

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ  
Кафедра соціальної психології

Кваліфікаційна робота на отримання освітнього рівня «бакалавр»  
на тему:

**«Психологічні особливості сприймання різних типів  
гумору в умовах війни»**

**Роботу виконала:**

студентка 2 групи 4 групи  
спеціальності 053 «Психологія»  
Бортнічук Ірина Олександрівна

**Науковий керівник:**

кандидат психологічних наук,  
доцент кафедри соціальної психології  
Клименко Ірина Вадимівна

Допущено до захисту  
Кафедрою соціальної психології  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_  
Завідувач кафедри  
доктор психологічних наук, професор  
Коваленко Алла Борисівна  
\_\_\_\_\_ (підпис)

Робота захищена «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

з оцінкою \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГУМОРУ У ПСИХОЛОГІЧНІЙ НАУЦІ.....	8
1.1. Природа та психологічні функції гумору.....	8
1.2. Роль та специфіка гумору в умовах війни.....	16
Висновки до першого розділу.....	19
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНА СХЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙМАННЯ ГУМОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	22
2.1. Загальна методологічна схема дослідження та опис вибірки.....	22
2.2. Методичний інструментарій дослідження.....	32
Висновки до другого розділу.....	37
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙМАННЯ ГУМОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ .....	39
3.1. Аналіз особливостей сприймання різних типів гумору в умовах війни.....	39
3.2. Практичні рекомендації щодо використання гумору у публічних комунікаціях в умовах війни.....	54
Висновки до третього розділу.....	58
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	62
ДОДАТКИ.....	66

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Повномасштабне вторгнення, як один з етапів російсько-української війни, залишило і, на жаль, продовжує залишати значний відбиток на всіх сферах життя українського населення. Люди, що пережили цю трагічну подію, шукають різні способи подолання негативних емоцій та збереження емоційної та психічної стабільності. Один із шляхів у цьому пошуку є використання гумору. Гумор має потенціал мати позитивний вплив на загальний стан людини, зменшувати рівень стресу, покращувати настрій та психологічний комфорт.

Розуміння того, який тип гумору ефективний або найбільш прийнятний для людей з різним досвідом воєнних переживань, може виявитися цінним інструментом у розробці психологічних підходів, спрямованих на підтримку та допомогу цим людям. Дослідження міри індивідуальної чутливості до різного типу гумору у цій специфічній групі людей, котрі пережили воєнні травми та мають різні психологічні характеристики, може допомогти встановити зв'язки між сприйманням гумору та психологічним станом таких осіб. Це дозволить розробити індивідуалізовані підходи, орієнтовані на їх потреби, та сприяти процесу психологічного оздоровлення та адаптації.

У процесі дослідження важливо враховувати, що люди мають різні вподобання та смаки щодо гумору, а також різний рівень толерантності до різних його типів. Розуміння різних стилів гумору як однієї з психологічних характеристик людини може допомогти пояснити її загальне сприймання гумору, особливо в контексті повномасштабного вторгнення.

Дослідження індивідуальних реакцій на гумор у контексті воєнного досвіду може пролити світло на те, які фактори впливають на сприймання гумору та його ефективність у різних груп людей. Це дозволить виявити спільні тенденції та відмінності у сприйнятті гумору між людьми з різним

досвідом воєнних переживань та різними психологічними характеристиками. Наприклад, можливо встановити, що особи з великим досвідом воєнних подій більш схильні до іронічного чи саркастичного гумору, тоді як особам з меншим досвідом може бути більш прийнятний легкий або сентиментальний гумор.

Дослідження міри індивідуальної чутливості до різного типу гумору у цих контекстах є важливим для розробки індивідуалізованих підходів у психологічній підтримці та реабілітації осіб, що постраждали внаслідок воєнних конфліктів.

Результати дослідження міри індивідуальної чутливості до різного типу гумору у людей з різним досвідом переживання війни та різними психологічними характеристиками, а саме стилем гумору може мати не лише важливі теоретичні висновки – про загальну статистику сприймання гумору та що на неї впливає, а й важливі практичні наслідки. На основі отриманих даних можна розробити індивідуалізовані підходи до психологічної підтримки та терапії для людей з різним досвідом переживання війни, зокрема використовуючи гумор як засіб підтримки їхнього психологічного стану. Крім того, результати дослідження можуть бути корисні для психологів, які працюють з ветеранами або людьми, що пережили воєнні конфлікти, допомагаючи їм зрозуміти, який тип гумору може бути ефективним у роботі з цими групами.

Проблематикою психології гумору займалася значна кількість науковців, зокрема R. Martin, A. Shurcliff, B.G. Purzycki, B.L. Fredrickson, J. Caroll, P. McGee. Захисний потенціал гумору досліджували S. Bizi, G. Keinan, B. Beit-Hallahmi, M. Abel, C. Harris, N. Alvarado. Втім, подібні дослідження проводилися без урахування реалій воєнного часу.

Таким чином, дослідження особливостей сприймання окремих типів гумору у людей з різним досвідом переживання війни та психологічними характеристиками може внести вагомий внесок у розвиток психологічної

науки та практики, а тему обраного дослідження можна вважати актуальною.

**Об'єкт дослідження:** процес сприймання гумору.

**Предмет дослідження:** психологічні особливості сприймання різних типів гумору в умовах війни.

**Мета дослідження:** визначити взаємозв'язок між різним досвідом переживання війни, індивідуальним стилем гумору та особливостями сприймання різних типів гумору у мовах війни.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Здійснити теоретичний аналіз психологічної природи та сутності гумору, його різновидів, стилів, механізми його впливу на людей.
2. Дібрати комплекс дослідницьких методик та інструментарію для визначення особливостей сприймання різних типів гумору в умовах війни.
3. Виявити особливості сприймання різних типів гумору у період повномасштабного вторгнення особами з різним досвідом переживання війни та особистісних стилів гумору.
4. Розробити практичні рекомендації щодо ефективного використання гумору в комунікаціях та терапевтичній практиці під час війни.

**Методи дослідження.** У роботі використовуватися *методи теоретичного аналізу* (індукція, дедукція, синтез, порівняння, аналіз співставних проблематиці наукових джерел), *методи емпіричного дослідження*: анкетування для виявлення соціо-демографічних даних щодо досліджуваних та їхнього досвіду переживання війни; семантичний диференціал для виявлення особливостей сприймання різних типів гумору під час війни, Опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ) розроблений Родом Мартіном. Також використовувалися *методи*

*математичної обробки даних та статистичного аналізу (описові статистики, таблиці сполучення, кореляційний аналіз).*

**Гіпотези:**

Люди, що мають більший травматичний досвід переживання війни, краще сприймають більш жорстокі види гумору під час повномасштабного вторгнення, ніж люди, що мають не такий травматичний досвід.

Люди, яким притаманний агресивний чи самопринижуючий стилі гумору (за опитувальником Р. Мартіна), краще сприймають жорстокі види гумору, ніж люди, що мають самопідтримуючий чи афілативний стилі гумору.

Незалежно від досвіду переживання війни та власних стилів гумору, люди краще сприймають більш жорстокі види гумору, що направлені на висміювання ворога.

**Теоретична цінність отриманих результатів.** Дослідження впливу різних типів гумору на людей з різним досвідом воєнних переживань та різними психологічними характеристиками може доповнити уявлення про захисну природу гумору. Ці дослідження поглиблюють наше розуміння того, як впливає воєнний досвід на сприймання гумору, а також допоможуть створити персоналізовані підходи до психологічної підтримки груп осіб, постраждалих в наслідок воєнних дій.

**Практичне значення отриманих результатів.** Використання гумору як ефективного засобу може сприяти поліпшенню психологічного стану та загального самопочуття груп та спільнот у період війни. Результати дослідження надають можливість глибше розуміти, який тип гумору може мати найбільший позитивний вплив на психологічний стан та процеси відновлення окремих груп. Такий підхід сприятиме створенню більш ефективних та збалансованих комунікацій, спрямованих на надання необхідної допомоги та підтримки. Окрім цього результати дослідження можуть бути використанні для підвищення ефективності комунікації з

населенням в публічній сфері в умовах війни за рахунок використання гумору: це може виявитися корисним для політиків, журналістів, лідерів громадської думки, комерційних та соціальних організацій.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 3 (трьох) розділів, висновків, списку літератури і додатків. Загальний обсяг роботи складає 65 сторінок. Список використаної літератури містить 35 джерел.

## **Розділ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГУМОРУ У ПСИХОЛОГІЧНІЙ НАУЦІ**

### **1.1. Природа та психологічні функції гумору**

Вчені проводять багато досліджень аби пояснити феномен гумору та його природу. Аналізуючи роботи Рода Мартіна, Роберта Вайєра, Томаса Вітча, Альфреда Редкліфа-Брауна, Барбари Фредріксон та інших вчених, хто розглядав питання гумору з точки зору психології, антропології, психофізіології та нейрології, вдалось виділити три основні погляди на природу гумору.

Одна точка зору наголошує на негативних аспектах гумору, припускаючи, що він часто виникає через порушення або загрози благополуччю, ідентичності чи переконанням людини. Дані різних наукових дисциплін свідчать, що гумор часто з'являється після того, як відбувається порушення [31; с. 167]. Антропологи помітили, що в багатьох культурах люди вдаються до дразливої та образливої поведінки, яка поєднує в собі елементи дружельності та антагонізму [27; с. 198]. Крім того, навіть прості словесні висловлювання, як правило, сприймаються з більшим гумором, коли вони нелогічні або агресивні, ніж коли вони логічні і неагресивні [26; с. 222]. Цікаво, що етимологія слів, пов'язаних з гумором, також виявляє свою темну сторону, оскільки термін "смішний" може стосуватися чогось особливого, тоді як опис когось як людини з гумором історично означав, що він поведився дивно або мав психічні проблеми [32; с. 97-100].

З іншого боку, інша точка зору припускає, що гумор виникає в ситуаціях, які сприймаються як безпечні, грайливі, прийнятні або доброзичливі. Психологи виявили, що переживання, які викликають страх, тривогу або негатив, можуть викликати гумор, якщо контекст є грайливим [32; с. 102-110]. Наприклад, люди, яким спочатку сказали, що вони будуть брати кров у живого щура, відчували задоволення, коли замість цього

знаходили іграшкового щура [30; с. 360-363]. Аналогічно, дослідження показали, що люди, які читали потенційно гумористичні історії про вбивства або сексуальні стосунки, з більшою ймовірністю вважали їх кумедними, коли перебували в несерйозному стані, а не тоді, коли їм було запропоновано оцінити зміст серйозно [33; с. 670-672]. Фізіологічні дослідження показали, що сміх відповідає стану моторного гальмування і м'язової слабкості, які пов'язані з відчуттям безпеки у своєму середовищі [25]. Крім того, неврологи помітили, що жарти і мультфільми активують ділянки мозку, пов'язані з позитивними емоціями і винагородою [32]. Цей висновок є важливим, оскільки позитивні емоції зазвичай виникають, коли люди відчують себе в безпеці і вільні від нагальних проблем [15; с. 315-317].

Третя точка зору поєднує дві попередні, пов'язуючи гумор із суперечливими, неоднозначними чи невідповідними інтерпретаціями. Лінгвісти припускають, що словесні жарти часто включають в себе опозицію сценарію, коли текст може бути інтерпретований кількома протилежними способами [28]. Наприклад, пекар може інтерпретувати комплімент «гарні булочки» як похвалу його здібностям до випікання або його зовнішньому вигляду. Нейронаукові дослідження підтверджують ідею про те, що сприймання гумору передбачає активацію ділянок мозку, пов'язаних з виявленням невідповідності, таких як скронево-потилична ділянка [32]. Під впливом гумористичних відео, наприклад, коли дитину катапультиують у повітря на надувному дивані, люди демонструють більшу активацію скронево-потиличного з'єднання порівняно з негумористичними позитивними або нейтральними кліпами [24]. Навіть лоскотання викликає суперечливі інтерпретації, оскільки суб'єкти демонструють як мімічні рухи, пов'язані з дискомфортом (наприклад, гримаси), так і з задоволенням (наприклад, посмішки) [16; с. 655-660].

Розглядаючи ці точки зору разом, можна зробити висновок, що гумор виникає при виконанні трьох умов 1 – присутнє відчуття загрози,

негативу чи правопорушення, 2 – ситуація здається безпечною, прийнятною чи нормальною, 3 – обидві інтерпретації співіснують. Іншими словами, гумор виникає з доброякісних порушень. Доброякісні порушення, ймовірно, виникли як загрози фізичному благополуччю, як, наприклад, ті, що виникають під час грубих ігор. Однак у міру того, як люди розвивали складну самосвідомість і культурні системи, діапазон речей, які могли піти не так, але все ще залишалися прийнятними, розширився за межі фізичних провокацій, включивши загрози ідентичності, логіці, нормам спілкування і соціальним нормам.

Ця модель доброякісного порушення допомагає пояснити, чому, здавалося б, незбідний досвід може викликати почуття гумору. Сміх може викликати лоскотання, оскільки цей акт нагадує напад, але є грайливим і нешкідливим. З іншого боку, каламбури часто пов'язані з граматичною помилкою або порушенням комунікативних норм при одночасному дотриманні альтернативної норми. Багато каламбурів містять подвійний сенс або табуйовані інтерпретації, що доповнюють мовне або комунікативне порушення.

Крім того, це пояснює, чому подібний досвід може викликати сміх в одних контекстах, але не в інших. Наприклад, той самий дотик, який викликає сміх у лоскотуна, якому довіряють, може не викликати сміху, якщо лоскотання відбувається самотійно (не є порушенням) або якщо лоскотун є незнайомцем (не є доброзичливим). Аналогічно, каламбури є гумористичними, коли їх можна інтерпретувати і як неправильні, і як прийнятні [16; с. 661-662].

Сприймання гумору є дуже суб'єктивним і суттєво різниться між людьми та культурами. Концепція доброякісного порушення дає пояснення цій варіативності. Безглузда поведінка, наприклад, коли промовець забуває застібнути ширінку, може розвеселити аудиторію, яка не переймається репутацією промовця (доброякісне порушення), збентежити родину промовця (недоброякісне) і не мати жодного впливу на

самого промовця, доки він не знає про недогляд (не є порушенням). Аналогічно, чутний метеоризм під час офіційної сімейної вечері може налякати матір, яка вважає соціальне порушення неприйнятним (не є порушенням), розважити підлітка, який ще не засвоїв норми етикету за столом (не є порушенням), і не мати ніякого впливу на дитину, якій бракує розуміння суспільних поведінкових очікувань (не є порушенням). Навіть жарти, показані в популярних ситкомках, можуть сприйматися як занадто м'які для одних глядачів (тобто не є порушенням), а для інших – як занадто ризиковані (тобто не є доброякісним порушенням). Культурні відмінності у вподобаннях щодо гумору насамперед пов'язані з різними стандартами щодо того, що вважається правильним чи неправильним, прийнятним чи неприйнятним. Наприклад, карикатурне зображення Мухаммеда може викликати гумор у певних західних культурах, які вважають єретичне зображення прийнятним (тобто доброякісним порушенням), але воно не буде смішним для мусульман, які вважають будь-яке зображення пророка нетерпимим (тобто недоброякісним).

