

**Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
Кафедра фольклористики**

## **РІЗНОЧАСОВІ МОДИФІКАЦІЇ ЖАНРУ АНЕКДОТ**

**Кваліфікаційна робота**

освітнього ступеня «магістр»

студентки II курсу магістратури

освітньої програми

«Фольклористика, міжкультурна комунікація,  
іноземна мова»,

спеціальності – 035 Філологія (спеціалізація  
035.09 Фольклористика)

**Олесі Сергіївни ПУШИНОЇ**

**Науковий керівник:**

д.філол.н., доц. Олеся НАУМОВСЬКА

**«Допущено до захисту»**

Протокол засідання

кафедри фольклористики

№\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

завідувачка кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)

д.філол.н., доц. Олеся НАУМОВСЬКА

КИЇВ  
2024

## *АНОТАЦІЯ*

Магістерська робота присвячена дослідженню різночасових модифікацій україномовного жанру анекдот.

Об'єктом дослідження є анекдоти як джерело відомостей про національні стереотипи.

Предметом дослідження є специфічні засоби створення комічного у побутових анекдотах.

Мета роботи: здійснити комплексний аналіз україномовних побутових анекдотів у комунікативно-прагматичному аспекті, а саме, розгляд їх своєрідності, структури, класифікацій на підставі різних критеріїв, засобів створення комічного ефекту, дослідження стереотипних образів у анекдотах, а також простежити різночасові модифікації жанру анекдот.

Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено, що анекдот як гумористичний текст характеризується набором специфічних статусних ознак. При цьому найбільш функціонально навантаженими маркерами є складові семантики анекдоту, які реалізуються у вигляді протиріччя, імпліцитного змісту, функціонально-тематичної спрямованості змісту, індиціювання національних цінностей, прецедентних феноменів, стилістичних засобів і мовної гри.

У другому розділі з'ясовано, що у ХХІ столітті жанр анекдот зазнає вербально-візуальних видозмін. Створюються сучані форми жанру анекдот – неоанекдот (меми, рілс, тік-ток) тощо.

Наукова новизна дослідження полягає в такому: виявлені універсальні характеристики україномовного побутового анекдоту, а саме: визначено семантичний механізм створення гумористичного ефекту в україномовному побутовому анекдоті; встановлені конструюючі ознаки гумористичного дискурсу у побутовому анекдоті як специфічного середовища спілкування колективного автора і реципієнта, визначено механізми трансляції анекдоту та видозміни його форм у сучасних умовах розвитку інформаційно-цифрових технологій.

Результати дослідження можуть бути використані на практичних заняттях курсу «Український фольклор».

*Ключові слова: фольклор, гумористичні жанри, анекдот, неоанекдот, інтернет-меми, тік-ток.*

## *ABSTRACT*

The master's thesis is devoted to the study of various modifications of the Ukrainian-language genre of anecdotes.

The object of the study is anecdotes as a source of information about national stereotypes.

The subject of the research is specific means of creating the comic in household anecdotes.

The purpose of the work: to carry out a comprehensive analysis of Ukrainian-language everyday jokes in the communicative and pragmatic aspect, namely, consideration of their originality, structure, classifications based on various criteria, means of creating a comic effect, research of stereotypical images in jokes, as well as to trace the modifications of the joke genre over time.

The work consists of an introduction, 2 chapters, conclusions, a list of used sources and appendices.

In the first chapter, it is determined that the joke as a humorous text is characterized by a set of specific status features. At the same time, the most functionally loaded markers are the components of the anecdote's semantics, which are realized in the form of contradiction, implicit content, functional and thematic focus of the content, indication of national values, precedent phenomena, stylistic devices and language play.

In the second chapter, it is clarified that in the 21st century the genre of anecdotes undergoes verbal and visual changes. Twisted forms of the anecdote genre - neo-anecdotal (memes, reels, tick-tock), etc. are being created.

The scientific novelty of the research consists in the following: the universal characteristics of the Ukrainian-language household anecdote were revealed, namely: the semantic mechanism of creating a humorous effect in the Ukrainian-language household anecdote was determined; the constructive signs of humorous discourse in the household anecdote as a specific environment of communication between the collective author and the recipient are established, the mechanisms of the anecdote's broadcast and its form changes in the modern conditions of the development of information and digital technologies are determined.

The results of the research can be used in practical classes of the "Ukrainian Folklore" course.

*Keywords: folklore, humorous genres, anecdote, neo-anecdote, internet memes, tik-tok.*

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1</b> .....	<b>7</b>
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КЛАСИЧНОГО АНЕКДОТУ</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 Походження анекдоту</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2 Народні анекдоти у наукових дослідженнях</b> .....	<b>13</b>
<b>РОЗДІЛ 2</b> .....	<b>32</b>
<b>СУЧАСНА МОДИФІКАЦІЯ АНЕКДОТУ (КОМІЧНИХ ЖАНРІВ)</b> .....	<b>32</b>
<b>2.1 Комічні тексти, поширені в ХХ ст.</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2. Сучасні візуально - вербальні комічні тексти</b> .....	<b>47</b>
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>72</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ДОДАТКИ</b> .....	<b>79</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Анекдот як фольклорний жанр належить до найбільш феноменальних пластів народної традиції з огляду на кілька факторів:

1. «живучість» жанру (активне творення нових зразків у часопросторовому континуумі);
2. здатність моментально реагувати на різноманітні події, ситуації, проблеми тощо;
3. здатність до лаконізації й інтенсивним модифікаційних змін;
4. ускладнення класифікації через надвичайно розгалужені й мінливі формально-змістові характеристики.

Відтак, актуальність дослідження зумовлена потребою у виявленні універсальних характеристик україномовного побутового анекдоту, а саме: визначення механізмів творення гумористичного ефекту в україномовному побутовому анекдоті різних часових періодів і жанроформ; встановлення конструюючих ознак гумористичного дискурсу у побутовому анекдоті як специфічного середовища спілкування колективного автора і реципієнта.

**Мета роботи:** здійснити комплексний аналіз україномовних побутових анекдотів у комунікативно-прагматичному аспекті, а саме, розгляд їх своєрідності, структури, класифікацій на підставі різних критеріїв, засобів створення комічного ефекту, дослідження стереотипних образів у анекдотах, а також простежити різночасові модифікації жанру анекдот.

Відповідно до мети визначені такі **завдання** дослідження:

- визначити походження анекдоту;
- виявити специфіку народних анекдотів у наукових дослідженнях;
- класифікувати анекдоти;
- дослідити комічні тексти, поширені в ХХ ст.
- проаналізувати сучасні візуально-вербальні комічні тексти;
- визначити тік-ток аудіо-візуальну форму комічного.

**Об'єктом дослідження** є анекдоти ХХ-ХХІ століть.

**Предметом дослідження** є засоби творення комічного у традиційному анекдоті та його сучасних модифікованих формах.

**Теоретико-методологічну базу дослідження** складають праці Кімакович І. І., Л.Діасамідзе, Е.Я.Курганова, Н.Д.Міловскої, О.М.Месропової, Е.В.Туліної, А.Д. і Е.Я.Шмельових, Л.К.Анцигіної, А.В.Барц, В.Б.Меркурьєвої, Н.В.Купріянової тощо.

Для вирішення поставлених завдань використано поєднання **методів дослідження**. Так, було застосовано *структурно-функціональний метод*, що дозволяє проаналізувати зміст, умови та принципи поширення сучасного анекдоту. При проведенні дослідження було використано також *компаративістський метод* з метою простеження спільних і розбіжних рис класичного анекдоту та його сучасних форм, а також тематичних груп неоанекдоту.

**Структура роботи:** кваліфікаційна робота ОС «магістр» складається зі вступу, двох розділів, кожен із яких містить підрозділи, параграфи та висновки, загальних висновків, списку використаних джерел (53 позиції) та додатків. Загальна кількість сторінок – 79, з них – 74 основної частини.

