор ⑩ 231	● ◆ Темний гумор ⑩ 605
7: Перший рік повномасштабного Ліпка	⑩ 604	16 29,63%	10 18,52%	28 51,85%
8: Перший рік повномасштабного Тимошен...	⑩ 600	17 21,52%	16 20,25%	46 58,23%
10: 2 рік Ліпка	⑩ 26	1 25,00%	1 25,00%	2 50,00%
11: 2 рік Тимошенко	⑩ 474	13 21,31%	17 27,87%	31 50,82%
13: 3 рік Ліпка	⑩ 15		1 50,00%	1 50,00%
14: 3 рік Тимошенко	⑩ 332	8 17,02%	10 21,28%	29 61,70%
Totals		55 22,27%	55 22,27%	137 55,47%

Додаток 16

Таблиця №7: Використання слів зброя, ядерна зброя та ядерний удар в проміжку 2022-2024 рр.

		◆ зброя ⑩ 166	◆ Ядерна збр... ⑩ 24	● ◆ ядерний... ⑩ 28
3: До (Ліпка)	⑩ 26		1	
4: До (Тимошенко)	⑩ 108	1	1	
7: Перший рік повномасштабного Ліпка	⑩ 604	10		1
8: Перший рік повномасштабного Тимошен...	⑩ 600	17	1	1
10: 2 рік Ліпка	⑩ 26	1		
11: 2 рік Тимошенко	⑩ 474	6		2
13: 3 рік Ліпка	⑩ 15	1		
14: 3 рік Тимошенко	⑩ 332	3	4	3
Totals		39	7	7

Малюнок №5: Хмара слів коду “Зброя”



Схема №11: Приклад жартів, які виконували функцію спростування фейків