Вивчення гумору в психології є важливим для розуміння людської природи, сприймання та взаємодії. Це допомагає вивчити роль гумору в психологічному благополуччі, міжособистісних відносинах, психологічній адаптації та соціальній інтеграції. Дослідження гумору відкриває шляхи, щоб розширити наше розуміння гумору та його впливу на різні сфери людського життя. Гумор є мультифакторним феноменом, вивчення якого потребує уваги до різних аспектів, включаючи когнітивні, емоційні, соціальні та культурні складові.

Одним з підходів до вивчення гумору є когнітивний підхід, який фокусується на розумінні комічних елементів і механізмів, що стоять за гумористичними виявами. Цей підхід досліджує когнітивні процеси, такі як перевернення очікувань, подвійний сенс, абстрактне мислення та інші механізми, які активуються під час сприймання та творення гумору. Він також вивчає роль знань, схем та стереотипів у формуванні комічного

сприймання. Когнітивний аспект гумору включає сприймання, розуміння та оцінку комічних матеріалів.

Психологія гумору також досліджує емоційні аспекти гумору. Гумор може викликати сміх, який є емоційною реакцією на комічність. Сміх має вплив на наше емоційне становище, сприяючи зниженню стресу, поліпшенню настрою та підвищенню відчуття задоволення. Дослідження показують, що гумор може мати позитивний вплив на психічне здоров'я, знижуючи ризик виникнення депресії та покращуючи загальну якість життя. Емоційний аспект пов'язаний з емоціями, які викликаються гумором, такими як сміх, радість та задоволення.

Гумор також має соціальну роль і впливає на соціальні взаємини. Він може сприяти формуванню та зміцненню соціальних зв'язків, підвищувати спілкування та підтримувати гармонію в групі. Гумор використовується як засіб вияву та підтримки соціальних норм, а також для зняття конфліктів та зменшення напруження в соціальних ситуаціях або для заспокоєння конфліктних ситуацій. Гумор може знижувати напругу, в той час створюючи сприятливу атмосферу для вирішення конфліктів. Соціальний аспект гумору виявляється у його ролі в соціальних взаєминах та спілкуванні. Гумор може використовуватись для підвищення соціальної взаємодії та підтримки групової об'єднаності. Крім того, гумор може мати функцію соціальної сигналізації, допомагаючи людям встановлювати й утримувати соціальні зв'язки [14].

Крім того, гумор виявляється в культурі різних народів та грає важливу роль у вираженні та сприйнятті культурних цінностей, норм та ідеологій. Він може бути засобом критики соціальних нерівностей, політичних систем чи суспільних конвенцій. Гумор впливає на формування ідентичності, допомагаючи нам зрозуміти своє місце у світі та впізнати себе в контексті культурного середовища. Культурний аспект гумору проявляється у його залежності від контексту, в якому він виникає. Різні культури мають власні норми, цінності та стереотипи, які впливають

на гумористичні вияви. Гумор може бути специфічним для певної культури, містити культурні алюзії та використовувати культурні штампи.

У психології гумору проводяться різноманітні дослідження, щоб краще зрозуміти механізми та вплив гумору на нашу психіку та соціальну взаємодію. Ці дослідження допомагають відкрити нові горизонти в розумінні гумору та його ролі у нашому житті.

Гумор, як складний психологічний феномен, виявляється в різних формах та має різноманітні вияви. Ситуаційний гумор виникає у контексті конкретної ситуації, де комічність виникає швидко та несподівано. У порівнянні з цим, інтелектуальний гумор вимагає від сприймача глибокого розуміння інтелектуальних зв'язків, субтексту та інтелектуальних контекстів [29].

Гумор є продуктом взаємодії культурних, історичних, соціальних та індивідуальних контекстів. Культурні норми, цінності, стандарти та ідентичність впливають на те, що вважається смішним у певному соціокультурному середовищі. Крім того, історичні обставини та соціальні перетворення можуть впливати на зміну гумористичних уявлень та виявів.

Важливо зазначити, що сприймання гумору має суб'єктивний характер. Відповідь на гумор може бути індивідуалізованою, оскільки кожна людина має унікальні характеристики, досвід та сприймання. Це призводить до варіацій у сприйнятті гумору, де одна людина може вважати щось смішним, тоді як інша може не розуміти чи відчувати схвильованість. Безумовно, індивідуальні особливості, такі як освіта, стиль життя, особистісні риси та інші фактори, впливають на сприймання гумору.

Таким чином, гумор є складним психологічним явищем, яке виявляється в різних формах та залежить від культурних, історичних, соціальних та індивідуальних контекстів. Дослідження показують, що гумор має важливий вплив на різні аспекти нашого життя.

Наукові дослідження гумору охоплюють різні підходи та теорії. Психологія гумору досліджує механізми сприймання та відтворення

комічного, аналізує вплив гумору на психологічний стан та міжособистісні взаємодії. Соціологія гумору зосереджується на ролі гумору в соціальних структурах та процесах, вивчає гумор як засіб соціальної комунікації та формування ідентичності. Лінгвістика гумору аналізує структуру комічних висловлювань, роль мовних засобів у створенні гумористичного ефекту.

Усі ці дослідження сприяють глибшому розумінню гумору як складного феномена. Вони допомагають розкрити його роль у соціальних, культурних та індивідуальних контекстах, а також розкрити його вплив на нашу психіку, емоційний стан та спілкування. Розуміння гумору сприяє до розвитку наших когнітивних, емоційних та соціальних навичок. Вивчення гумору може мати практичне застосування в психологічній та психотерапевтичній практиці, допомагаючи покращити нашу психічну стійкість, спілкування та самопізнання.

Однак, необхідно підкреслити, що гумор також може мати свої обмеження і ризики. Неадекватний гумор, що базується на стереотипах, образах або насильстві, може спричинити негативні наслідки, такі як пошкодження міжособистісних відносин, розпалювання конфліктів або поглиблення соціальних нерівностей. Тому важливо враховувати етичні аспекти гумору та обирати його прояви з урахуванням моральних та соціальних норм [22].

Зворотній зв'язок між психологічними функціями гумору та психічними процесами людини вивчається в рамках психологічних досліджень. Гумор відіграє значну роль у психологічному функціонуванні особистості і впливає на різні аспекти людського життя.

Одна з психологічних функцій гумору полягає в знятті стресу, в тому числі тривалого. Випадки гумору та смішних ситуацій викликають фізіологічну реакцію сміху, що допомагає знизити рівень стресу та напруги в організмі. Під час сміху відбувається активація ендорфінів – натуральних анальгетиків та «гормонів щастя», які підвищують настрій та сприяють відчуттю релаксації.

В рамках психологічних досліджень також розглядається вплив гумору на когнітивні процеси та креативність. Гумор стимулює креативне мислення та проблемне розв'язання завдань. Він спонукає до асоціативного мислення та здатності бачити проблеми з різних ракурсів, що допомагає знайти нетривіальні рішення та виходи з ситуацій. Гумор може привести до зміни перспективи й погляду на проблеми, що дозволяє особі знаходити нові шляхи для розв'язання завдань та досягнення цілей.

Додатково, гумор може використовуватися як засіб самовираження. Він дає можливість людині показати свою особистість, погляди та вподобання через власний гумористичний стиль. Використання гумору в комунікації може слугувати способом вираження себе, створюючи особливу атмосферу інтеракції та розкриваючи певні аспекти особистості.

Гумор, у своїй сутності, може функціонувати як ефективний захисний механізм, який допомагає особистості управляти неприємними ситуаціями, конфліктами та емоційними напруженнями. Цей підхід висвітлює психологічні механізми, що підтримують функцію гумору як механізму захисту.

Перш за все, використання гумору дозволяє особі створити емоційну відстань від проблематичної ситуації. Шляхом перетворення стислого опису ситуації на гумористичну форму, особа може створити певну емоційну обробку, що сприяє віддаленню від негативних аспектів. Це віддалення дозволяє знизити інтенсивність емоційного впливу та зберегти психічну рівновагу.

Подальше використання гумору може мати сублімаційний ефект. Це означає, що невластиві емоційні вияви, що супроводжують неприємні ситуації, можуть бути перетворені на прийнятні форми вияву у вигляді гумористичних висловлювань. Сублімація допомагає зменшити вплив негативних емоцій і може сприяти підтримці психологічного благополуччя [13; 952-953].

Дослідження підтвердили цю ідею. Наприклад, у дослідженні Samson, Glassco, Lee і Gross було виявлено, що жартівливе подолання, застосоване після перегляду негативних картинок, посилює позитивні емоції як під час короткострокового, так і довгострокового спостереження [29].

## **1.2. Роль та специфіка гумору у військовий час**

Гумор у воєнний час має унікальні характеристики, які відображають складні обставини і психологічні потреби людей під час конфлікту. Хоча гумор виконує загальні психологічні функції в різних контекстах, його функції під час війни є особливими і багатограними.

Гумор стає життєво важливим механізмом подолання у воєнний час, допомагаючи людям впоратися з величезним стресом, страхом і травмою, пов'язаними з конфліктом. Залучаючи гумор, люди тимчасово уникають або полегшують тягар своїх переживань. Гумор діє як психологічний захисний механізм, забезпечуючи перепочинок від страждань і сприяючи підтримці психологічного благополуччя в умовах несприятливих обставин [17; с. 247-263].

Дослідження, проведене психологом Мартіном Селігманом, свідчить про те, що гумор може функціонувати як позитивний психологічний ресурс, сприяючи стійкості та буферизації від негативного впливу стресових подій. Знаходячи гумор у складних ситуаціях, люди можуть переосмислити свій досвід, що дозволяє тимчасово змінити перспективу і зменшити психологічну напругу.

Гумор відіграє вирішальну роль у зміцненні товариських стосунків і формуванні почуття єдності між людьми як у мирний, так і у воєнний час. Спільний гумор слугує потужним об'єднуючим фактором для груп і спільнот, зміцнюючи соціальну згуртованість як серед солдатів, так і серед цивільних осіб, які разом проходять через різноманітні випробування

війни. Він посилює групову солідарність, є джерелом ідентифікації та колективної стійкості і піднімає бойовий дух перед лицем несприятливих обставин [17; с. 265].

У військовому контексті гумор сприяє розвитку соціальних зв'язків, створюючи відчуття приналежності і спільної ідентичності. Обмін гумором і внутрішні жарти у військових підрозділах допомагають зменшити напругу, покращити комунікацію і сприяють командній роботі. Цей спільний гумор діє як буфер проти психологічних наслідків війни, формуючи соціальну мережу підтримки, яка допомагає орієнтуватися в складних обставинах.

Під час війни гумор може слугувати формою опору та соціального коментування. Сатира і політичний гумор стають потужними інструментами для вираження інакомислення, ставлять під сумнів владу і кидають виклик панівним наративам, пов'язаним з конфліктом. За допомогою гумору люди можуть критикувати і висміювати абсурдність або протиріччя війни, підриваючи репресивні або домінуючі ідеології [13; с. 952].

Сатиричні форми гумору дають людям можливість висловлювати незгоду з іншими точками зору, уникаючи при цьому прямої конфронтації чи цензури. Використовуючи іронію, пародію і карикатуру, люди можуть підривати авторитет і легітимність репресивних систем, виховуючи почуття сили і опору в умовах воєнного часу.

Війна спричиняє глибоке психологічне напруження і травмує людей. Гумор діє як тимчасовий перепочинок, пропонуючи психологічне полегшення від суворих реалій конфлікту. Він дозволяє людям на мить відволіктися від інтенсивності їхніх переживань, даючи відчуття нормальності та перепочинку в інших складних обставинах [13; с. 954].

Дослідження показали, що гумор має потенціал для зменшення тривоги, полегшення депресивних симптомів і поліпшення загального самопочуття. Залучаючи гумор, люди можуть відчути миттєве звільнення

від тягара травматичного досвіду, полегшити емоційну регуляцію і запропонувати короткий перепочинок від психологічного дистресу.

Війна часто створює сюрреалістичні та абсурдні ситуації, які не піддаються раціональному осмисленню. Гумор допомагає людям осмислити ці абсурдні ситуації, надаючи їм лінзу, через яку вони можуть інтерпретувати їх і справлятися з ними. Знаходячи іронію, невідповідність або парадокс у своєму оточенні, люди можуть орієнтуватися у притаманних їм протиріччях і осмислювати своє середовище, полегшуючи таким чином психологічну адаптацію.

Гумор дозволяє людям створити когнітивну дистанцію від тривожних або незрозумілих подій, що дозволяє їм переосмислити свій досвід і знайти альтернативні перспективи, які дають відчуття контролю і розуміння. Таке когнітивне переосмислення дозволяє людям пережити абсурдність війни і адаптуватися до неї, зменшуючи відчуття розгубленості і дезорієнтації.

Гумор у воєнний час виконує різноманітні функції, які відповідають унікальним обставинам і психологічним потребам людей під час конфлікту. Він діє як механізм подолання труднощів, об'єднує і піднімає бойовий дух, є формою опору і сатири, джерелом психологічного розвантаження і засобом навігації в абсурдних умовах війни. Однак дуже важливо підходити до гумору у воєнний час делікатно і з повагою, враховуючи його складну природу, на яку впливають культурні, соціальні та індивідуальні фактори.

Знана українська психологиня Світлана Ройз, резюмуючи значення гумору у воєнний час зазначає, що сміх у такий час – це дуже потужна та дієва копінг-стратегія: «ми разом сміємося — і це знов нас об'єднує, ми боялись, а зараз знецінюємо, ми розряджаємо збудження, ми знімаємо біль, ми намагаємось почуттям гумору, жартами повернути відчуття контролюваності» [5]. Втім, особливої уваги під час війни, на думку Ройз потребує так званий чорний гумор. Жарти над смертю, на її думку,

повертатъ нам відчуття контролю, навіть влади, це своєрідна ментальна сатисфакція. Втім, такий гумор є наслідком пригнічення здорової емпатії. Це прекрасно спрацьовує, коли це чорний гумор, спрямований на ворогів (нам немає сенсу їм співчувати). Але тривалий стрес може призводити до пригнічення емпатії також і по відношенню до своїх (переселенців, тих, хто виїхав за кордон тощо). І цю межу важливо не перейти.