У першому розділі йдеться про анекдот як гумористичний текст, що характеризується набором специфічних статусних ознак. Аналіз традиційного анекдоту та його особливостей.

У другому розділі з'ясовано, що у ХХІ столітті жанр анекдот зазнає вербально-візуальних видозмін. Створюються сучасні форми жанру анекдот – неоанекдот (меми, рілс, тік-ток) тощо.

У Висновках підсумовано основні результати дослідження.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КЛАСИЧНОГО АНЕКДОТУ

#### 1.1 Походження анекдоту

Гумор – універсальний елемент людського життя, притаманний усім культурам і присутній у кожній особистості в певній мірі. Одним з ключових факторів, що впливають на використання гумору у соціальних взаємодіях, є культурні стандарти. Канадський психолог Р. Мартін вважає, що "всі форми гумору мають корені у базовій структурі гри. Людська мова та уява дають нам можливість створювати гумор у безлічі форм. Гумор може зміцнювати соціальний зв'язок між макро та міні групами, але також може використовуватися для відокремлення окремих осіб від цієї групи або колективу" [8]. У кожній національно-культурній спільноті можуть існувати власні форми гумору, а також традиційні об'єкти насмішок, як от, наприклад, у англійській культурі відомі анекдоти про ірландців. Жарти часто зображують об'єкт насмішки у вигляді стереотипного образу, що включає низку яскраво виражених негативних рис, що підкреслює усталені уявлення та упередження стосовно цього об'єкта. Більшість сучасних анекдотів базуються на наборі стереотипних характеристик персонажів, що згадуються у цих текстах. Наприклад, аналіз анекдотів про блондинок виявив низку типових рис: блондинки часто зображаються як особи з низьким рівнем інтелекту, у яких "немає гангліїв" у мозку, вони позбавлені власної думки та не вміють орієнтуватися в життєвих ситуаціях [1].

Багато відомих вчених, таких як С. Аверинцев, М. Дінель, М.Каган, Ю. Лотман, Р. Мартін, Н. Норрік, В. Раскін, З. Фрейд досліджували лінгвістику гумору та анекдотів. Н. Гончаренко вважає, що «з лінгвістичного погляду анекдоти — це ігровий мовний твір (текст) — окрема розповідь про комічні ситуації, відображена в певних рамках (сценаріях)» [7].

О. Дей підкреслює, що яскраве вираження структур національної психології в цьому жанрі особливо цікаве для розуміння фольклорного характеру анекдоту» [10, с.12].

Анекдот, як репрезентативний елемент національної культури, привертав увагу дослідників різних галузей протягом різних історичних періодів. Культурологи (Т. Кацберт, М. Воробйова, М. Каган), соціологи (Г. Соловей, Л. Панкова, В. Бабюх), психологи (В. Янів, К. Сєдов) досліджували анекдот, зосереджуючи увагу на його здатності відтворювати реальні події суспільного життя та специфіці їх сприйняття в колективній свідомості.

Літературознавці, такі як В. Дніпрова, О. Дей та В. Пропп, досліджують анекдоти як текстові матеріали, що мають фольклорний характер. Вони аналізують їх з точки зору структури, яка включає зображення сцен, розвиток сюжету, кульмінацію та розв'язку, а також враховують типи персонажів і типові ситуації, що містять психологічні стереотипи.

Анекдот – творчий фольклорний жанр, унікальне явище національної культури, його розвиток пов'язаний із розвитком суспільства, є показником важливих для суспільства ціннісних настроїв та уявлень.

Анекдот – коротка жартівлива розповідь про смішну подію – унікальне культурне явище. Його походження пов'язане з історією Візантії, де старовинні рукописи, що вперше з'явилися, називали анекдотами (грец. *anekdotos* — «невиданий, неопублікований»). У дворянському середовищі анекдот поширюється в XVIII столітті як новий жанр світської розмови і являє собою коротку, смішну, часто повчальну розповідь або подію з життя історичної особи: *Коли прусський князь побував у Петербурзі, постійно йшов дощ. Цар дуже пошкодував, на що Нарішкін зауважив: «Принаймні князь не скаже, що ви його прийняли сухо».*

На початку XIX століття з'явився класичний, вишуканий літературний анекдот, що був реакцією на загальний процес демократизації. З часом він став все більш поширеним і різноманітним за тематикою, але протягом тривалого періоду розглядався як нещемний. У 1920-х роках ситуація змінилася, і анекдот став популярним у побутовому спілкуванні, зокрема серед інтелектуальної еліти, і переважно мав антирадянський відтінок. Це аргументувалося тим, що під час правління тоталітерного режиму жарт «був

своєрідним клапаном, який дозволяв хоча б частково послабити ідеологічний прес і дати вихід стихійному протесту мас. У певному сенсі гумор компенсував брак політичних свобод» [13, с. 14-15]. Не безпідставно представники радянської культури називали жарт пережитком минулого і буржуазним жанром.

Анекдоти мають свою класифікацію та унікальні особливості (зокрема, стереотипи щодо форми, змісту та комунікативного призначення). Вже багато разів досліджувалося питання структури анекдоту, його тематики, а також в певній мірі вивчалися засоби комічного, але мовні засоби, які використовуються для подання анекдотів, особливо в українських контекстах, залишалися недостатньо проаналізованими, що робить дослідження цього питання актуальним. За спостереженнями О. Дея, у більшості анекдотів весь сюжет обмежується однією комічною ситуацією або жартівливим епізодом. "Дія в анекдоті представлена лише в кульмінаційному моменті, в розв'язці, який завжди є комічним. Проте, навіть у найсмійшній ситуації ми можемо помітити типові риси характеру героя анекдоту - дурість, хитрість, кмітливість тощо" [10, с. 15].

Як зазначив М. Сумцов, багато анекдотів про дурнів мають етнічну прив'язку. На думку українців, цигани належать до класу нерозумних людей, а євреїв вважали хитрими [35, с.4]: наприклад: *Навчив циган кобилу не їсти. Вже майже звикла – шкода, здохла* [15]. У наведеному прикладі доказом ірраціональності циган є описана ситуація, яка свідчить про нелогічну/нерозумну поведінку людини. Наступний фрагмент - єврей приходить до м'ясної лавки і, показуючи на шинку, каже м'яснику:

— *Зваж мені півкілограма цієї риби!*

— *Та це ж не риба, а шинка!*

— *Мене не цікавить назва цієї риби* [1] — вона вказує на намічену стратегію поведінки покупця (єврея), мотивовану бажанням заплатити менше. Покупець (єврей) вдається до хитрощів, називаючи дорожчий товар дешевшим, про хитрість євреїв свідчить їхня вроджена риса характеру — ошадливість, яка в

тексті наступного анекдоту асоціюється з «економією чорнила»: *Чому слова на івриті містять лише приголосні літери, а голосні ви не пишете? Таким чином євреї економлять чорнило* [10].

На думку І. Грищенка, система персонажів анекдотів, записаних наприкінці ХІХ ст. на території України представлені кацапами (москалями), литовцями, євреями (жидами), німцями, циганами [8].

Н. Гончаренко відзначає модифікацію набору героїв групи анекдотів з етнічним елементом у ХХ ст., за радянських часів. Згідно з дослідженнями, серед них також є євреї та москвини, на відміну від поляків та циган, які малопомітні в умовах міського життя. Проте з'являються нові етнопредставники з чітко вираженими характерними ознаками – грузини, вірмени, чукчі [7].

Наприклад, про грузинів: *«Після п'яти невдалих спроб грузинський біатлоніст проколов мішень кинджалом», «Грузин повертається з футболу. Його запитують:*

- *Який рахунок у Гочі?*
- *Два нулі. - І хто виграв? Ніхто.*
- *Нуль справа і нуль зліва»* [1].