Розуміння психологічних переваг гумору у воєнний час дозволяє нам оцінити його роль у підтримці людей у складні часи. Гумор слугує психологічним захисним механізмом, пропонуючи тимчасовий перепочинок від стресу і сприяючи психологічному благополуччю. Він сприяє зміцненню зв'язків, єдності та морального духу серед людей, які стикаються з випробуваннями війни. Крім того, гумор може бути потужним інструментом опору і соціального коментування, надаючи можливість висловити незгоду і поставити під сумнів панівні наративи. Більше того, гумор пропонує психологічне розвантаження, дозволяючи людям на мить відволіктися від інтенсивності їхніх переживань. Нарешті, гумор допомагає людям осмислити абсурдність війни, забезпечуючи когнітивну основу для інтерпретації та адаптації [19; с. 380-383].

Однак підходити до гумору у воєнний час дуже важливо делікатно, враховуючи різноманітні погляди та досвід тих, кого безпосередньо торкнулися реалії війни. Культурні, соціальні та індивідуальні чинники формують сприймання і рецепцію гумору, і дуже важливо поважати кордони і чутливість різних груп і людей.

Отже, гумор у воєнний час слугує багатограним психологічним ресурсом, пропонуючи механізми подолання труднощів, сприяючи єдності, надаючи соціальні коментарі, полегшуючи страждання і допомагаючи орієнтуватися в складнощах конфлікту. Визнання важливості гумору у воєнний час дозволяє нам оцінити його силу в підтримці людей в умовах несприятливих обставин, водночас визнаючи необхідність делікатності та поваги при його застосуванні.

## **Висновки до Розділу I**

У результаті здійсненого теоретичного аналізу були проаналізовані різні підходи до природи гумору, зокрема: гумор як реакція на негативні подразники, гумор як супровідник безпечних та радісних ситуацій, гумор як наслідок невідповідних та неоднозначних інтерпретацій.

Проаналізовано чинники суб'єктивного сприймання гумору, до яких відносяться: ситуативні чинники, індивідуально психологічні (почуття гумору, настрої, психологічний стан тощо), соціально-психологічні (ситуація соціальної взаємодії, оточення, групові норми), етно-культурні (відмінності у нормах різних культур) тощо.

Проаналізовано психологічні підходи до дослідження гумору, зокрема когнітивну парадигму, яка фокусується на розумінні комічного та на механізмах, що стоять за гумористичними виявами.

Визначено основні соціально-психологічні функції гумору: роль гумору у психологічному благополуччі та соціальних взаєминах, груповій згуртованості, формуванні етнічної чи групової ідентичності. Відзначено також ідеологічний потенціал гумору: можливість формувати єднання одних груп із протиставленням іншим, висміювати соціальні негачарди та підсвічувати за допомогою гумору проблемні місця. Проаналізовано також індивідуально-психологічні функції гумору: вплив на когнітивні процеси та креативність, асоціативне мислення, роль гумору у прийнятті рішень, вплив гумору на самовираження, а також значення гумору як захисного механізму, який допомагає впоратися з критичними ситуаціями та проблемами.

Виявлено, що саме остання функція гумору є найбільш значимою у період складних життєвих обставин, зокрема під час війни. У такий період гумор виконує функцію зниження напруги, створює буферну зону між жахами війни та буденністю, сприяючи стійкості та подоланню

негативного впливу стресових подій. У період війни гумор також єднає людські спільноти, допомагає сформувати горизонтальні зв'язки, зміцнює соціальну згуртованість. Окрім цього, гумор у часи війни відіграє важливу ідеологічну функцію, допомагаючи підвищувати настрій та бойовий дух, формуючи необхідне ставлення до своїх та ворогів.

Проведений аналіз засвідчив, що гумор є складним психологічним явищем, культурно, історично, соціально та індивідуально обумовленим, який залежить від контекстів та особистісного сприймання. У часи війни він є необхідною складовою психологічного захисту: дозволяє розряджати негативні емоції, позбавлятися страху, повертати собі відчуття контролю над ситуацією. Водночас під час війни гумор виконує різні соціальні та ідеологічні функції: згуртовує спільноти, дозволяє вигідно порівнювати себе з ворогами, розряджати гострі ситуації тощо. Але оскільки використання гумору завжди потребує зваженого підходу – дослідження особливостей його сприймання у воєнний час є важливою задачею.

## РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНА СХЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙМАННЯ ГУМОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 2.1. Загальна методологічна схема дослідження та опис вибірки

У результаті проведеного теоретичного аналізу було з'ясовано, що гумор відіграє суттєву роль у соціальному середовищі та в індивідуально-психологічному благополуччі людей під час війни. Аналіз медіапростору України за місяці війни показав засилля різноманітного гумористичного контенту, який допомагає людям впоратися з викликами війни, гуртуватися проти ворога, повірити у власні сили тощо. Втім, очевидно, що закономірності індивідуального сприймання комічного, про які ми писали у теоретичному розділі, будуть проявлятися і в індивідуальній мірі чутливості до різних видів гумору у воєнний час.

Відтак, мета емпіричного етапу дослідження полягала у з'ясуванні особливостей сприймання різних видів гумору (відмінних стилістично та різних за своєю спрямованістю) під час війни людьми з різним досвідом переживання воєнних подій, а також з певними індивідуальними характеристиками.

Завданнями емпіричного етапу дослідження стало:

1. Добір методик, які дозволили би максимально повно дослідити особливості сприймання різних видів гумору людьми з окремих груп.
2. Формування вибірки, до якої увійшли би люди з різним досвідом переживання воєнних подій.
3. Відбір стимульного матеріалу, що презентував би різні види гумору і час війни.
4. Організацію та проведення дослідження.
5. Аналіз отриманих даних та інтерпретацію результатів дослідження з метою визначення особливостей сприймання різних видів гумору під час війни людьми з різним досвідом переживання воєнних подій, а також з певними індивідуальними характеристиками.

6. Розробку практичних рекомендацій щодо використання гумору у період війни для потреб індивідуального консультування чи подолання напруги та стресу, а також для підвищення ефективності комунікації з різними групами людей.

У результаті проведеного теоретичного аналізу був висунутий ряд гіпотез, які потребували перевірки на етапі проведення емпіричного дослідження:

- Люди, що мають більший травматичний досвід переживання війни, краще сприймають більш жорстокі види гумору часу під час повномасштабного вторгнення, ніж люди, що мають не такий травматичний досвід.

- Люди, яким притаманний агресивний чи самопринижуючий стилі гумору (за опитувальником Мартіна), краще сприймають жорстокі види гумору, ніж люди, що мають самопідтримуючий чи афілативний стилі гумору.

- Незалежно від досвіду переживання війни та власних стилів гумору, люди краще сприймають більш жорстокі види гумору, що направлені на висміювання ворога.

Для перевірки наявних гіпотез була розроблена відповідна методологічна схема дослідження, яка включала наступні етапи:

1. *Планування дослідження.* На цьому етапі була розроблена та затверджена програма дослідження, відібрано стимульний матеріал, а також здійснений відбір методичного інструментарію та форми проведення дослідження.

Для досягнення поставлених завдань нами були відібрані наступні методи та інструменти дослідження:

1. метод анкетування для виявлення соціально-демографічних відомостей про досліджуваних, а також для оцінки їхнього досвіду переживання війни;

2. опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ) для оцінки індивідуального стилю гумору респондентів;
3. біполярний семантичний диференціал для оцінки особливостей сприймання різних видів гумористичних мемів.

У якості стимульного матеріалу було відібрано 8 зразків мемів, які репрезентували найбільш поширені стилі гумору та приклади гумору із різною спрямованістю (на себе та на ворога):

- Самоіронію та іронію над ворогом
- Висміювання українцями самих себе та сатиру, спрямовану на ворога;
- Різке глузування над собою та сарказм над ворогом
- Чорний гумор, спрямований на українців та на ворогів.

## *2. Проведення дослідження.*

Дослідження проходило в один етап протягом травня 2023 року, проводилось онлайн за допомогою гугл-форми. В першу чергу було розглянуто методика, яка вже використовувались у дослідженнях на визначення стилів гумору.

Збір даних відбувався через соціальні мережі та месенджери. Для розповсюдження форми дослідження були використані чати у месенджері Telegram, групи у Facebook та інше. Респондентам було запропоновано відповісти на питання гугл-форми, що складається з 3 частин: анкетні питання, що включали загальну інформацію щодо соціально-демографічних факторів і травматичного досвіду, попередньо затвердженої методики, що стосувались стилів гумору та стимульний матеріал для оцінки за допомогою шкал семантичного диференціалу (окремо для оцінки кожного із запропонованих мемів).

Після закриття доступу до відповідей через гугл-форму, зібрані дані були переведені у Excel таблицю, опрацьовані та закодовані, щоб бути використаними у програмі Jamovi для статистичного аналізу.

Загальна вибірка дослідження склала 124 особи.

### *3. Аналіз та інтерпретація отриманих результатів.*

Аналіз отриманих результатів здійснювався за допомогою Jamovi. Для обробки результатів були задіяні аналіз середніх значень, описові статистики.

Аналіз результатів дослідження передбачав:

1) збір первинних даних усієї вибірки та обробку індивідуальних анкетних даних (визначення ступеню травматичності досвіду переживання воєнних подій); визначення індивідуального стилю гумору кожного респондента

2) аналіз загальних показників сприймання стимульного матеріалу (усіх мемів); здійснення порівняння показників сприймання окремих видів гумору загалом та за окремими шкалами;

3) аналіз показників пригадування комічного під час війни (відповідь на відкрите питання);

4) проведення кореляційного аналізу для пошук зв'язку між індивідуальним стилем гумору і прихильністю до певних мемів, а також пошук кореляцій з досвідом переживання війни та прихильністю до певних стилів гумору.

### *4. Надання практичних рекомендацій*

На основі отриманих результатів планувалася розробка практичних рекомендацій щодо використання гумору для зниження рівня тривоги та стресу, зокрема у публічних комунікаціях в умовах війни (використання різних типів гумору для комунікації з різними групами населення або для згуртування певних груп).

Розроблена методологічна схема, таким чином дозволила нам усебічно дослідити особливості сприймання різних видів комічного під час

війни та віднайти чинники особистісної прихильності до того чи іншого різновиду воєнного гумору.

### **Характеристика вибірки.**

У опитуванні були питання, що включали загальну інформацію щодо соціально-демографічних факторів.

У дослідженні взяло участь 124 респонденти. Серед опитуваних превалювали жінки – 90 осіб (72,6% від загальної кількості); чоловіків – 33 осіб (26,6%); та особа, що не відносить себе до чоловічої та жіночої статі – 1 (0,8%).

Респондентів поділяли на чотири вікові діапазони:

- 1) До 18 років – 8 осіб;
- 2) 18-25 років – 96 осіб;
- 3) 26-40 років – 17 осіб;
- 4) 40+ років – 3 особи.

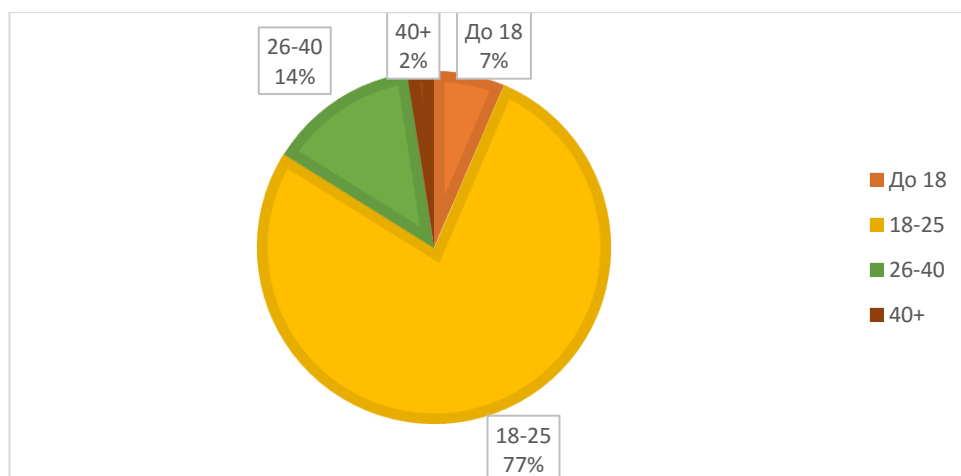


Рис. 2.1. Розподіл респондентів за віком.

Серед респондентів зараз 10 осіб (8%) проживають за кордоном, а 114 осіб (92%) проживають в Україні.

Представники вибірки мали різний досвід переживання війни.

Більшість досліджуваних (97%) не мали досвіду служби у Збройних силах чи ТРО, лише 5% були безпосередніми учасниками чи свідками бойових дій. Але значна частина вибірки (68%) активно займалася

волонтерською діяльністю чи була залучені до гуманітарних проєктів чи програм.

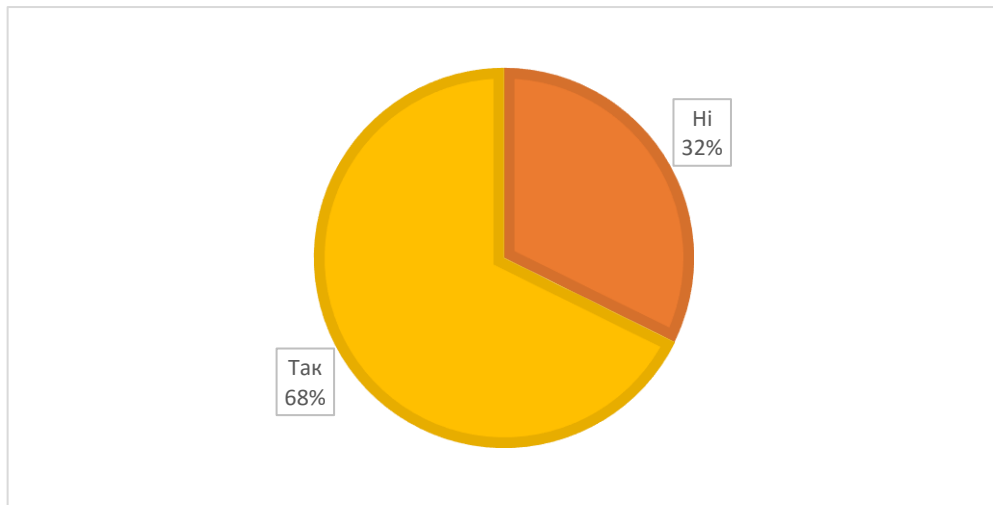


Рис. 2.2. Розподіл респондентів за участю/ незалученістю до гуманітарних програм чи волонтерства.

Більше третини досліджуваних (35% вибірки) втратили у наслідок війни можливість працювати чи займатися звичними справами, а більше половини (56%) мали досвід вимушеного переселення чи переїзду, при цьому 11% досліджуваних втратили або мають пошкоджене внаслідок війни житло.

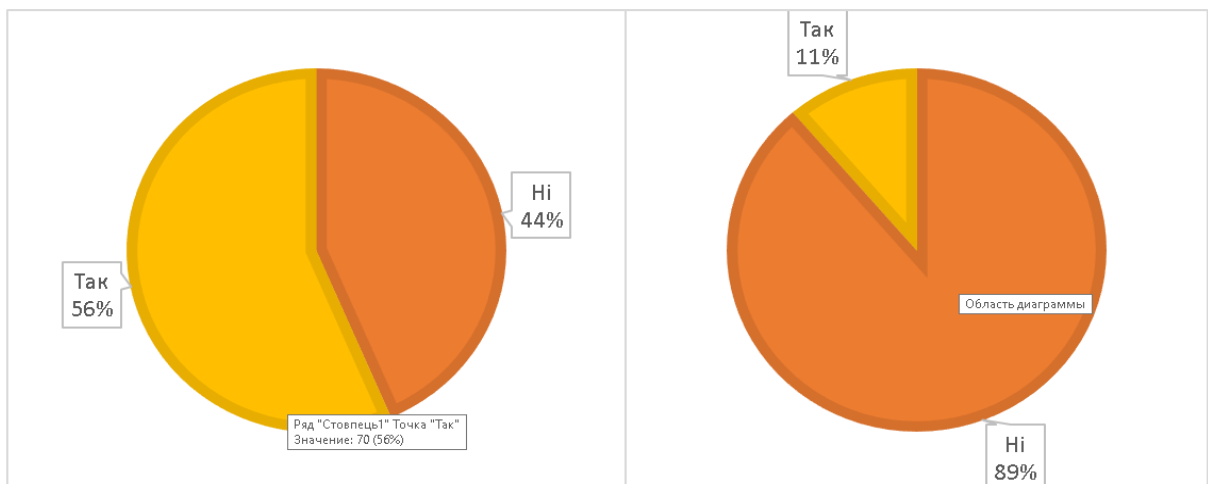


Рис. 2.3. Досвід вимушеного переселення (права діаграма) та втрати майна (ліва діаграма) у респондентів

Представники вибірки мають значний досвід інших травматичних переживань та контакту з різноманітними травмуючими подіями. Майже три чверті досліджуваних (73%) зазначили, що стикалися з ризиком для життя чи ризиком травмування під час війни. Ще вищою (80%) є частка тих, хто переживав психологічні труднощі або травми через воєнні події.

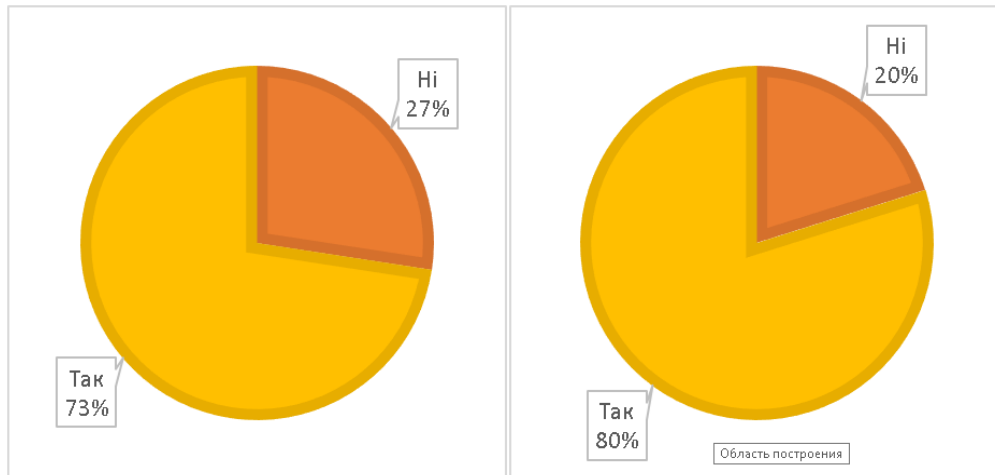


Рис. 2.4. Досвід переживання ситуацій з ризиком для життя під час війни (права діаграма) та досвід психологічних труднощів чи травм (ліва діаграма).

Лише 2% респондентів пережили особисто фізичні травми або поранення внаслідок війни. А от частка тих, хто втратив близьких людей (родичів, друзів) через війну становить аж 30%.

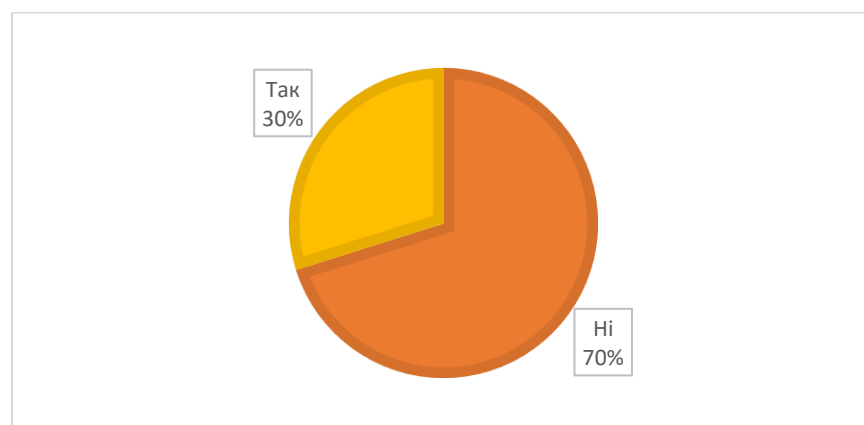


Рис. 2.5. Розподіл респондентів за наявністю досвіду втрати близьких людей через війну.

Таким чином, вибірка була достатньо різноплановою, що дозволило у подальшому віднайти певні закономірності сприймання гумору різними групами досліджуваних.

## **2.2. Методичний інструментарій дослідження**

Для реалізації завдань, поставлених на етапі емпіричного дослідження та для перевірки висунутих гіпотез нам необхідно було дібрати цілевідповідний інструментарій дослідження, який дозволив би оцінити психологічні особливості сприймання різних видів гумору особами з різним досвідом переживання війни, а також з відмінними індивідуальними стилями гумору.

Для виявлення соціально-демографічних відомостей про досліджуваних, а також для оцінки їхнього досвіду переживання війни нам був використаний *метод анкетування*.

У розробленій нами анкеті містилося декілька питань, що дозволяли виявити соціально-демографічні відомості (вік, стать, місце проживання тощо) досліджуваних, а також 10 питань, які дозволяли оцінити досвід переживання ними воєнних подій. За основу цих 10 питань було взято найбільш поширені ситуації, що потенційно можуть свідчити про набутий досвід переживання війни:

- питання для виявлення залученості у воєнні події (питання стосовно причетності до Збройних сил чи територіальної оборони, гуманітарних програм або волонтерської діяльності);
- питання щодо досвіду переживання окремих травматичних подій у період після повномасштабного сторгнення.

Питання щодо досвіду переживання окремих травматичних подій під час війни є типовими у багатьох опитуваннях сьогодення та включають наступні ситуації:

- втрата здатності працювати у звичному середовищі або займатися звичайними справами;

- переживання ситуацій, пов'язаних з ризиком для життя чи здоров'я;
- переживання психологічних труднощів або психологічних травм;
- досвід евакуації, вимушеного переселення або зміни місця проживання;
- втрата чи суттєве пошкодження майна через війну
- переживання фізичних травм або поранення внаслідок війни
- особистий досвід безпосередньої участі у військових діях
- втрата близьких людей (родичів, друзів) через війну.

Оцінка ступеню важкості досвіду переживання війни проводилася за наступним принципом:

- відсутність травматичного досвіду та залученості у події, пов'язані з війною – жоден з пунктів анкети (0 при бальному кодуванні);
- залученість у події, пов'язані з війною (залученість до лав Збройних сил чи ТРО без служби у зоні бойових дій, до гуманітарних програм або волонтерської діяльності) без жодного пункту, пов'язаного з травматичним досвідом – незначний травматичний досвід (1 при бальному кодуванні);
- наявність типового для багатьох людей травматичного досвіду (втрата здатності працювати у звичному середовищі або займатися звичайними справами; переживання психологічних труднощів або психологічних травм; досвід евакуації, вимушеного переселення або зміни місця проживання) – помірний травматичний досвід (2 при бальному кодуванні);
- наявність хоча б одного з пунктів зі значним травматичним досвідом (переживання ситуацій, пов'язаних з ризиком для життя чи здоров'я; втрата чи суттєве пошкодження майна через війну, переживання фізичних травм або поранення внаслідок війни,

особистий досвід безпосередньої участі у військових діях, втрата близьких людей (родичів, друзів) через війну – значний травматичний досвід (3 при бальному кодуванні).

Для оцінки індивідуального стилю гумору респондентів використовувалася методика *Опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ)*. Ця методика була розроблена у 2001 році Родом Мартіном.

Згідно з Мартіном [21; с. 48-75], почуття гумору можна концептуалізувати як:

- когнітивні здібності (потрібно розуміти жарти тощо)
- естетична відповідь (потрібно подобатися певним типам жартів)
- звичний шаблон поведінки (деякі люди мають звичку або часто сміятися, або розповідати багато анекдотів)
- рису темпераменту, пов'язану з емоціями
- ставлення
- стратегію подолання або механізм захисту.

Використання гумору не завжди пов'язане зі здоровою психологічною поведінкою. Деякі форми гумору так, а інші ні (наприклад, сарказм).

Автор методики є розробником відомої класифікації стилів гумору, заснованої на двох дихотоміях:

- адаптивний чи дезадаптивний гумор;
- гумор, який спрямовано на оточуючих чи на самого себе.

Адаптивний гумор сприяє покращенню стану, мотивує, підтримує особистість у певних ситуаціях. Дезадаптивний, принижує, руйнує впевненість у собі, носить відтінок глузування. При цьому, як бачимо, і той, і той тип гумору може бути спрямований або на себе, або на інших людей.

Відповідні дихотомії формують 4 стилі гумору. Таким чином HSQ вимірює два позитивних і два негативних виміру гумору:

- Афіліативний гумор
- Самопідтримуючий гумор
- Агресивний гумор
- Самознищуючий гумор.

Афіліативний гумор надихає та підтримує інших, він пов'язаний з екстраверсією, життєрадісністю, базується на прийнятті себе та оточуючих, є м'яким та доброзичливим.

Самопідтримуючий гумор допомагає людині підбадьорювати саму себе, витримувати труднощі з високо піднятою головою, тобто є регулятором емоцій і механізмом подолання стресу.

Агресивний гумор є руйнівним по відношенню до інших, заснованим на глузуванні, дозволяє маніпулювати іншими. Агресивний стиль допускає, що жарт може когось образити.

Самопринижуючий стиль є руйнівним по відношенню до себе. Як правило, до нього вдаються з метою добитися кращого ставлення від оточуючих. Він корелює з низькою самооцінкою, труднощами у спілкуванні, депресією та тривогою та погано корелює з психологічним благополуччям, самоцінністю.

Опитувальник містить 32 питання, які обраховуються у відповідності до наданого ключа, та дозволяють оцінити наскільки людині притаманний той чи інший індивідуальний стиль гумору. Ми припустили, що вкорінений індивідуальний стиль гумору може вплинути і на готовність позитивно сприймати певні стилістичні чи відповідним чином спрямовані види гумору під час війни.

Для оцінки самих зразків гумору нами був використаний *метод семантичного диференціалу*.

Як відомо, цей метод був розроблений у 1952 році групою американських психологів на чолі з Чарльзом Осгудом та у подальшому

став активно застосовуватися для оцінки сприймання різних стимулів, зокрема, у рекламній практиці, соціології, маркетингу та, звісно, психологічних дослідженнях.

Даний метод дозволяє вимірювати емоційне ставлення досліджуваних до представлених стимулів на основі певних асоціацій чи прямих питань, при цьому враження від стимулу підлягають кількісному вимірюванню завдяки наявності шкалювання. Метод є зручним, якщо є необхідність порівнювати оцінку та сприймання декількох різних стимулів, як у нашому випадку.

При застосування методу можуть використовуватися монополярні шкали (з одною характеристикою), або біполярні шкали, де на полюсах розташовуються протилежні характеристики. Ми обрали другий шлях.

У нашому семантичному диференціалі було закладено декілька шкал, які дозволяли оцінювати: когнітивний (запам'ятовуваність, привернення уваги, зрозумілість), емоційний (здатність викликати емоції певної палітри, зацікавити) та мотиваційний (здатність розрадити, надихнути) потенціал кожного зразка.

Зокрема, було включено шкали: незрозумілий – зрозумілий; не привертає увагу – привертає увагу; неприємний – приємний; нецікавий – цікавий; несмішний – смішний; не підбадьорює – підбадьорює; обурює – надихає.

Для оцінки зразків мемів за відповідними шкалами була запропонована 7-бальна шкала: від 1 до 7.

Таким чином, дібраний нами інструментарій дозволяв покрити усі поставлені завдання: від оцінки сприймання наведених у якості стимульного матеріалу мемів, до виявлення досвіду переживання респондентами воєнних подій та вираженості у них індивідуального стилю гумору, що дозволило при аналізі даних виявити в подальшому певні закономірності щодо сприймання різних стилів гумору людьми з різних

груп (з відмінним досвідом переживання війни та різними індивідуальними стилями гумору).

### **Аналіз стимульного матеріалу**

Для того, щоб оцінити особливості сприймання досліджуваними різних видів гумору під час війни нами був дібраний стимульний матеріал, який покривав два вектори різновидів комічного: стилістичний та вектор направленості.

За стилістикою традиційно виділяються такі різновиди гумору як:

- Іронія (доброзичливе або дошкульне кепкування)
- Сатира (висміювання, критичне підкреслення певних недоліків, вад)
- Сарказм (різке глузування в нотками зверхності)
- Чорний гумор (глузування над табуйованими для традиційного гумору темами (наприклад, смерті, тілесними вадами тощо).

За направленістю гумор може бути:

- спрямований на самого себе (наприклад, самоіронія, самосарказм)
- спрямований на інших людей (об'єкти).

У нашому випадку логічно було у якості спрямованості виділяти зразки гумору, які під час війни українці спрямовують на себе, або на ворога.

Таким чином нам необхідно було відібрати зразки гумору воєнного часу, які би презентували відповідні різновиди гумору за стилістикою та спрямованістю.