У наведених нами анекдотичних текстах ми спостерігаємо такі риси характеру, характерні для цих етнопредставників: серед грузин присутнє прагнення до контакту та взаєморозуміння зі співрозмовником, що виражається в текстах у зверненні на «ти», працьовитість, сміливість, запальний та гарячий настрій. Специфічні риси грузинів виявляються через використання характерних національних імен (таких як «Гоча», «Хогі», «Вано»), помилкове вживання відмінкових форм і числа (наприклад, «два нулі») та передачу особливостей вимови.

Однією з окремих галузей українських наукових досліджень є ті, що зосереджені на розгляді словесної презентації дихотомії «свій – чужий» у мовній картині світу українців (авторами яких є О. Дубчак, М. Петрова, Т. Семашко, В. Фельде). Це явище представляє собою складну проблематику на

різних рівнях, і анекдот є одним із засобів проєктування цієї опозиції. Проте анекдот, як особливий жанр, включає в себе не лише встановлену традицію створення (реакція мовця на важливі події) та структуру, але й новаторські підходи до сюжету, героїв, відношень з конкретними подіями в суспільстві, інноваційність у виразі, а також розширення асортименту мовних засобів, що уточнюють концепт «свій – чужий» в контексті національної культури.

І.Кімакович зазначає, що «анекдот є найбільш природним проявом етнічного та національного менталітету, який стихійно відображає і показує традиційні народні уявлення про «добро» і «зло» [20, с.1].

У давнину чужинець сприймався як щось вороже, що несе руйнування і тривогу. Досить популярною в анекдотах є й проблема мови, проблема відображення відмінностей у мовній культурі народів. Наприклад: *Куме, де твій пес? —Я його вбив, бо він продався москалям. - як? — Приходжу додому, а він мені з будки каже: «Гафф-гафф...»* [1].

Підкреслення ортотопічної ознаки чужої мови (детонація приголосних) і негативне ставлення до неї створює контраст з українською і тим самим мотивує комічне сприйняття. Привертають увагу анекдоти про «чужу» мову: *«Чи чули ви, що москалі говорять про пристрасне кохання? -Як? - Блі-і-зость. —Повбивав би», «Миколо, ти чув, як москвичі називають наше пиво? - як? - Пі-іво. — Повбивав би»* [1].

Передача іншої мови виконується через використання фонетичних норм, характерних для цієї мови, разом із її російським еквівалентом, який транслітерується за допомогою наших мовних засобів. У цьому анекдоті також використовується термін "москаль" як показник іншомовності, а також займенник "наше", що вказує на рідне, своє. Негативне ставлення українців проявляється в останньому реченні. Проілюструвати схоже ставлення до чужої мови можна анекдотом: *«Знаєте, як москалі називають наш борець? - як? -П'єр-єрвоє. — Повбивав би»* [1].

У даному фрагменті присутні як лексична, так і фонетична різниця, яка стає засобом послаблення прояву негативної оцінки. В інших анекдотах

«чужість» розкривається через протиставлення людини і тварини, а в парі росіянин-собака в Україні антонімічні відношення формуються за критерієм «розумових здібностей»: *«Яка різниця між росіянином і собакою в умовах України? – Другий розуміє українську та російську...»* [1].

У мовній картині світу українців опозиція "свій-чужий", за О. Дубчаком, виражається через три типи відношень: фактична приналежність/неприналежність, спорідненість/неспорідненість, духовна спільність/відмінність. Перегляд "своїх" об'єктів в мовній картині світу українців зазвичай сприймається як позитивний або нейтральний, тоді як ставлення до "чужих" може бути негативним, нейтральним або позитивним. [13, с. ].

Сегмент «спорідненість» втілюється у формі родинних стосунків («його сестра», «його мати», «наш тато», «наш син нероб», «брат», «сестра», «дочка», «дід», «онук»); шлюбні відносини («зять», «теща», «моя дружина», «її чоловік»); духовна (ідейна) афінність («друг», «товариш», «моя дівчина»). Сегмент «приналежності» реалізується в таких лексемах: «наша макітра», «моє сало», «вареники», «твое обличчя», «свій кожух», «наша гуска», «наша хата». До поняття «іноземець» використовуємо такі лексеми: чужий (*Чи є іноземці? – вони тут усі наші!*) [1]; хтось/хто (*П'яний водій сідає за кермо. – Чи краще пішки? – радить перехожий...*) [1]; сусідка-сусід як визначник спорідненості (*Коли сім'я сіла обідати, за вікном майнула постать сусідки. – Чорти її несуть! – вилаялась мати..., Батько наказав синові нікому не балакати, що закололи кабана. Аж тут сусід...*) [1].

Отже, проблема вивчення анекдоту як унікального тексту вже давно привертає увагу дослідників і залишається актуальною через безмежні можливості тематики, різноманітність сюжетів і типів, типові ситуації, комунікативні цілі, а також важливі аспекти мови анекдоту та його структуру. Зокрема, це проявляється у різниці національного виразництва і використанні слів, які за певними критеріями можуть вважатися "власними" або "чужими" для українців.

## 1.2 Народні анекдоти у наукових дослідженнях

Анекдот приваблює увагу збирачів, видавців та дослідників фольклору більш ніж два сторіччя. Збирати побутові анекдоти на східнослов'янських землях почали у XVIII ст. У 1798 р. В. С. Березайський публікує їх разом з побутовими казками в збірнику «Анекдоты древнихъ пошехонцевъ», який було перевидано у 1821 р. під назвою «Анекдоты, или Веселые происхождения старинныхъ пошехонцев». У XIX ст. і на початку XX ст. українські анекдоти (як правило, серед побутових казок) виходять друком у виданнях «Народныя южнорусскія сказки» І. Я. Рудченко (1869 та 1870 рр.), «Малорусскія народнія преданія и рассказы» М. П. Драгоманова (1876), «Труды этнографическо-статистической экспедиції въ западно-русскій край» П. П. Чубинського (1878), «Сказки, пословицы и т. п., записанныя въ Екатеринославской и Харьковской губ.» І. І. Манжури, «Снипь. Малорусскія сцены, рассказы и анекдоты» М. І. Шерминського (1897), «Изъ усть народа. Малорусскіе рассказы, сказки и пр.» Б. Д. Грінченко (1901), «Казки та оповідання з Поділля в записах 1850-1860-их рр.» М. З. Левченко (1928) та ін. В практиці та науковому дискурсі цього періоду паралельно вживають терміни «анекдот», «жарт», «фацеція», «усмішка», «оповідка», «приповідка», «приказка», «примовка», «побрехенька», «нісенітниця», «билиця», «небилиця», «можебилиця», «байка» тощо (І. М. Коваль-Фучило підкреслює, що для носіїв фольклорної традиції важлива не стільки назва фольклорного тексту, скільки його прагматика. Терміни акцентують такі риси жанру, як орієнтація на сміховий ефект, конекстуальність, установка на вимисел (але при цьому – психологічна ймовірність описуваних подій) [19, с.124-125].

Методика збирання і публікації фольклору, яка вважається зразковою і сьогодні, знайшла відображення в збірнику «Галицько-руські анекдоти» В. М. Гнатюка, в якому систематизовано і паспортизовано значну кількість традиційних анекдотів, поширених у кін. XIX ст. на території Західної України, відзначені деякі особливості функціонування жанру (використання

невербальних складових, залежність тексту від оповідача тощо), труднощі при збиранні (недовіра до людини з іншого соціального прошарку, страх здатися дурними тощо).