Ми зосередилися на мемах як на найбільш поширеному жанрів гумору у період війни, який є широкодоступним та репрезентований безліччю зразків.

Нами було відібрано 8 зразків мемів, які репрезентували:

- Самоіронію та іронію над ворогом
- Висміювання українцями самих себе та сатиру, спрямовану на ворога;
- Різке глузування над собою та сарказм над ворогом
- Чорний гумор, спрямований на українців та на ворогів.

У якості самоіронії була взята тема кепкування українців над собою через певні побутові негаразди, спровоковані війною (перечікування повітряних тривог, відключення світла тощо). Відповідний зразок мему (див. рис.2.1.) демонструє вовків, які ніби насміхаються над відповідними некомфортними станами.

У якості прикладу іронії над ворогом був взятий один із серії мемів про недолугого окупанта Чмоню (негідного, слабкого вояка).

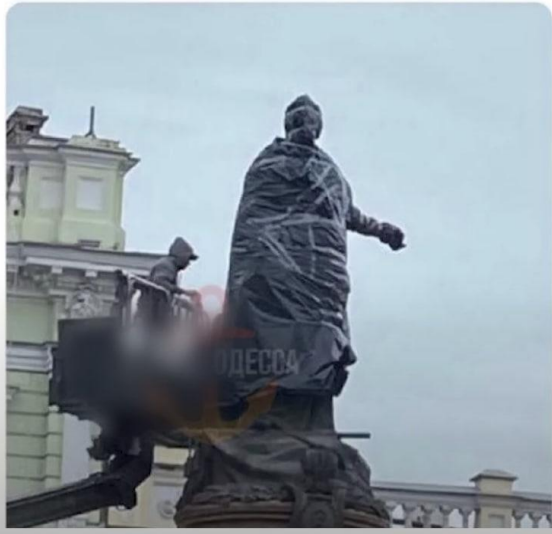
## Я: РОЗКАЗУЮ ПРО СВОЇ ПЛАНИ НА ДЕНЬ



Рис.2.6. Приклади мемів з самоіронією українців та іронією над ворогом

Для оцінки сатиричних зразків ми відібрали мем про необхідність утилізації ворожої культурної спадщини (як і потенційно самих ворогів).

катька як справжня росіянка  
вже в пакеті, чекаємо на  
утилізацію



Коли цілий день обговорював важливі рішення з Прем'єр-міністром Великої Британії

Рис.2.7. Приклади мемів у сатиричному стилі

Для ілюстрації сатиричного висміювання українцями самих себе був відібраний мем, який натякає на залежність нашого Президента від іноземних партнерів, зокрема, від британського прем'єр-міністра (див. рис.2.7.).

Більш жорстке та різке глузування над собою було презентовано мемом про запродавця Віктора Медведчука, який нарешті «знерухомлений» настільки, щоб більше не нашкодити Україні. Як приклад сарказму над ворогом був відібраний один із мемів з популярної серії про руйнацію Кримського моста та реакцію росіян. Змушених полишати півострів (див. рис. 2.8.).

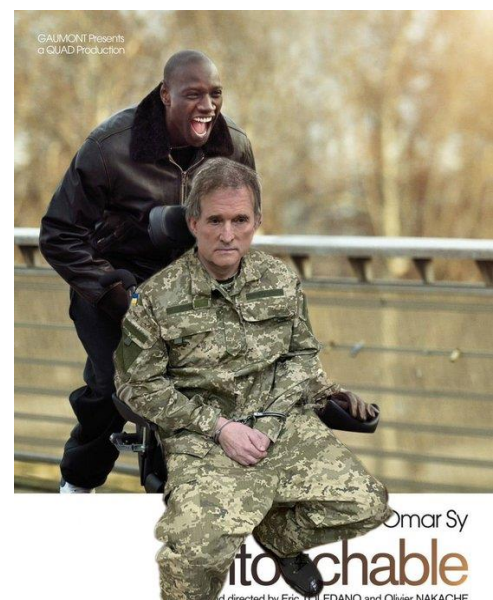


Рис 2.8. Приклад мемів з сарказмом українців щодо власних недоліків та сарказмом над ворогами

Нарешті, останній стиль гумору – чорний – був представлений двома зразками: глузуванням над майбутніми ризиками для життя самих росіян (правило двох стін: сховайся у мавзолеї) та чорним глузуванням українців над смертю у контексті загрози ядерного удару (знаменита серія мемів про гору Щекавицю, де українці проведуть останні години). Відповідні зразки представлено на рис. 2.9.

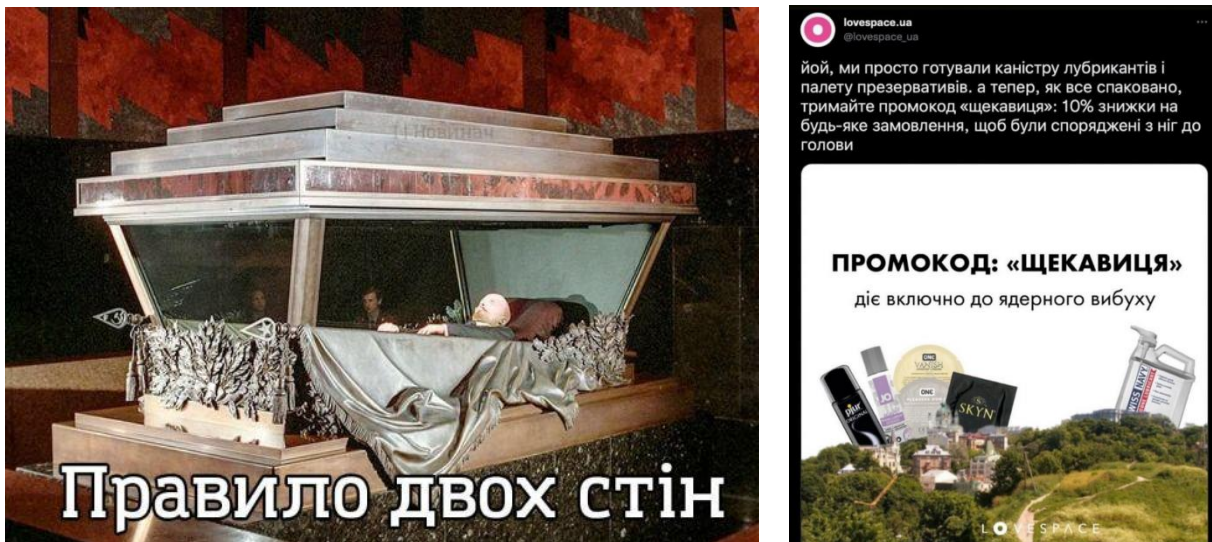


Рис.2.9. Приклад мемів з використанням чорного гумору

Початково відібрані зразки були попередньо протестовані на вибіркових досліджуваних на предмет розуміння, впізнавання тощо. Деякі тестові зразки були замінені на більш відповідні.

Таким чином, нам вдалося дібрати стимульний матеріал, який би відтворював основні стилістичні різновиди гумору та види спрямованості гумору, а також був актуальним для українців у період воєнних дій.

Для виявлення характеру сприймання досліджуваними кожного із запропонованих стимульних зразків використовувався семантичний диференціал із біполярними шкалами, які дозволяли оцінити когнітивний (запам'ятовуваність, привернення уваги, зрозумілість), емоційний

(здатність викликати емоції певної палітри, зацікавити) та мотиваційний (здатність розрадити, надихнути) потенціал кожного зразка.

## **Висновки до Розділу II**

На основі проведеного аналізу теоретичних підходів щодо сприймання гумору та його різних типів в умовах війни, а також враховуючи потребу у розробці моделі психологічних особливостей цього сприймання, було визначено мету та завдання емпіричного дослідження. З урахуванням поставлених завдань, було встановлено наступні етапи емпіричного дослідження: дібрати методики, які дозволили би максимально повно дослідити особливості сприймання різних видів гумору людьми з окремих груп; сформувати вибірку, до якої увійшли би люди з різним досвідом переживання воєнних подій; підібрати стимульний матеріал, що презентував би різні види гумору і час війни; організувати та провести дослідження; здійснити статистичну обробку отриманих емпіричних даних за допомогою програми Jamovi; аналізувати отримані дані та інтерпретувати результати дослідження з метою визначення особливостей сприймання різних видів гумору під час війни людьми з різним досвідом переживання воєнних подій, а також з певними індивідуальними характеристиками; розробити практичні рекомендації щодо використання гумору у період війни для потреб індивідуального консультування чи подолання напруги та стресу, а також для підвищення ефективності комунікації з різними групами людей.

Для того, щоб визначити досвід переживання окремих травматичних подій під час війни, оцінити індивідуальний стиль гумору та для оцінки самих зразків гумору були використані такі методики: метод анкетування, методика Опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ), метод семантичного диференціалу.

Учасниками дослідження стали громадяни України різних вікових категорій. Серед учасників були чоловіки, жінки та особи, що не відносять себе до цих статей. Респонденти проживають в Україні та закордоном, серед них є внутрішньо переміщені особи. Дослідження було проведено в он-лайн форматі, за допомогою гугл-форми.

## РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙМАННЯ ГУМОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 3.1. Аналіз особливостей сприймання різних типів гумору в умовах війни

На початку проаналізуємо загальні показники досліджуваних стосовно властивих їм індивідуальних стилів гумору. У подальшому розподіл респондентів на групи у відповідності до їх провідного стилю гумору допоможе нам визначити особливості сприймання ними різних типів гумору у воєнний час.

У результаті використання методики Опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ) Р.Мартіна були отримані кількісні дані, які представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Результати на визначення стилю гумору за Опитувальником стилів гумору

Р. Мартіна

		Кількість досліджуваних	% досліджуваних
Афіліативний	Низький	1	0,8%
	Середній	32	25,8%
	Високий	91	73,4%
Самопідтримуючий	Низький	4	3,2%
	Середній	58	46,8%
	Високий	62	50%
Агресивний	Низький	13	10,5%
	Середній	103	83%
	Високий	8	6,5%
Самопринижуючий	Низький	16	12,9%
	Середній	92	74,2%
	Високий	16	12,9%

За методикою, максимальний бал, що можна отримати в одному зі стилів гумору дорівнює 56 балів. Відповідно введене ранжування балів за рівнями вираженості стилів:

- 1) Від 0 до 19 балів – низький рівень;
- 2) Від 20 до 38 балів – середній рівень;
- 3) Від 39 до 56 балів – високий рівень.

Результати на визначення стилю гумору за Опитувальником стилів гумору Р. Мартіна:

1. Афіліативний стиль гумору:
  - Низький рівень: 1 досліджуваний (0,8%)
  - Середній рівень: 32 досліджуваних (25,8%)
  - Високий рівень: 91 досліджуваний (73,4%)

Афіліативний стиль гумору характеризується використанням гумористичних елементів з метою побудови позитивних стосунків та зміцнення соціальних зв'язків. Результати дослідження вказують на те, що більшість досліджуваних (73,4%) мають високий рівень афіліативного стилю гумору. Це свідчить про їхній нахил до використання гумору як інструменту для створення позитивної атмосфери, підтримки та зміцнення взаємин з оточуючими.

2. Самопідтримуючий стиль гумору:
  - Низький рівень: 4 досліджуваних (3,2%)
  - Середній рівень: 58 досліджуваних (46,8%)
  - Високий рівень: 62 досліджуваних (50%)

Самопідтримуючий стиль гумору передбачає використання гумору з метою підвищення власної самооцінки, розваги та позитивного настрою. Згідно з результатами дослідження, половина досліджуваних (50%) виявили високий рівень самопідтримуючого стилю гумору. Це вказує на їхню здатність використовувати гумор як засіб для самовираження, підтримки власної позитивної самоконцепції та розважальних цілей.

### 3. Агресивний стиль гумору:

- Низький рівень: 13 досліджуваних (10,5%)
- Середній рівень: 103 досліджуваних (83%)
- Високий рівень: 8 досліджуваних (6,5%)

Агресивний стиль гумору характеризується використанням гострого гумору, сарказму та висміювання інших осіб. Згідно з отриманими даними, більшість досліджуваних (83%) проявили середній рівень агресивного стилю гумору. Це свідчить про їхній нахил до використання гостроти, критичного погляду та висміювання в інтеракціях з оточуючими людьми.

### 4. Самопринижуючий стиль гумору:

- Низький рівень: 16 досліджуваних (12,9%)
- Середній рівень: 92 досліджуваних (74,2%)
- Високий рівень: 16 досліджуваних (12,9%)

Самопринижуючий стиль гумору передбачає використання гумору для самокритики, жартів про власні недоліки та помилки. Згідно з отриманими результатами, більшість досліджуваних (74,2%) мають середній рівень самопринижуючого стилю гумору. Це свідчить про їхню здатність використовувати гумор як спосіб жорстокої саморефлексії та засіб для знімання напруги шляхом насміхання над власними недоліками.

Аналіз отриманих результатів за методикою Р. Мартіна дозволяє нам обрахувати середні значення по кожному з стилів гумору для всіх респондентів.

Таблиця 3.2.

Розподіл респондентів з властивим їм індивідуальним стилем гумору

Тип гумору	Середнє значення
Афіліативний	43,5
Самопідтримуючий	37,4
Агресивний	28,9
Самопринижуючий	29,4

Розподіл даних є нормальним (критерій Шапіро-Вілка,  $p > 0.05$ ), тому для опису центральної тенденції використовується середнє арифметичне (таб. 3.2.).

Також було проаналізовано, чи різняться показники по середньому значенню за стилям гумору в чоловіків та жінок, та отримано наступні результати (таб. 3.3.).

Таблиця 3.3.

Відмінності в індивідуальних стилях гумору чоловіків та жінок

Стиль гумору	Стать	
	Жіноча	Чоловіча
Афіліативний	44,2	42
Самопідтримуючий	38,2	35,4
Агресивний	28	30,8
Самопринижуючий	29,3	30

Чоловіки отримали вищі значення в агресивному та самопринижуючому стилях – 30,8 балів та 30 балів відповідно, у той час як жінки отримали вищі значення в афіліативному та самопідтримуючому стилях гумору – 44,2 бала та 38,2 бала відповідно. Чоловіки та жінки мають різні бали по гумору направленому на себе та гумору направленому на інших, однак чоловіки більш схильні до негативного полюсу вираження цього гумору, ніж жінки, а жінки натомість більш схильні до позитивного полюсу вираження цього гумору, ніж чоловіки.

Отримані результати свідчать про наявність різниці в прояві різних стилів гумору в залежності від статі. Ці відмінності можуть бути пов'язані з соціокультурними чинниками, різними способами комунікації та вираження емоцій, а також індивідуальними особливостями статевих груп.

Також було проаналізовано, чи різняться показники по середньому значенню за стилям гумору у респондентів різних вікових груп, та отримано наступні результати (таб. 3.4.).

Таблиця 3.4.

## Вікові відмінності у вираженості індивідуальних стилів гумору

Стилі гумору	Вік			
	До 18	18-25	26-40	40+
Афіліативний	42,8	43,8	41,6	44,3
Самопідтримуючий	37	37,9	33,8	43,3
Агресивний	28	29,2	28,3	22,3
Самопринижуючий	31	30	25,9	28,3

## 1. Афіліативний стиль гумору:

За результатами дослідження, середня оцінка афіліативного стилю гумору у респондентів до 18 років становить 42,8, у респондентів віком від 18 до 25 років - 43,8, у респондентів віком від 26 до 40 років - 41,6, та у респондентів віком 40+ років - 44,3. Це свідчить про те, що рівень використання гумору для побудови позитивних стосунків та зміцнення соціальних зв'язків зберігається на стабільному рівні у різних вікових груп респондентів.

## 2. Самопідтримуючий стиль гумору:

У групі респондентів до 18 років середня оцінка самопідтримуючого стилю гумору становить 37, у респондентів віком від 18 до 25 років - 37,9, у респондентів віком від 26 до 40 років - 33,8, та у респондентів віком 40+ років - 43,3. Це вказує на те, що рівень використання гумору для підвищення власної самооцінки, розваги та позитивного настрою може змінюватися в залежності від вікової категорії респондентів.

## 3. Агресивний стиль гумору:

Середня оцінка агресивного стилю гумору у респондентів до 18 років становить 28, у респондентів віком від 18 до 25 років - 29,2, у респондентів віком від 26 до 40 років - 28,3, та у респондентів віком 40+ років - 22,3. Це свідчить про те, що використання гумору з агресивним

спрямуванням може бути менш поширеним у старшій віковій групі респондентів.

#### 4. Самопринижуючий стиль гумору:

У групі респондентів до 18 років середня оцінка самопринижуючого стилю гумору становить 31, у респондентів віком від 18 до 25 років - 30, у респондентів віком від 26 до 40 років - 25,9, та у респондентів віком 40+ років - 28,3. Це може свідчити про тенденцію зменшення використання самопринижуючого гумору зі зростанням віку.

Однією з гіпотез, сформованих на початку дослідження, була гіпотеза про те, що люди, що мають більший травматичний досвід переживання війни, краще сприймають більш жорстокі види гумору під час повномасштабного вторгнення, ніж люди, що мають не такий травматичний досвід. Для підтвердження або спростування цієї гіпотези було проаналізовано чи існує взаємозв'язок між рівнем травматичного досвіду та індивідуальними стилями гумору та чи існує взаємозв'язок між рівнем травматичного досвіду та реакцією на стилістично жорстокі види гумору (сарказм та чорний гумор).

Рівень травматизації особи був визначений з допомогою авторського опитувальника. Запитання були поділені на три групи, які відповідають кожному з рівнів.

Питання, що відповідають високому рівню:

- Чи втратили ви своє майно через війну?
- Чи пережили ви фізичні травми або поранення внаслідок війни?
- Чи мали ви особистий досвід бути безпосередньо учасником збройного конфлікту?
- Чи втратили ви близьких людей (родичів, друзів) через війну?

Не дивлячись на те, що бойовий стрес відіграє свою позитивну роль у збереженні цілісності організму і особистості воїна в екстремальних

умовах, він також є причиною подальшої дезадаптації учасників бойових дій [1].

Участь у війні становить екстремальну ситуацію, де людина постійно перебуває в сильному психоемоційному стресі та змушена протистояти йому вольовими зусиллями. Це має свою високу ціну. Практично всі учасники бойових дій мають зміни у фізичному та психічному стані.

Втрата майна є також серйозним травмуючим чинником, адже люди вимушені переживати не лише матеріальні втрати, а й розлуку з рідними та друзями, що погіршує адаптацію до нових умов проживання.

Питання про втрату близьких людей було додано, адже за О. Туриніною до головних психічних травм також належить втрата близьких людей [10].

Питання, що відповідають середньому рівню:

- Чи стикалися ви з ризиком для вашого життя під час війни?
- Чи переживали ви психологічні труднощі або травми через війну?
- Чи перебували ви у вимушеному переселенні або були змушені залишити місце проживання через війну?
- Чи мали ви досвід військової служби або були включені до збройних сил під час конфлікту?

Про психологічну травматизацію ВПО (внутрішньо переміщені особи) можна судити на основі поширення психологічного дистресу, який пов'язаний з порушеннями адаптації та є наслідком надмірної травматизації [2; с. 374].

Питання, що відповідають низькому рівню:

- Чи втратили ви здатність працювати або займатися звичайними справами через наслідки війни?
- Чи брали ви участь у гуманітарних діях або волонтерстві під час війни?

Залежно від відповіді на анкетні запитання ми розділили людей на три групи по рівню травматизації: низький – 6 осіб (4,8%); середній – 70 осіб (56,5%); високий – 48 осіб (38,7%).

В одному з запитань ми попросили учасників дослідження розповісти, які меми, що з'явилися протягом повномасштабного вторгнення запам'ятались їм найбільше. Загалом 124 учасника пригадало 375 мемів. Ми проаналізували всі згадані меми та підготували топ-10 найпопулярніших.

На першому місці, отримавши 25 згадок, опинився найвідоміший собака України – пес Патрон. Патрон шукає вибухівку, мило засинає перед камерами та точно «тримає цей район» (цит. з пісні «Пес Патрон»), за це його так і люблять українці.

Меми на другому та третьому місці набрали по 19 балів. Ці місця в топ-10 ділять між собою меми про Кримський міст та всі меми про Порошенка. І якщо з Кримським мостом все доволі очевидніше – подія однозначна й українці просто добре її пам'ятають, то про Петра Олексійовича було більше варіацій. Там і «мирного рішення не буде», і «Порошенко випусти мене звідси», і просто «всі меми про Порошенка», бо протягом повномасштабного вторгнення користувачі інтернету перетворили образ неоднозначного політичного діяча у справжній мем.

На четвертому місці, отримавши 18 балів, опинився Чмоня. Окупант, що потрапив у полон у березні 2022, став справді вірусним мемом. Його використовували у смішних фотошопах (до речі, один з них навіть використовувався в нашому дослідженні), у відео, що робили під пісню української співачки Русі «Не стій під вікном» та навіть робили на нього косплей.

П'яте, шосте та сьоме місця отримала по 12 балів. Сюди увійшли добре відомі меми: цитата Лукашенко про «чотири позиції звідки готувався напад», Арестович та його найвідоміша фраза про «2-3 тижні», і

звичайно цитати, що перш за все з'явилась як символ незламності української армії – «руській военний корабль, іди нах\*й!».

На восьмому місці, отримавши 10 згадок, опинилась Оксана Марченко, що стала мемом після публікації звернення до турецького президента Ердогана. Цитату, з її звернення, що стала вірусною, пригадали й учасники дослідження – «дост кара гюнде белі олур в мою сім'ю».

На дев'ятому місці опинився мем, про який згадали 10 разів. І якщо в топі вже був приклад незламності армії, то тепер тут приклад незламності українського народу, хоч який і має в собі щось комічне – дрони й огірки. Ми добре пам'ятаємо як дрони збивали банками огірків, як цигани вкрали танк у окупантів, як «гопники БТР віджали», ті історії, які веселять, але разом з тим дивують та захоплюють.

На десятому ж місці, отримавши 9 балів, опинився мем про бавовну. Коли в Белгороді почали писати, що чують якісь «хлопки», на це звичайно зреагували українці. І через гру слів з «хлопок», спочатку як звук (про що й писали), а потім як тканина, українці й переклали на «бавовну».

Як бачимо, українці добре запам'ятовують жатри, які підтримують та звеселяють їх у важні часи. Особливо яскраво запам'ятовуються жарти над ворогами (російський военний корабель, бавовна, Чмоня, Кримський міст).

Однією з гіпотез, сформованих на початку дослідження, була гіпотеза про те, що незалежно від досвіду переживання війни та власних стилів гумору, люди краще сприймають більш жорстокі види гумору, що направлені на висміювання ворога.

Розподіл ненормальний тому за міру центральної тенденції використовувалась медіана.

Таблиця 3.8. Медіана оцінки мемів з різними стилями гумору

	1	2	3	4	5	6	7	8
--	---	---	---	---	---	---	---	---

Середнє	34.0	33.0	36.0	42.0	39.0	46.	37.0	38.0
---------	------	------	------	------	------	-----	------	------

Порівняльний аналіз (таблиця 3.9.) показав чіткі відмінності між оцінками гумору спрямованого на себе та спрямованого на ворогів.

Таблиця 3.9.

Оцінки мемів з різним стилем гумору та спрямованістю на себе чи на ворогів

	Іронія	Сатира	Сарказм	Чорний гумор
Спрямований на себе	34.0	36.0	39.0	37.0
Спрямований на ворогів	33.0	42.0	46.0	38.0

Аналізу сприймання гумору, в залежності від його спрямованості (спрямованого на висміювання себе або ворога), виявило цікаві результати. Виявлено, що мемі, в яких висміюється ворог (мемі №2, 4, 6 і 8), отримали вищі бали, ніж мемі, в яких респонденти висміюють себе та українців (мемі №1, 3, 5 і 7).

Це свідчить про те, що люди насолоджуються та краще сприймають гумор, спрямований на ворога, незалежно від їхнього досвіду переживання війни та стилю гумору. Цей факт може вказувати на певні психологічні механізми, що впливають на сприймання гумору та його роль у суспільстві у воєнний час.

Було проаналізовано зв'язок між рівнями травматизації досліджуваних та притаманним їм зараз індивідуальним стилям гумору за методикою Р. Мартіна (таб. 3.5.).

Для проведення кореляційного аналізу, були зібрані дані для змінних рівня травматизації – «Рівень травматизації» та стилів гумору: «Афіліативний», «Самопідтримуючий», «Агресивний» і «Самопринижуючий». Ці дані представляють значення, які необхідно було порівняти.

Таблиця 3.5.

Індивідуальні стилі гумору, притаманні людям з різним ступенем травматизації під час війни

Стиль	Рівень травматизації
Афіліативний	0,059047324
Самопідтримуючий	0,059047324
Агресивний	0,219799834
Самопринижуючий	0,157681721

Після збору даних, було використано статистичний інструмент для обрахування коефіцієнта кореляції між кожною парою змінних.

Отримані значення коефіцієнтів кореляції вказують на силу та напрямок зв'язку між змінними. Значення 0 вказує на відсутність кореляції, значення близько до 1 вказує на позитивний зв'язок, а значення близько до -1 вказує на негативний зв'язок.

Коефіцієнт кореляції між «Рівень травматизації» та «Афіліативний» дорівнює 0,059047324. Це означає, що між змінними «Рівень» і «Афіліативний» існує дуже слабкий позитивний зв'язок. Це може свідчити про те, що зі збільшенням значень змінної «Рівень», значення змінної «Афіліативний» трохи збільшуються.

Коефіцієнт кореляції між змінними «Рівень травматизації» та «Самопідтримуючий» такий же, як і між «Рівень» та «Афіліативний», і дорівнює 0,059047324. Це означає, що змінна «Рівень» має дуже слабкий позитивний зв'язок як з «Самопідтримуючий», так і з «Афіліативний».

Коефіцієнт кореляції між «Рівень травматизації» та «Агресивний» дорівнює 0,219799834. Це вказує на помірний позитивний зв'язок між змінними. Зі збільшенням значень змінної «Рівень», значення змінної «Агресивний» також помірно збільшуються.

Коефіцієнт кореляції між «Рівень травматизації» та «Самопринижуючий» дорівнює 0,157681721. Це означає, що між змінними «Рівень» і «Самопринижуючий» також існує дуже слабкий позитивний зв'язок. Зі збільшенням значень змінної «Рівень», значення змінної «Самопринижуючий» трохи збільшуються.

Загалом, результати кореляційного аналізу вказують на наявність зв'язку між змінною «Рівень» та рештою змінних, проте ці зв'язки є дуже слабкими або помірними. Промальовується тенденція, що збільшений рівень травматизації може впливати на прихильність до агресивного стилю гумору особистості.

Також ми проаналізували особливості сприймання різного типу гумору у воєнний час людьми залежно від рівня травматизації. Було проаналізовано середні показники сприймання кожного зі стимульних матеріалів (мемів) (таб. 3.6.).

За семантичним диференціалом, максимальний бал позитивний оцінок, який міг отримати кожний мем дорівнює 49 балів, що відповідає абсолютно позитивному його сприйманню. Відповідно введене ранжування балів за рівнями сприймання мемів:

- 1) Від 0 до 17 балів – низький рівень;
- 2) Від 18 до 33 балів – середній рівень;
- 3) Від 34 до 49 балів – високий рівень.

Результати аналізу, представлені у таблиці 3.6., показують, що середня оцінка сприймання мемів у респондентів з груп з трьома різними рівнями травматизації відрізняється. Для більшості мемів, середня оцінка сприймання зростає від низького рівня травматизації до високого. Наприклад, для мема 1 середня оцінка становить 29.3 бала для низького

рівня травматизації, 34.9 бала для середнього рівня і 33.3 бала для високого рівня. Схожі тенденції спостерігаються і для інших мемів.

Для більш жорстоких видів гумору (сарказм, чорний гумор), представлених мемами 5, 6, 7 та 8, спостерігається зростання оцінки з середнього до високого рівня при зростанні рівня травматизації у груп досліджуваних, які сприймають ці меми. Це свідчить про те, що люди з більшим травматичним досвідом переживання війни краще сприймають ці більш жорстокі види гумору.

Таблиця 3.6.

Загальна оцінка гумористичних мемів досліджуваними з різним ступенем травматизації

Рівень травматизації	N	Мем 1	Мем 2	Мем 3	Мем 4	Мем 5	Мем 6	Мем 7	Мем 8
Середній	70	33.3	31.7	35.6	40,2	36,3	43,2	35,2	36,9
Високий	48	34.9	34,4	34,6	39,2	37,2	43,0	37,2	37,3
Низький	6	29.3	29.3	33	41,5	32.3	42.7	37.5	34.8

Натомість, для менш жорстоких видів гумору (іронія, сатира), представлених мемами 1, 2, 3 та 4, середні показники оцінки майже не змінюються при зростанні рівня травматизації. Це може свідчити про те, що рівень травматизації не має значущого впливу на сприймання цих менш жорстоких видів гумору.