У другій половині XIX ст. з'являються наукові дослідження анекдоту. Вони орієнтовані на питання генології, порівняльно-типологічний аналіз українських та іноземних анекдотів, проблеми виконання та виконавців тощо. Так, М. П. Драгоманов порівнює сюжети українських, турецьких, індійських, російських, італійських та ін. анекдотів і виділяє їх способи пристосування до іншої культури (усічення або трансформація сюжету, заміна імен персонажів і т. п.). Порівнянням сюжетів анекдотів, що існують у різних культурах (українській, російській, індійській, німецькій та ін.), займається й М. Ф. Сумцов. О. П. Пельтцер зосереджує увагу на джерелах формування анекдоту (італійські фацеції, французькі фабліо, німецькі шванки, польські жарти, тексти і реальні витівки скоморохів), жанрових особливостях (стислість, влучність виразів, переважання розважальних інтенцій над повчальними, відсутність фантастичного елемента й ідеалізації тощо). І. С. Нечуя-Левицький аналізує типи анекдотників та народних гумористів, відзначаючи особливості використання ними паравербальних засобів створення комічного ефекту та врахування контексту та аудиторії.

На Західній Україні збиранням і виданням анекдотів займається наукове товариство ім. Т. Шевченка. Його учасники не тільки проводять польову роботу, а й розробляють теоретичні питання: І. Я. Франко виділяє жанр анекдоту (фацеції) і визначає його риси (стислість, однопізодність, комічний ефект тощо), Ф. М. Колесса слідом за І. Я. Франком пише про жанрові особливості анекдоту і об'єкти висміювання (представники різних етносів, соціальних верств, професій та ін.), В. М. Гнатюк вказує на такі ознаки жанру, як лаконічність, гумористичність, наявність побутового фону. Отже, вже наприкінці XIX ст. учені звертають увагу на різні аспекти жанру та формують різні підходи до його вивчення. [19, с.126].

У 20-30-і рр. XX ст. дослідники починають вивчати міський анекдот:

його генезу (новела, фацеції), жанрові особливості (лаконічність, зображення незвичного, цікавого, гострота, контекстуальність тощо), функції (викривальна, естетична), засоби створення комічного ефекту (обігрування діалектів, новоутворень та ін.), носіїв традиції (радянські працівники і непмани) і залежність прагматики жанру від поглядів оповідача (висміяти, щоб виправити, або висміяти, щоб помститися). Публіцисти осмислюють особливості розповідання анекдотів (новизна, стислість, несподіваність фіналу, врахування статевого та вікового складу аудиторії тощо).

З кінця 30-х і до кінця 80-х рр. радянські фольклористи переходять до ретроспективного вивчення анекдоту, публікують й аналізують в основному дореволюційні тексти, що функціонували в сільському середовищі. В Україні видають збірники «Українські народні казки, легенди, анекдоти» (1958), «Мудрий казкар. «Українські народні оповідання, казки, притчі та анекдоти» (1962), «Українські народні анекдоти, жарти, жарти» (1967), «Біля воріт раю» (1980) та ін.

Науковці досліджують близькі до анекдоту жанри: «казка-анекдот», «сатирична казка» і тексти, що побутують у середовищі робітників, близькі до байок, але від оповідачів отримують назву анекдотів (хоча лаконічність і пуантованість у них факультативні) [19, с.127].

Синхронне вивчення анекдотів активізується лише з кінця 80-х рр. з «легалізацією» цього жанру. З'являються роботи, у яких розширюють знання про специфіку жанру (всеосяжність тем, комічне зниження до побутового рівня), уточнюють функції (естетична, соціотерапевтична, викривальна тощо), аналізують нові тематичні групи (про навчання, про армію, про міліцію тощо).

У сучасному науковому дискурсі вивчають як анекдоти, що функціонують зараз, так і ті, що поширювалися у минулому. Хоч зазвичай дослідники частіше звертають увагу на сучасний стан фольклорної традиції, що зумовлено її актуальністю у побуті, злободенністю, швидким оновленням репертуару.

Серед робіт, присвячених синхронному вивченню жанру, варто

виділити тексти науково-дослідницькі (монографії, наукові статті, автори яких пропонують нові знання про досліджуваний об'єкт), словарно-енциклопедичні (у яких констатуються наукові факти), науково-методичні (підручники, у яких подається методично оформлений матеріал) і популярні (статті у ЗМІ, де відсутній науковий інструментарій).

Науково-дослідницькі роботи доцільно систематизувати за наступними критеріями: а) тематичний (автори зосереджують увагу на конкретних тематичних групах і циклах анекдотів та окремих сюжетах); б) методологічний (дослідники використовують різні методологічні підходи: імагології, психоаналізу, компаративістики, функціональний метод тощо); в) міждисциплінарний (представники різних гуманітарних наук, таких як лінгвістика, соціологія тощо, звертаються до вивчення анекдоту у контексті інтересів та інструментарію своєї дисципліни).

Ретроспективні студії присвячені анекдоту XVIII-XIX ст. та радянського періоду. Дослідники вивчають жанрові особливості (дидактичність, цікавість, відсутність злої насмішки і т. п.) літературного (дворянського) анекдоту, засоби створення комічного ефекту (полісемія, омонімія, порівняння, метонімія та ін.), зв'язок з іншими жанрами (апофегмою, притчею, байкою тощо), типи персонажів (блазень, хвалько, простака), особливості письмової фіксації текстів, риси окремих персонажів (адвокатів Ф. Н. Плевака та О. В. Лохвицького) [21].

Вчені аналізують радянський політичний анекдот, вивчаючи його прагматику, яка включає повсякденний негласний опір владі та ідеології, пристосування до існуючих соціально-політичних умов, зниження штучно завищеного ідеологічного пафосу, об'єкти сміху (продрозверстка, репресії, побутові умови, великі політичні фігури і т. д.) та відображення через них певних уявлень і стереотипів того періоду. Вони розробляють різні підходи до систематизації та пропонують різні класифікації (за способом презентації політика, за реальністю/ірреальністю зображуваної ситуації, за формою). Радянський анекдот порівнюють з літературним, вказуючи на те, що останній

має більш виразну дидактичну функцію, факультативний характер комічного ефекту та інші різниці. Сучасний анекдот часто відображає однакові політичні міфи (наприклад, про американську загрозу) та стереотипи (бідність – добре, багатство – погано). Подаються тексти радянського періоду, систематизовані з урахуванням хронології, варіативності, джерел (реальні події, фольклорні мотиви), середовища побутування тощо.

Існують дослідження в галузі фольклористики, що розглядають історію вивчення анекдоту в європейській та американській науковій сфері, а також його вивчення у лінгвістиці. Окремі дослідження присвячені внеску конкретних учених у розуміння цього жанру. Наприклад, І. Я. Франко здійснив публікації з польових досліджень, визначив жанрові особливості анекдоту та його вплив на художню літературу та вертепний театр, порівнявши сюжети в українській, польській, німецькій культурах і т. д. В. Б. Шкловський також вніс вагомий внесок у дослідження анекдоту, розглядаючи його в контексті вітчизняної та зарубіжної наукової традиції.

Серед робіт, що аналізують анекдот на синхронному зрізі, найбільше науково-дослідницьких студій, які (як зазначалося вище) можна систематизувати за тематичним, методологічним та міждисциплінарним критеріями.

Роботи, виокремлені за першим критерієм, присвячені вивченню конкретних тематичних груп, циклів анекдотів (пов'язані з типом персонажу та його ім'ям мотиви), окремих сюжетів тощо. Отже, науковці звертають увагу на цикли анекдотів, які стосуються уявлень про політичних лідерів (таких як Ленін, Троцький, Сталін, Брежнєв, Путін), персонажів теле- та мультфільмів, літературних героїв (наприклад, Шерлока Холмса та доктора Ватсона, поручика Ржевського, Крокодила Гену та Чебурашку, Вінні Пуха та П'ятачка, Герасима та Муму), "нового росіянина", Вовочку, літніх людей, осіб з розумовими відхиленнями, про Пушкіна тощо.

Зазвичай, під час аналізу анекдотичних циклів дослідники акцентують увагу на їхньому походженні, функціях та лінгвістичних особливостях

персонажів, а також на тематичному спектрі, пов'язаному з ними. При розгляді анекдотів про Штірліца досліджують методи створення каламбурів (включаючи омонімію, полісемію, штучну омонімію тощо), тоді як аналіз анекдотів про вірменське радіо фокусується на діалогічній структурі.

Вчені також аналізують проблему розрізнення серій, циклів і продовжень анекдотів. Вони приділяють увагу походженню і динаміці функціонування конкретних сюжетів, таких як "Чому Ленін носив черевики, а Сталін – чоботи?" [1], "Правильні ниточки", про "Муху Цокотуху". Також вони аналізують різні тематичні групи анекдотів, такі як про армію, охорону здоров'я, сімейне життя, міста, річниці та ювілеї, анекдоти, викликані кінематографом, а також текстів, що використовують аббревіатури [21].

Чи не найбільшу увагу приділяють вчені політичному анекдоту, аналізуючи особливості його функціонування (реакція на пропаганду, використання комічного зниження) [16], об'єкти висміювання, риси персонажів, виконання маніпулятивної функції), «опозиційність» політичним ідеям та установкам [15;17], і у той самий час залежність від них, відзначають різні підходи до виділення політичного анекдоту: вузький (зображення виключно політичних подій та/або осіб) і широкий (висміювання будь-яких феноменів, які асоціюються з певними політичними/ідеологічними установками).

Низка студій присвячена дослідженню чорного гумору: етапів його функціонування [13], особливостей (суміжність страшного і буденного; нейтральне, але перебільшене зображення жорстокого), побутування у підлітковому фольклорі як засіб зняття/ослаблення страху смерті, нового незнайомого оточення (соціального і технологічного), а отже, домінування психотерапевтичної функції.

Дослідники проводять аналіз етнічних анекдотів, які можна віднести до різних тематичних груп (політичні, етнічні, еротичні і т. д.), а також до анекдотичних циклів. Практично кожен з персонажів має свій набір стійких функцій, коло тем і власну мовну маску. Фольклористи вивчають тексти про

євреїв, росіян, українців, грузинів, поляків, циган та представників інших народів.

Також проводиться аналіз анекдотів окремих субкультур, що можуть бути об'єднані у віртуальному просторі (програмісти, хакери, геймери та інші), або існують у реальному житті: за потребою (наприклад, українські січові стрільці, в'язні Сиблагу), за інтересами (такі як туристи, парашутисти, сучасні молодіжні субкультури історичних реконструкторів[20], рольовий рух, толкіністи, анімешники, готи). Особлива увага приділяється тематиці, характеристиці персонажів та об'єктів насмішок, а також використанню субкультурного жаргону й інших особливостей.

Спеціальні дослідження присвячені вивченню прагматики, особливостей відтворення та деяких сюжетів анекдотів, зафіксованих у дитячому спілкуванні.

Окрему групу робіт складають дослідження, у яких автори звертаються до конкретного методологічного підходу: імагології, психоаналізу, компаративістики, функціонального методу тощо.

Так, імагологічний підхід використовують при дослідженні етнічних анекдотів, коли головний аспект ставиться на особливості гри зі стереотипними образами представника свого та/або іншого народу: українця, поляка, єврея та ін. .

Гендерний підхід реалізують науковці, які виявляють в анекдотах гендерні стереотипи (напр., жінки як дурної, сварливої, жадібною, розпусної і чоловіка, що прагне подолати руйнівну жіночу природу) .

На методи психоаналізу спирається у своїх роботах фольклорист Алан Дандес, зокрема – на теорію Зігмунда Фрейда, згідно з якою комічне – спосіб подолання психологічних затримок і вираження агресії у безпечному вигляді.

Методи комаративістики використовуються вченими для порівняння літературного, радянського та сучасного політичного анекдотів на рівні об'єктів насмішок і форм їх функціонування. Також анекдоти порівнюються з іншими жанрами фольклору, такими як казка (знаходження схожостей у типах

персонажів та деяких сюжетах, відмінності у лаконічності та одномотивності анекдоту), частівка (порівняння поєднання двох планів, несподіваності розв'язки, відмінності у підсиленні "соціально-побутової конкретизації" в частівці тощо), та міф (пошук спільних рис у створенні "естетико-художньої реальності", яка переходить у масову свідомість, відмінності у ставленні до серйозності та спрямуванні на вимисел). Аналізують і особливості обігрування в анекдоті інших жанрів: казки, байки, художньої фантастики (зміна функцій персонажів, комічне зниження елементів сюжету і т. п.), реклами, прислів'їв тощо (пародіювання, розміщення прецедентних фраз у незвичайному контексті). У цих роботах учені уточнюють місце анекдоту у системі традиційного фольклору та постфольклору, його зв'язок із іншими формами словесної діяльності.

Функціональний підхід застосовується для аналізу різноманітних аспектів функціонування анекдоту у всіх його формах: усної, письмової та в інтернеті. У цьому контексті досліджуються комунікативні аспекти, такі як типовість ситуацій для усного використання жанру, зняття напруги під час розмови, відповідність, оригінальність змісту, етичні та естетичні аспекти, використання метатекстових вступів, елементи мовних масок персонажів, а також аналізується процес розповідання анекдоту, який включає взаємодію між оповідачем (вміння цікаво розповісти, правильно інтонувати) та слухачем (реакція сміхом тощо).

Дослідники розглядають особливості застосування жанру у письмовій формі в сучасній періодиці, такі як використання ілюстрацій, різних шрифтів та спеціальних символів для підсилення комічного ефекту [19], відмова від метатекстового введення, порушення правил орфографії для створення мовних образів персонажів, скорочення обсягу тексту та акцент на афористичності. Це стосується, зокрема, радянського журналу "Крокодил", де були виключені політичні та еротичні сюжети, збільшений обсяг текстів та додано іноземний колорит. Також варто відзначити збільшення кількості текстів і переосмислення цінностей з 80-х років української періодици

радянського періоду та початку незалежності [19, с. 124-125]. У контексті Інтернету виокремлюються особливості функціонування анекдотів, такі як швидка реакція, розширення аудиторії, звільнення від моральних обмежень, зміна форми передачі (збереження для особистого використання, відправка знайомим), зміна характеру взаємодії між відправником та отримувачем (перший не намагається відповідати фону знань та оцінок співрозмовника, а другий вільно обирає тексти, що цікавлять його), можливість оцінювання та коментування текстів, але при цьому є ризик втрати частини комічного ефекту через відсутність емоційності у контексті контактної комунікації. Також спостерігається поєднання рис письмового та усного мовлення, графічних і медіа засобів передачі інформації, скорочення текстів до структури «запитання – відповідь», «візуальне пересичення» (через велику кількість анекдотів на сторінці і рекламну інформацію), поява нових персонажів (наприклад, хакери, ламери) і тем (наприклад, інтернет-залежність, спілкування зі службою підтримки) та використання комп'ютерного сленгу. Досліджуються також фактори, що сприяють появі анекдотів в Інтернеті, періоди актуальності текстів, конкретні тематичні групи (наприклад, шкільні анекдоти), особливості реакції отримувачів (використання ремарок, смайлів, стилізації під фонетичне письмо), зокрема на застарілі тексти, які часто відтворюються (види, причини реакції, спроби виправдання осіб, що поширюють неактуальний контент).

Вчені [3-6; 9; 11-12; 14-15] відзначають зростаючу тенденцію появи анекдотів у мережі Інтернет, спрямованих на письмове представлення (досягнення комічного ефекту за допомогою різних комбінацій латинського та кириличного алфавітів, різниці у великих і малих літерах і таке інше).