Загалом, дослідження підтверджує гіпотезу про те, що люди з більшим травматичним досвідом війни краще сприймають більш жорстокі види гумору під час повномасштабних вторгнень, зокрема меми 5, 6, 7 та 8. Водночас, рівень травматизації не має значущого впливу на сприймання

менш жорстоких видів гумору, представлених мемами 1, 2, 3 та 4, під час повномасштабного вторгнення.

Отже, за результатами аналізу взаємозв'язку між рівнем травматичного досвіду з індивідуальними стилями гумору та з реакцією на стилістично різні види гумору (іронія, сатира, сарказм та чорний гумор) гіпотеза про те, що люди, які мають більший травматичний досвід переживання війни, краще сприймають більш жорстокі види гумору під час повномасштабного вторгнення, ніж люди, що мають не такий травматичний досвід була підтверджена.

Ці результати можуть вказувати на те, що особи з вищим рівнем травматизації можуть мати більшу толерантність до більш жорстокого гумору в екстремальних ситуаціях, оскільки вони можуть відчувати більшу співпричетність та розуміння у подібних контекстах.

Однією з гіпотез, сформованих на початку дослідження, була гіпотеза про те, що люди, яким притаманний агресивний чи самопринижуючий стилі гумору (за опитувальником Р. Мартіна), краще сприймають жорстокі види гумору, ніж люди, що мають самопідтримуючий чи афілативний стилі гумору.

Аналізуючи таблицю 3.7 і враховуючи той факт, що всі меми належать до жорстокого гумору (сарказм, чорний гумор), можна зробити такі висновки щодо впливу стилів гумору на сприймання наведених мемів.

Для мемів №5, №6, №7 та №8 можна спостерігати відмінності в середніх оцінках в залежності від стилю гумору. Зокрема, для мему №5 можна побачити, що оцінки жорстокого гумору для різних стилів гумору знаходяться на відносно однаковому рівні, що може свідчити про те, що стиль гумору не має значущого впливу на сприймання жорстоких мемів.

Однак, для мемів №6, №7 та №8 можна спостерігати певні відмінності в середніх оцінках жорстокого гумору залежно від стилю гумору, притаманного досліджуванним. Наприклад, для мему №6, люди з самопідтримуючим та афіліативним стилями гумору дають доволі високі

оцінки, тоді як люди з властивим їм агресивним стилем гумору дають нижчі оцінки. Найвище такий гумор оцінили люди з самопринижуючим стилем гумору. Аналогічні тенденції спостерігаються і для мемів №7 та №8, де різні стилі гумору досліджуваних мають вплив на сприймання жорстокого гумору.

Отже, можна зробити висновок, що індивідуальний стиль гумору може впливати на сприймання жорстокого гумору. Це підкреслює важливість розуміння і врахування стилів гумору при аналізі сприймання жорсткого гумору.

Таблиця 3.7.

Відмінності у сприйнятті різних видів гумору досліджуваними з різним індивідуальним стилем гумору

Мем №	Стиль гумору	N	Середнє значення
5	Афіліативний	83	36,9
	Самопідтримуючий	29	36,6
	Агресивний	6	32,2
	Самопринижуючий	6	34,8
6	Афіліативний	83	43,9
	Самопідтримуючий	29	40,0
	Агресивний	6	30,7
	Самопринижуючий	6	45,2
7	Афіліативний	83	36,5
	Самопідтримуючий	29	37,6
	Агресивний	6	36,3
	Самопринижуючий	6	32,0
8	Афіліативний	83	37,2
	Самопідтримуючий	29	38,6

	Агресивний	6	26,7
	Самопринижуючий	6	36,5

Хоча можна помітити деякі відмінності в середніх значеннях оцінки мемів з жорстким гумором для різних стилів гумору, вони не є достатніми для встановлення чіткої залежності. Зокрема, у деяких випадках навіть за одним стилем гумору можуть спостерігатися різні оцінки жорсткого гумору.

Також варто враховувати той факт, що у багатьох респондентів бали за деякі з позитивних стилів гумору (афіліативний, самопідтримуючий) та деякі з негативних (агресивний, самопринижуючий) були доволі схожі й бали за позитивні зовсім трохи перевищували бали за негативні, однак для аналізу було обрано саме найвищий показник.

Тому, на підставі наданих даних, можна сказати, що результати дослідження не підтверджують гіпотезу про те, що люди з агресивним чи самопринижуючим стилем гумору краще сприймають жорстокі види гумору порівняно з людьми, що мають самопідтримуючий чи афіліативний стилі гумору. Однак, важливо врахувати, що цей висновок базується лише на даному дослідженні, і для отримання більш об'єктивного результату, можуть знадобитися додаткові дослідження та аналіз інших факторів.

### **3.2. Практичні рекомендації щодо використання гумору у публічних комунікаціях в умовах війни**

Під час війни суспільні комунікації відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, управлінні інформацією та підтримці бойового духу. Гумор, як потужний інструмент комунікації, може бути використаний для залучення аудиторії та встановлення зв'язку з нею, зняття стресу та зміцнення почуття єдності. Однак використання гумору в таких чутливих контекстах вимагає ретельного розгляду і стратегічного

планування. У цьому розділі представлені практичні рекомендації щодо відповідального та ефективного використання гумору в публічних комунікаціях під час війни.

### 1. Розуміти культурний і соціальний контекст.

Гумор перебуває під сильним впливом культурних і соціальних чинників. Тому важливо мати всебічне розуміння культурних норм, чутливості та історичного контексту цільової аудиторії. Необхідно проводити ретельне дослідження, щоб визначити відповідні стилі гумору, символи та посилання, які резонують з місцевим населенням, уникаючи при цьому потенційно образливого гумору або такого, що розколює суспільство, контенту. Як показало наше дослідження, гумор має неймовірну силу контекстуальної прив'язки. Жарти, які були зрозумілі тим, хто залишився в Україні (зокрема про ядерку, переховування в коридорі, відсутність світла тощо) мали подекуди нюанси, не зрозумілі тим, хто виїхав за кордон.

### 2. Розуміти аудиторію та особливості її світосприймання.

Так само, як і в першій рекомендації важливо зосереджуватися на специфіці аудиторії, яка буде основним «користувачем» жарту. Вікові, статеві, рольові та інші соціально-демографічні відмінності можуть мати вирішальне значення при сприйнятті гумористичного повідомлення. У нашому дослідженні, наприклад, мем про російського солдата-невдачу Чмоню прекрасно відгукнувся молодіжній аудиторії, при цьому був незрозумілим старшому поколінню. Він поширювався здебільшого в молодіжному середовищі, серія мемів про цього персонажа наповнювалася деталями, фразами чи фоновими зображеннями зрозумілими молодим. Цей приклад ще раз демонструє, що універсального гумору не існує.

Гумор, який створювався у молодіжному середовищі

### 3. Зберігайте чутливість і повагу:

Хоча гумор може забезпечити такий необхідний перепочинок, життєво важливо проявляти чутливість і повагу, коли йдеться про теми,

пов'язані з війною та конфліктом. Необхідно уникати висвітлення індивідуальних страждань, втрат чи травм, не кепкувати з проблем окремих груп українців, протиставляючи їх іншим. Важливо зосередитися на спільному досвіді, універсальних темах і позитивних аспектах, які можуть об'єднати людей, а не увічнювати розбіжності чи експлуатувати чутливі питання.

#### 4. Смійтеся разом з аудиторією, а не над нею.

Це універсальне правило використання гумористичного контексту. І хоча наше дослідження показало, що деякі зразки гумору, спрямованого на себе сприймаються достатньо позитивно, це радше стосується «м'яких» стилістичних жанрів, таких як самоіронія. Більш жорсткі форми гумору – сатиру та сарказм – треба використовувати з обережністю, якщо вони спрямовані всередину аудиторії, а не назовні. Висока оцінка саркастичного мему з Віктором Медведчуком у нашому дослідженні зумовлена скоріше негативним ставленням до персонажу мему, а не тим, що українці отримують насолоду від сарказму над самими собою. І сатира і сарказм висміюють гостро і радше будуть поляризувати спільноту, ніж об'єднувати, що є проблемою у часи війни.

#### 5. Смійтеся над ворогом, але пам'ятайте про те, що насправді він не кумедний

Цей результат нашого дослідження є здається однозначним: гумор спрямований на ворогів, сприймається дуже позитивно. Цю тенденцію помітили ще дуже давно, спрямовуючи сатиру, карикатури та інші гумористичні жанри проти противника з метою згуртування нації, підняття її морального духу та створення загального позитивного настрою. Втім, варто пам'ятати, що недооцінка ворога – може бути проблемою. При висміюванні воюючого лейкмотивом не має ставати його слабкість, глупість та інші риси, які демонструють, що перемогти його буде легко. Завищені таким чином очікування громадян своєї країни можуть дорого обійтися у разі проблем на фронті або затяжної війни.

## 6. Використовуйте гумор як міст, а не відволікаючий фактор.

Ця порада є своєрідним продовженням попередньої. Гумор має слугувати мостом між повідомленням та аудиторією, сприяючи кращому розумінню та залученню. Він не повинен затьмарювати або відволікати від серйозності ситуації. Необхідно дотримуватися балансу між гумором і серйозним характером війни, гарантуючи, що повідомлення залишається зрозумілим, достовірним і поважним.

## 7. Не бійтеся чорного гумору

Захисні властивості гумору для людської психіки у страшних ситуаціях є очевидними. Те, що здається нам смішним – перестає бути страшним. Чорний гумор, при всій очевидній грубості, відтісняє реальний страх смерті чи травми, створює буфер між реальністю за рахунок люфту між непережитим страхом і пережитим смішним моментом. Наше дослідження показало, що у період війни чорний гумор добре сприймається значною частиною населення: при цьому чим травматичнішими є їх реальні переживання подій війни – тим чутливіше вони реагують на такий гумор. Недаремно, такий гумор поширений серед самих військових, або військових медиків. Табуований у мирний час для широких верств (дослідження демонстрували низьку ефективність такого гумору в Україні в довоєнний період, особливо серед старшого населення), у часи війни він стає цілком доречним.

## 8. Пристосовуйте гумор до різних платформ і каналів.

Необхідно враховувати різноманітність доступних комунікаційних платформ і каналів, таких як соціальні мережі, телебачення, радіо та друковані видання та адаптувати гумор відповідно до кожного середовища та його унікальних характеристик. Можна використовувати візуальні елементи, меми або короткі гумористичні замальовки для соціальних мереж, а для друкованих видань чи радіо - дотепність та гру слів. Анекдоти та скетчи. Один і той самий жарт може отримати різні форми в залежності від платформи поширення, при цьому важливо переконатися, що

гумористичне повідомлення ефективно транслюється та відтворюється на різних платформах.

#### 9. Тестуйте та оцінюйте

Перш ніж публікувати будь-який гумористичний контент, необхідно провести ретельне тестування та оцінку. У будь-який період гумористичний контент потребує попередньої «проби» і війна не привід відмовлятися від цієї практики. Можна звернутися за відгуками до фокус-груп або представників цільової аудиторії, щоб оцінити їхню реакцію, інтерпретацію та потенційну чутливість, відстежувати розмови в соціальних мережах і суспільні настрої, щоб виявити будь-які ненавмисні негативні наслідки або непорозуміння. Не варто покладатися на власне почуття гумору, оскільки нам важливо домогтися єдиного соціального ефекту, а гумор, який «не зайшов» може образити аудиторію та відштовхнути її. Варто також постійно вдосконалювати та покращувати гумористичну стратегію на основі отриманого зворотного зв'язку.

#### 10. Підготуйтеся до непередбачуваних ситуацій

Гумор може бути непередбачуваним, і його сприймання може змінюватися. Необхідно підготувати плани на випадок непередбачуваних негативних реакцій на гумористичний контент, суперечок або неправильних інтерпретацій. Важливо відстежувати реакцію громадськості та бути готовим за потреби оперативно надати роз'яснення, вибачення або вжити коригувальних заходів. Демонстрація підзвітності та оперативності допоможе зберегти довіру та авторитет.

Використання гумору в публічних комунікаціях під час війни вимагає дотримання тонкого балансу між наданням допомоги, зміцненням єдності та збереженням чутливості. Розуміючи культурний контекст, поважаючи аудиторію і використовуючи стратегічні підходи, гумор може стати цінним інструментом ефективної комунікації. Ці практичні рекомендації допоможуть зорієнтуватися в складнощах відповідального та

етичного використання гумору, що сприятиме успішній комунікації з громадськістю під час війни.

### **Висновки до Розділу III**

У третьому розділі представлено комплексний аналіз емпіричного дослідження, проведеного з метою вивчення особливостей сприймання гумору під час війни. Вивчення різних типів гумору, а також впливу воєнного досвіду та психологічних особливостей дозволило зробити кілька ключових висновків.

Проаналізовано середні значення за стилями гумору в залежності від віку, статі, рівня травматичного досвіду.

Розглянуто та порівняно сприймання гумору за направленістю: сміх над собою та українцями та сміх над ворогом. За результатами помітно переважає сприймання всіх видів гумору, що направлені на висміювання ворога.

Дослідження показало, що люди з більш високим рівнем травми, пов'язаної з війною, можуть проявляти більшу толерантність до більш інтенсивних і грубих форм гумору в екстремальних ситуаціях (сарказм, чорний гумор). Це свідчить про те, що такі люди можуть відчувати підвищене почуття емпатії та розуміння в таких контекстах.

Гіпотезу про вплив переважаючих негативних проявів стилів гумору (агресивний, самопринижуючий) на загальне сприймання жорстоких видів гумору було спростовано.

Крім того, аналіз підкреслив практичне значення результатів дослідження. Зокрема, значний потенціал має використання гумору як інструменту для підтримання психологічного благополуччя під час комунікації в умовах воєнного часу.

Розуміння динаміки сприймання гумору під час війни є важливим для ефективного використання гумору в суспільних комунікаціях.

Пристосовуючи гумор до конкретних потреб і чутливості різних людей і груп, державні комунікатори можуть зміцнювати стійкість, надавати психологічну підтримку і підвищувати загальний добробут.

## ВИСНОВКИ

У результаті дослідження проаналізовано психологічні особливості сприймання різних типів гумору в умовах війни, виявлено взаємозв'язки між індивідуальними психологічними характеристиками й досвідом переживання війни та сприйманням гумору.

Для досягнення поставленої мети дослідження виконано наступні завдання:

1. У результаті теоретичного аналізу виявлено основні підходи до визначення поняття психологічної природи та сутності гумору. З'ясовано його різновиди та механізми впливу на людей. Охарактеризовано специфіку гумору в умовах війни та його роль.