Це явище стає предметом наукових досліджень, які висвітлюють певні етапи еволюції жанру в кінці ХХ - на початку ХХІ століття. Вони розглядають з'явлення нових тем, персонажів, форм вираження, спрощення та зменшення комічного ефекту. Також зазначається використання анекдотів у офіційних сферах, таких як політика, наука, релігія, що призводить до посилення

маніпулятивної функції жанру, зменшення використання мовних особливостей персонажів, підвищення рівня самоцензури та інше. Деякі вчені вважають, що жанр переживає занепад через скасування цензури та збільшення офіційно дозволених форм відображення політичної ситуації. Сучасний анекдот є багатограним явищем, оскільки його функціонування в комунікаційному просторі пов'язане з взаємодією констант на різних рівнях і в різних сферах людського буття.

Тому важливо, щоб наукове вивчення анекдоту було комплексним та систематичним. Жанровий аспект анекдоту включає його тематичну, стилістичну та композиційну єдність. Тема забезпечує цілісність мовного жанру, а стиль і композиція - його зв'язність. Сюжет жарту отримує специфічне стилістичне та композиційне вираження, що стимулює пізнавальну активність адресата, яка полягає в розшифруванні комічного змісту, що стає основою для сміху. Предметом анекдоту є єдність предметно-референтної ситуації та сукупність жартівливих комунікативних намірів. Стилiстична організація анекдоту — це співвідношення оповідних і експресивних елементів, яке виникає від теми та жанрової форми. Тема визначає інформативність і оповідність, а жанрова форма — фатичність і експресивність анекдоту. Основою для створення тексту-жарту є передтекстова смислова база, до якої входять комічна ситуація, реченнєва форма комічної ситуації, фрагмент дійсності – зображення багаторазово повторюваної в дійсності події.

Сучасні анекдоти – це багатогранне явище, яке може бути і є предметом літературознавчого (естетичного), культурологічного, семіотичного, соціологічного, психологічного, історичного та політичного аналізів. Розглядаючи анекдот як жанр гумористичного дискурсу, варто звернути увагу на саме поняття дискурсу, яке ще не є чітким і однозначним. Найбільш цікавим з точки зору даного дослідження є визначення дискурсу, запропоноване голландським вченим Т.ван Дейком, який запропонував визначення, що враховує соціально-прагматичний підхід: «Дискурс — це

складний комунікаційний феномен, який, окрім тексту, включає також позамовні фактори (знання про світ, установки, мета адресата), необхідні для розуміння тексту» [15, с. 17]. Анекдот як жанр гумористичного дискурсу відображає менталітет і культуру, як національну, загальнолюдську, так і індивідуальну, особисту [18, с.108].

Науковці [22-25; 30] під анекдотом розуміють текст, занурений у ситуацію гумористичного повідомлення. Кожна особа належить до певної етнокультурної спільноти, що включає в себе національні звичаї, мову, історію і літературу. Економічні, культурні та наукові взаємодії між країнами та їхніми громадянами роблять теми, пов'язані з дослідженням міжкультурної комунікації, взаємозв'язку між мовами і культурами, а також вивченням мовної ідентичності, дуже важливими. Тематичною основою створення жартів є повсякденне життя людини, в якому постійно виникають ситуації, які є основою не лише для створення жартів, а й породжують комічних персонажів, які стають культовими. І.Березовський вважає, що види конкретної реалізації гумористичного дискурсу різноманітні: від простого жарту й анекдоту (дотепні промови, афоризми, епіграми, гумор, карикатура) до гротеску, сатири, іронічного способу життя й мислення [2, с. 7]. Але для того, щоб була можлива ефективна комунікація і не було збоїв у спілкуванні в анекдотичному жанрі, ті, хто її помічає, повинні мати схожі погляди на життя та явища, що відбуваються, «близькість до аперцептивної бази мовців» [9, с.17]. Анекдот – це творчий фольклорний жанр, унікальне явище національної культури, його розвиток пов'язаний з розвитком суспільства, він є показником важливих для суспільства настроїв. Анекдот має свою номінацію та типологічні особливості (стереотипи форми, змісту та комунікативного призначення) [2, с.23].

Специфіку жарту як жанру гумористичного дискурсу можна охарактеризувати трьома критеріями: 1) комунікативним наміром учасників розмови відійти від серйозної розмови, наприклад: «*На цю тему є гарний анекдот*»; 2) бажання скоротити дистанцію та критично осмислити відповідні поняття в короткому гумористичному жанрі, наприклад: «*Чувак, ти так*

*схуд...» - «Але ж бензин подорожчав, уже 32 гривні». - "То ти пішки ходиш?" - "Ні, я голодним їжджу!"; 3) наявність специфічної моделі, характерної для даної лінгвокультури, наприклад:*

*«Куме! Як звать того, хто пройшов крізь воду, вогонь і мідні труби?*

*- "Самогон!" [1].*

Виконуючи комунікативне завдання, характерне для жанру анекдоту, мовець проходить кілька етапів:

- 1) комунікативний намір (готовність пожартувати);
- 2) оцінка ситуації (чи буде доречним жарт);
- 3) словесне вираження жарту;
- 4) оцінка реакцій слухачів.

Під час будь-якого акту спілкування мовець старається уникнути перешкод у комунікації, що можуть виникнути, коли аудиторія знає анекдот або має обмежений рівень розуміння адресата (наприклад, недбалість або невідомість певних контекстів). При буквальному перекладі анекдотів саме неврахування наявних знань або відмінного менталітету адресата може призвести до розбіжностей у сприйнятті. Це явище особливо характерне для мовних пар з різних культурних груп, наприклад, німецько-слов'янських. Наприклад, англійський анекдот: *«Під час британського футбольного матчу половина стадіону хоче бачити одинадцять убитих, а інша половина стадіону хоче бачити одинадцять убитих», що дослівно українською означає «Під час британського футбольного матчу половина стадіону хоче бачити одинадцять убитих, а інша половина стадіону хоче, щоб убили одинадцять людей іншої команди» [1]. У парах мов однієї групи також можливі збої в спілкуванні, але вони зустрічаються рідше і найчастіше можуть бути викликані лише неврахуванням наявності необхідних знань, наприклад: «Чувак, що ти куриш?» - "Ватру". - "А якщо не буде Ватри, що ти будеш палити?" - "Сільраду!" [1].*

Гумор (світ сміху) — явище глибинне, що має національну специфіку, зокрема щодо прецедентних феноменів, які є складовими його

концептуальних засад, тем і канонів прагматичної доречності. Те ж саме стосується і моменту жарту. Деякі реалії змінюються з часом і втрачають гумор, напр.: «На балу: «Тепер все так дорого, що скоро доведеться ходити голими». – «Ой пані, – зраділи чоловіки, – це буде найкращий наряд» [1]. Кожна епоха і кожен народ мають особливе, специфічне почуття гумору, інколи незрозуміле й недоступне іншим епохам [27, с.8].

О. М. Морозова стверджує, що ціль адресата – належним чином закодувати текст, що призводить до відчуття задоволення та переваги над необізнаним. Проте не варто ігнорувати, вдалість жарту в даному випадку залежить виключно від уміння адресата зрозуміти жарт і адекватно на нього відповісти [7, с.16]. Реалізація фатичної функції комунікативного акту, що полягає у встановленні та підтримці контакту з адресатом, відіграє значну роль у досягненні комунікативного ефекту. Навіть якщо анекдот дуже смішний, його мета може залишитися недосягнутою, якщо його погано розповісти. За В. Барановою, справжній анекдот проявляється лише у вживанні усної мови, у живому та безпосередньому спілкуванні [39, с. 6]. Анекдот виступає специфічним індикатором національно-етнокультурного аспекту.

І.Кімакович висловлює думку, що жарт є найбільш інстинктивним виявом етнічної та національної ментальності, що спонтанно відтворює та відображає традиційні народні уявлення про добро і зло [21, с.1], а комунікаційний простір пов'язаний з константами взаємодії різних рівнів і різних сфер людського існування. Комунікативну мету оратор досягає за допомогою невідомого слухачам анекдоту, використовуючи техніку пригадування анекдоту, що включає цитати, метатекстові вставки («Як у цьому анекдоті» або «Ти пам'ятаєш анекдот»), правильно використовуючи свої артистичні здібності. Жанрову сторону анекдоту становлять тематична, стилістична та композиційна єдність. Цілісність мовленнєвого жанру забезпечується його тематичним спрямуванням, а стиль і композиція - його зв'язністю.

### 1.3 Класифікація анекдотів

Сучасний україномовний анекдот — це специфічна мовна форма комічного, короткий сюжет із несподіваним поворотом сюжету, що виражений через неявні зв'язки через подвійне значення, що створює комічний ефект. Залежно від способу формування побутовий анекдот може бути референціальним / ситуативним і мовним / лінгвістичним.

Дослідники [9; 1-13; 15; 17-20; 21; 22; 26; 29; 31-34] визначають декілька жанрів анекдоту: побутовий, історичний, політичний, філософський тощо. У цій роботі нас цікавить побутовий анекдот, його особливістю є те, що це текстово-дискурсивне утворення в якому навмисно порушено перебіг подій з метою виникнення комічного ефекту за допомогою просторіччя, дисбалансу, невідповідності плану оповіді із дійсністю тощо.

У мовознавстві та літературознавстві побутовий анекдот зазвичай розглядається серед жанрів так званих «простих форм». На думку Л.Снигарчук [33], термін «анекдот» існує як жанрове позначення з початку 19 століття.

Виділяють ознаки, що дозволяють віднести побутовий анекдот до фольклорних жанрів:

- побутові анекдоти відтворюються в усній формі, з вуст в уста передаються також розповіді, мають письмову фіксацію;
- побутові анекдоти — це не монолог, він розповідається для певної аудиторії і передбачає реакцію аудиторії на вироблений короткою розповіддю гумористичний ефект; побутовий анекдот, як і інші фольклорні жанри, відрізняється анонімністю свого походження; побутовий анекдот надає бажаний гумористичний ефект, якщо раніше він був невідомий слухачеві;
- фольклористика вивчає щось повторюване і типове. У побутовому анекдоті діють типізовані персонажі і типові, повторювані ситуації (наприклад, судове засідання, прийом у лікаря, на вокзалі тощо);

— як фольклорний жанр, існуючий переважно в усній формі, побутовий анекдот піддається варіюванню [40].

Особливістю сучасного україномовного побутового анекдоту є те, що він має два статуси: фольклорний текст та мовний жанр, водночас динамічну та статичну текстово-дискурсивну форму. Як модифікація фольклору, анекдот характеризується анонімністю, мотивацією до певної життєвої ситуації, актуальністю, розповіддю та тісним зв'язком з традицією «культури сміху». Як мовний жанр, анекдот характеризується сучасною інтертекстуальністю, простотою сприйняття, стислістю, грайливістю, театральністю, відтворюваністю, мінливістю, орієнтацією на реакцію, релевантністю, стереотипністю та соціальністю. Через когнітивно-дискурсивний характер україномовного анекдоту це один із найменш вивчених типів тексту у вітчизняній лінгвістиці. Основою формування тексту анекдоту є дотекстова основа семантики, що включає: ситуацію коміксу; комічна ситуація форми речення; фрагмент реальності — це перцептивний образ події, який багато разів повторюється в реальності.

Кінцевим продуктом комічної ситуації та її форми речення в тексті анекдоту є предметно-посилальна ситуація — фрагмент реальності, який трансформувався відповідно до змісту комічного. Ця трансформація в основному здійснюється шляхом створення умов, що призводять до інтерференції скриптів (пуанту), що сприяє створенню комічного змісту.

Механізми, що використовуються для подання передтекстової основи анекдотичної семантики, включають посилання, пояснення та підтекст. Когнітивна обробка тексту анекдоту з витягом комічного змісту здійснюється на основі механізмів умовиводу — висновку учасників комунікації в процесі інтерпретації та контекстуалізації. Невід'ємною властивістю жарту є когнітивний механізм протиріччя, в основі якого лежить порушення норм як на мовно-ситуативному, так і на лінгвістичному рівні. Розуміння анекдоту шляхом подолання когнітивного бар'єру, усунення міжкультурної інтерференції, впровадження власного досвіду в іншу культуру та поглинання

позакультурного соціального досвіду є дуже важливим для ефективного мовного діалогу між культурами [43, с.152].

Етнічна строкатість представників української нації та поширення української мови в країнах Європи створюють умови для обрання етнічного анекдоту як інструменту втілення феномену стереотипізації. Стереотип — це словесне вираження переконань щодо соціальних груп чи окремих осіб чи окремих осіб як їх представників. Воно має форму судження, яке в спрощеній, узагальненій та емоційній формі приписує конкретні риси певній групі людей або визнає конкретну поведінку. Навіть незважаючи на стандартні уявлення та узагальнення, стереотипи про інші нації та культури готують нас до зустрічі з іншими культурами та зменшують культурний шок. Етнічні стереотипи приймають різноманітні форми і надають текстовому матеріалу певний функціональний заряд, що впливає на сприйняття стереотипних уявлень про лінгвокультурні явища або представників етнічних спільнот.

Дослідники [4; 6; 7; 9; 44-45; 47-52] встановлюють специфічне значення етнічних стереотипів як когнітивних уявлень про типові риси та характеристики, приписувані кожному члену певної лінгвокультурної спільноти або представникам інших етнічних груп. Проаналізовано функціонування стереотипів у відношеннях між національними групами, які об'єднуються загальною мовою та культурою. Дослідження етнічних стереотипів показує, що вони виникають як результат етноцентричної реакції - спроби оцінити інших людей з позицій власної культури.

Прагматична роздвоєність анекдоту набагато складніша, ніж карикатурне подання семантики у кумедній історії. У анекдотах можна виявити рейтинги та невідповідності. Перші виражаються у вигляді безглуздості персонажа (це не просте висміювання, а про зниження статусу того, хто претендує на високий статус) і у формі жартівливого скасування загальноприйнятих норм, а друге — знуцання зі стандартної логіки [12, с.38].

Відмінності в оцінці впливають на різні характеристики людей. Наприклад, зовнішність, інтелектуальну некомпетентність часто висміюють.

Виділяються анекдоти із загальнооцінним сенсом. Порушення загальних цінностей можна розділити на два класи: висміювання утилітарних і моральних норм, з одного боку, та насмішка над раціональною поведінкою як такою, з іншого. Порушуючи утилітарні норми, персонаж собі шкодить. Це стосується висміювання моральних цінностей, коли персонаж ставить під сумнів норми суспільства. Одним із видів порушення моральних норм суспільства є відкрита їх заміна утилітарними цінностями. Насмішка над раціональною поведінкою виражається як абсурд. Невідповідність закінчення анекдоту може виглядати як хитрість, в яку попадає один з персонажів або адресат, а також як глузування над занадто логічними висновками. Одним із варіантів непослідовності в закінченні може бути зниження очікувань персонажа або отримувача. У логічних конструкціях можна побачити демонстративні й виправдані розбіжності, які висміюються в анекдотах.

Синтаксис анекдоту — це його зв'язок із формальними типами анекдотів із різними текстами та цитатами. Залежно від форми тексту розрізняють анекдотичну розповідь (прототип анекдоту), анекдотичну загадку, анекдотичний афоризм, анекдотичну пародію [21, с. 6].

**Анекдот-розповідь** представлений двома основними видами - розповіддю про подію та коротким дотепним діалогом. Розповідь про кумедну подію може мати форму класичної оповіді, що включає експозицію, сюжет і кульмінацію в повному або стислому вигляді.