2. Розроблено загальну методологічну схему дослідження особливостей сприймання різних типів гумору в умовах війни. Дібрано відповідні методики, зокрема застосовано анкету для виявлення соціо-демографічних характеристик, авторський опитувальник для визначення рівня травматичного досвіду, опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire - HSQ) для оцінки індивідуального стилю гумору респондентів, біполярний семантичний диференціал для оцінки особливостей сприймання різних видів гумористичних мемів із подальшим аналізом середніх значень та описовими статистиками.

Сформовано вибірку дослідження. У дослідженні взяли участь 124 учасники з різними соціо-демографічними характеристиками, різним досвідом переживання війни та різним індивідуальними психологічними характеристиками.

2. Проаналізовано рівні травматизації респондентів, здійснено загальний аналіз сприймання різних типів гумору та індивідуальних стилів гумору учасників дослідження.

Визначено, що високі показники травматичного досвіду переживання війни впливають на сприймання більш жорстоких видів гумору. Висновок, який можна зробити з отриманих даних, полягає в тому, що люди, які пережили важкий травматичний досвід, можуть бути більш сприйнятливими до використання більш жорсткого гумору, особливо в екстремальних ситуаціях. Це може бути пов'язано з тим, що такі люди відчувають більшу емоційну залученість і розуміння такого типу гумору в контексті екстремальних обставин.

Проаналізовано загальне сприймання респондентами представлених видів гумору без прив'язки до їхнього досвіду чи індивідуальних характеристик. Дані, отримані внаслідок аналізу, свідчать про те, що люди, незалежно від їхнього воєнного досвіду та стилю гумору, отримують задоволення від гумору, спрямованого на ворога, і сприймають його з підвищеною чутливістю. Це спостереження свідчить про наявність глибинних психологічних механізмів, які впливають на сприймання гумору та його соціальну значущість, підтверджуючи таким чином початкову гіпотезу.

Спростовано гіпотезу про вплив агресивного та самопринижуючого стилів гумору як основного стилю гумору учасника дослідження на його сприймання більш жорстоких видів гумору.

4. На основі отриманих результатів розроблено методичні та практичні рекомендації щодо ефективного використання гумору в комунікаціях та терапевтичній практиці під час війни.

Перспективами подальшого дослідження можуть стати більш глибоке вивчення особливостей гумору, а саме його специфіки, що зумовлена умовами війни. Результати дослідження сприймання різних видів гумору можуть створити основу для розробки персоналізованих підходів до психологічної підтримки та терапії, адаптованих до людей з різним досвідом війни, підкреслюючи потенційне використання гумору як інструменту для підтримки їхнього психологічного благополуччя.

### Список використаної літератури

1. Волошин, П. В. *Посттравматичні стресові розлади: діагностика, лікування, реабілітація*. Харків: Либідь, 2002. 48 с.
2. Дембіцький С. С. Рівень психологічного дистресу як показник адаптованості внутрішньо переміщених осіб: динаміка змін (2016 – 2018 рр.). *Українське суспільство : моніторинг соціальних змін :зб. наук. праць*. Київ : Інститут соціології НАН України, 2018. Вип. 6 (20). С. 372-378.
3. Дзюба О. «Горящий тур: Побачити Україну і померти». *Як українці продовжують жартувати навіть в непростий час війни*. URL: <https://dev.ua/news/horiashchy-tur-pobachyty-ukrainu-i-pomerty-ukrainsi-zhartuiut-navit-v-tiazhkyi-chas-viiny1646330187> (дата звернення: 4.03.2023)
4. Охременко, Ольга Романівна. *Психологічні закономірності адаптації особистості до особливих умов діяльності* : дис.... д-ра психол. наук 19.09 / Національна академія оборони України. Київ, 2005. 473 с.
5. Ройз Світлана. Складна тема. Про що говорить наш чорний гумор. *New Voice*. 2023, URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/psihologiya-pro->

- [shcho-govorit-nash-chorniy-gumor-viyna-v-ukrajini-50295650.html](http://shcho-govorit-nash-chorniy-gumor-viyna-v-ukrajini-50295650.html) (дата звернення 15.04.2023)
6. Семеняк, Альона Сергіївна, Коняєва Лілія Дмитрівна. Особливості посттравматичного стресового розладу у внутрішньопереміщених осіб: матеріали *The 3 rd International scientific and practical conference “European scientific congress”* (Madrid, Spain April 17-19, 2023). Barca Academy Publishing, 2023. 400 p.
  7. Сердюк О. «Розчавило машиною жартів»: Навіщо нам потрібен чорний гумор під час війни і як не загрузнути в ньому назавжди. URL: <https://radio.nakypilo.ua/chornyj-gumor-pid-chas-vijny> (дата звернення 17.04.2023)
  8. Скворцов, С., Зайва О. Методика дослідження стилів гумору (HSQ) та Шкала використання гумору як ресурсу стресоподолання (CHS): опис, адаптація, застосування. *Вісник Дніпропетровського університету. Педагогіка та психологія*, 2005. Вип 11. С. 91-95.
  9. Супруненко В.П. Ми – українці. *Енциклопедія українознавства*. Дніпропетровськ: ВАТ „Дніпрокнига”, 1999. 412 с.
  10. Туриніна, О. Л. *Психологія травмуючих ситуацій*. Київ: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2017. 159 с.
  11. Харченко, А. О. *Психологічні особливості структури травматичного емоційного досвіду демобілізованих учасників бойових дій в Україні з постстресовою психологічною дезадаптацією*: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Харківський національний університет імені ВН Каразіна. Харків, 2019.
  12. Abel M. Humor, stress and coping strategies . *Humor: International Journal of Humor Research*, 2002.Vol.4. №15. P.365-381.
  13. Bizi, S., Keinan, G. & Beit-Hallahmi, B. Humor and coping with stress: A test under real-life conditions. *Personality and Individual Differences*, 1988. 9 (6). pp. 951–956.

14. Carroll J. The relationship between humor appreciation and perceived physical health. *Psychology: A Journal of Human Behavior*, 1990. №27. P.34-37.
15. Fredrickson B.L. What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 1998. 2, pp. 300–319.
16. Harris C, Alvarado N, Facial expressions, smile types, and self-report during humour, tickle, and pain. *Cognition and Emotion*, 2005. 19, pp. 655–669.
17. Holman, V. & Kelly, D. Introduction. War in the twentieth century: the functioning of humour in cultural representation. *Journal of European Studies*, 2001. 31 (123), pp. 247–263.
18. Kharchenko, Oleg. Negativity Thinking' Cognitive Pattern in War-time Ukrainian Black Humor. *Вчені записки Таврійського Національного університету ім. ВІ Вернадського: Серія «Філологія. Журналістика»*, 2023. 33 (72). 6. С. 260-265.
19. Lloyd, C. Comic songs in the Occupation. *Journal of European Studies*, 2001. 31 (123), pp. 379–393.
20. Maclean, F., Jones, D., Carin-Levy, G. & Hunter, H. Understanding Twitter. *British Journal of Occupational Therapy*, 2013. 76 (6), pp. 295–298.
21. Martin, R.A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., and Weir, K. Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 2003. 37, pp. 48-75.
22. Martin RA. *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Elsevier, Burlington, MA, 2007. 464 p.
23. Matsusaka T. When does play panting occur during social play in wild chimpanzees? *Primates*, 2004. 45, pp. 221–229.

24. Neely M.N., Walter E., Black J.M., Reiss A.L. Neural correlates of humor detection and appreciation in children. *The Journal of neuroscience*, 2012. 32, pp. 1784-1790.
25. Overeem S., Taal W., Öcal Gezici E., Lammers G.J., Van Dijk J.G. Is motor inhibition during laughter due to emotional or respiratory influences? *Psychophysiology*, 2004. 41, pp. 254–258.
26. Purzycki B.G. Humor as violation and deprecation: A cognitive anthropological account. *The Journal of Cognitive Culture*, 2011. 11, pp. 217-230.
27. Radcliffe-Brown A.R. On joking relationships. *Journal of the International African Institute*, 1940. 13, pp.195-210.
28. Raskin V., Hempelmann C.F., Taylor J.M. How to understand and assess a theory: The evolution of the SSTH into the GTVH and now into the OSTH. *Journal of Literary Theory*. 2010. 3(2)3, pp. 285–311.
29. Samson, Andrea C., et al. Humorous coping and serious reappraisal: short-term and longer-term effects. *Europe's Journal of Psychology*, 2014. 10 (3). pp. 571-581.
30. Shurcliff A. Judged humor, arousal, and the relief theory. *Journal of personality and social psychology*, 1968. 8, pp. 360–363.
31. Veatch T.C. A theory of humor. *International Journal of Humor Research*, 1998. 11(2). pp. 161–215.
32. Vrticka P., Black J.M., Reiss A.L. The neural basis of humour processing. *Nature Reviews Neuroscience*. 2013. 14. pp. 860–868
33. Wyer Jr. R.S., Collins J.E. A theory of humor elicitation. *Psychology Review*, 1992. 99, pp. 663–688.
34. Webb, B. V. ‘Hitler must be laughed at!’: The PCA, propaganda and the perils of parody during wartime’. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 2019. 39, pp. 749-767.

35. Yehorova, Olesia, Antonina Prokopenko, and Anna Zinchenko. Towards a typology of humorous wartime tweets: the case of Ukraine 2022. *The European Journal of Humour Research*, 2023. 11 (1). pp. 1-26.

### **Додаток А**

Авторська анкета

Чи втратили ви здатність працювати або займатися звичайними справами через наслідки війни?

Чи брали ви участь у гуманітарних діях або волонтерстві під час війни?

Чи стикалися ви з ризиком для вашого життя під час війни?

Чи переживали ви психологічні труднощі або травми через війну?

Чи перебували ви у вимушеному переселенні або були змушені залишити місце проживання через війну?

Чи мали ви досвід військової служби або були включені до збройних сил під час конфлікту?

Чи втратили ви своє майно через війну?

Чи пережили ви фізичні травми або поранення внаслідок війни?



### Додаток В

#### ОПИТУВАЛЬНИК СТИЛІВ ГУМОРУ

Люди висловлюють і сприймають гумор різними способами. Нижче Ви побачите список тверджень, що описують різні шляхи вираження гумору. Будь ласка, уважно прочитайте кожне твердження і вкажіть ступінь Вашої згоди або незгоди з ним. Використовуйте таку шкалу:

1	2	3	4	5	6	7
повністю не згоден	не згоден	скоріше, не згоден	не можу визначитися	скоріше, згоден	згоден	згоден повністю

1. Зазвичай я рідко жартую або сміюся з іншими людьми. 1 2 3 4 5 6 7

2. Якщо я почуваюся пригніченим, мені зазвичай вдається підняти собі настрій за допомогою гумору. 1 2 3 4 5 6 7

3. Якщо хтось робить помилку, я зазвичай жартую над ним. 1 2 3 4 5 6 7

4. Я дозволяю людям сміятися наді мною більше, ніж слід. 1 2 3 4 5 6 7

5. Мені легко розсмішити інших - мені здається, у мене вроджене гарне почуття гумору. 1 2 3 4 5 6 7
6. Навіть якщо я наодинці із собою, я часто посміююся над життєвими нісенітницями. 1 2 3 4 5 6 7
7. Мої жарти рідко бувають образливими для інших. 1 2 3 4 5 6 7
8. Я дозволяю, щоб наді мною сміялися, якщо це смішить мою сім'ю або друзів. 1 2 3 4 5 6 7
9. У мене рідко виходить розсмішити інших, коли я намагаюся розповідати про себе історії. 1 2 3 4 5 6 7
10. Коли я засмучений або в мене поганий настрій, я намагаюся знайти у ситуації смішні моменти, щоб підняти собі настрій. 1 2 3 4 5 6 7
11. Коли я жартую, мене зазвичай мало цікавить реакція оточуючих. 1 2 3 4 5 6 7
12. Я часто намагаюся сподобатися оточуючим, розповідаючи смішні історії про свої слабкості, промахи або невдачі. 1 2 3 4 5 6 7
13. Зі своїми друзями я багато сміюся і жартую. 1 2 3 4 5 6 7
14. Мій гумористичний погляд на світ допомагає мені не надто засмучуватися і не переживати з приводу того, що відбувається. 1 2 3 4 5 6 7
15. Мені не подобається, коли люди використовують гумор для того, щоб образити або розкритикувати когось. 1 2 3 4 5 6 7
16. Я намагаюся не жартувати так, щоб стати предметом насмішок. 1 2 3 4 5 6 7
17. Я не люблю жартувати і розважати людей. 1 2 3 4 5 6 7
18. Коли я один і мені сумно, я спеціально намагаюся думати про щонебудь смішному, щоб підняти собі настрій. 1 2 3 4 5 6 7
19. Іноді мені спадає на думку щось таке смішне, що я не можу втриматися і кажу це, навіть якщо це не дуже доречно. 1 2 3 4 5 6 7

20. Іноді я можу перестаратися, розпинаючи себе, коли намагаюся розсмішити оточуючих. 1 2 3 4 5 6 7
21. Мені подобається смішити інших. 1 2 3 4 5 6 7
22. Коли мені сумно або я засмучений, я зазвичай втрачаю своє почуття гумору. 1 2 3 4 5 6 7
23. Я ніколи не сміюся над іншими, навіть якщо мої друзі роблять це. 1 2 3 4 5 6 7
24. Коли я зі своїми друзями чи родиною, часто здається, що всі сміються і жартують саме наді мною. 1 2 3 4 5 6 7
25. Я рідко збираюся зі своїми друзями, щоб просто поговорити і посміятися. 1 2 3 4 5 6 7
26. Зі свого досвіду я знаю, що подумати про якийсь смішний аспект проблеми - це хороший спосіб із нею впоратися. 1 2 3 4 5 6 7
27. Якщо мені хтось не подобається, я часто за допомогою гумору або дражнення ставлю його на місце. 1 2 3 4 5 6 7
28. Якщо в мене проблеми або не дуже гарний настрій, я часто намагаюся це приховати, сміючись і жартуючи з друзями, тому навіть найближчі люди не знають того, як мені насправді погано. 1 2 3 4 5 6 7
29. Коли я з іншими, мені рідко спадають на думку дотепні жарти. 1 2 3 4 5 6 7
30. Щоб розвеселитися, мені не потрібна компанія - я часто знаходжу, над чим посміятися, навіть якщо я один. 1 2 3 4 5 6 7
31. Навіть коли щось мені здається дуже смішним, я не сміятимуся або жартувати з цього приводу, якщо це образить когось. 1 2 3 4 5 6 7
32. Те, що я дозволяю іншим сміятися над собою, дуже допомагає моїм друзям і моїй родині бути в гарному настрої. 1 2 3 4 5 6 7