**Короткий діалог** — це розповідь про мовленнєву діяльність, а кульмінацією дії може бути як реакція на підказку, так і опис цієї підказки. Опис вірша суперечить його змісту, і в цьому суть жарту.

**Анекдот-загадка** формально відповідає питання з відповіддю, яке відоме адресату, але в анекдотичній відповіді стикаються два тексти — первинний і вторинний, при цьому первинний текст може залишитися в пресу позиції і може бути виражений частково або повністю.

**Анекдот-афоризм** займає прикордонне положення між прототипним анекдотом і дотепним авторським висловом, що мають глибокий сенс. 3

формальної точки зору такі анекдоти побудовані як філософських судженнях, дефініції, класифікації. На відміну від справжнього афоризму анекдот-афоризм характеризується не глибиною сенсу, а легкою, веселою дотепністю. Анекдоти повні оптимізму, в той час, як афоризми можуть бути песимістичними.

**Анекдот-пародія** будується за аналогією з будь-яким стандартним текстом, це може бути оголошення, гасло, рецепт, технічна інструкція тощо.

Анекдот співвідноситься не тільки з цілими текстами певних жанрів і видів, а й з будь-якими стійкими виразами, зокрема, з цитатами, які використовуються в якості ключового компонента анекдоту.

Сигматика анекдоту полягає в обігранні його звукової сторони. В цьому плані виділяються анекдоти, побудовані на звуковій імітації і звуковому збігу (як правило, каламбури). Звукова імітація є мовною грою, при цьому предметом гумору може бути людина (з дефектом мови, носій діалекту, іноземець або той, хто говорить з акцентом), тварина, предмет. До цього ж типу, мабуть, відносяться і анекдоти з римуваннями. Звуковий збіг в анекдотах представлено двома різновидами: це або каламбур, або використання слова в довільному значенні, мотивованому фонетично. Використання слова в довільному значенні висміює недостатньо грамотних людей [21 с.8-9].

Семіотичний підхід дає можливість побудувати нову типологію текстів, об'єднаних жанром «Анекдот». Найважливішими характеристиками цього жанру є жартівливий ключ спілкування, фольклорність, двоплановість, наявність ключового компонента, який носить предметний або понятійний характер, має оцінну і / або аргументативну природу, що співвідносить текст конкретного анекдоту з типовими текстами цього жанру і може полягати в обігранні звукового боку анекдоту.

Тож, можна прийти до висновку, що анекдот є коротким гумористичним оповіданням, яке володіє особливою структурою, змістом і функціонуванням. У ньому відображається національний образ світу, відбувається прецедентна

ситуація і з'являються прецедентні фігури, тому анекдот можна віднести до прецедентних текстів.

## **Висновки до розділу 1**

У розділі визначено, що гумористичні тексти, в тому числі анекдоти, не раз ставали об'єктами спеціальних лінгвістичних досліджень. Це пов'язано з широким використанням гумористичних текстів як всередині однієї культури, так і в міжкультурному спілкуванні. У властивостях і функціях гумористичного дискурсу як певної сукупності гумористичних текстів, виявляється соціокультурний характер гумористичної комунікації, що дозволяє розглядати гумористичний текст як конститутивний елемент культури, діяльності і соціальних відносин.

Аналіз наукової літератури дозволяє говорити про те, що анекдот як гумористичний текст характеризується набором специфічних статусних ознак. При цьому найбільш функціонально навантаженими маркерами є складові семантики анекдоту, які реалізуються у вигляді протиріччя, імпліцитного змісту, функціонально-тематичної спрямованості змісту, індиціювання національних цінностей, прецедентних феноменів, стилістичних засобів і мовної гри. Основними універсальними способами створення комічного ефекту в анекдоті є пародія, парадокс, суперечливість і ефект хибного очікування, які реалізуються за допомогою наступних тропів: гіперболізація, каламбур (полісемія та омонімія), оноματοпея, синонімія і метонімія.

Головна особливість сучасного анекдоту — його продуктивність і мінливість. Анекдот, будучи текстом, створюваним народом і для народу, регулярно і систематично відтворюється, відгукуєчись на всі більш-менш значущі події в країні і за її межами.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНА МОДИФІКАЦІЯ АНЕКДОТУ (КОМІЧНИХ ЖАНРІВ)

#### 2.1 Комічні тексти, поширені в ХХ ст.

Приглянемося до поширених комічних текстів у ХХ столітті на основі радянських анекдотів. Сміх у цьому контексті може виникати як реакція на фальшивість або на порушення святині, яка втратила своє значення в людській свідомості. Це означає, що насмішка спрямовується лише на те, що вважається занадто високим або зарозумілим з точки зору конкретної культурної свідомості. Тому культура сміху, яка виступає як реакція на фальшиву святість, виявилася найбільш очевидною в ідеологічному контексті. В радянській культурі сміху іноді в актах відмови від ідеології повертався до вищих духовних цінностей, до святинь. Оскільки радянська ідеологія містила численні елементи з християнства та інших релігій [10, с. 5–6], то основною проблемою у контексті порівняння польської та радянської культури сміху є визнання специфіки святкового та специфіки протиставлення святкового та фальшивого.

В СРСР, наприклад, релігія в її автентичному розумінні була майже повністю ізольована від суспільного інформаційно-культурного поля. Це означає, що сміхова оптика не завжди приносила «ефект еврики» — радість несподіваного відкриття, а радянським людям іноді «відкривала очі» культура сміху. У більшості випадків радянські люди не усвідомлювали контрасту між релігійними та псевдорелігійними людьми. Більш успішно відбувався процес сакралізації комуністичної ідеології в СРСР. Це вказує на те, що розрив між псевдосакральною ідеологією та її безглуздими перетвореннями у СРСР був набагато виразнішим. У той час як у деяких аспектах радянської комедійної культури образ Леніна залишався священним. У зв'язку з цим сміх був спрямований проти «перекручування» ленінського вчення правителями, які прийшли до влади після Леніна. Наприклад: Рабінович дивиться на плакат, на якому написано: *«Ленін помер, але справа його живе!»*: — *Хай йому життя буде краще!* [30].

Це явище, яке майже не помітне поряд із значними суспільними змінами, вже на той час показало чудову швидкість поширення посттоталітарних ідей у згаданих країнах з усіма наслідками, які ми спостерігаємо сьогодні в більш виражених формах. У відміну від радянської комедійної культури, Польща спрямувалася в бік релігійної тематики та образу Церкви як символу справжньої святості, виступаючи у протистоянні з псевдосакральною ідеологією. Наприклад, у такому анекдоті селянин виступає проти гріха ідеологічної брехні... таїнства сповіді:

*Чоловік іде по вулиці з телевізором.*

*- Ти здурів? – запитує знайомий чоловік.*

*- Ні. Несу до церкви.*

*- Для чого?*

*— Він весь час бреше й бреше. Нехай зізнається [30].*

З наступного анекдоту стає зрозумілим, що замах на папу Івана Павла II був здійснений за планом керівництва СРСР:

*Журналіст запитує Брежнєва:*

*– Товаришу Генеральний секретар, чому ви одразу не надіслали повідомлення зі співчуттям у зв'язку з нападом на Папу?*

*– Я боявся, що новина прийде раніше [30].*

У більшості випадків радянська культура гумору не відображала вказані протилежності між Церквою та партією, християнською вірою та марксистською ідеологією. Це або виражалося у сатирі на Церкву і віру (наприклад, деякі «літературні» пісні, кінокомедії Л. Гайдая), або мало прихований релігійний підтекст для тих, хто розумів його (жартівливі твори О. Лосєва, Є. Шварца, Є. Брагінського, Є. Рязанова та інші).

Це вказує на те, що позитивні релігійні аспекти в радянському гуморі існували переважно в межах 1) елітарної радянської культури або 2) елітарних тлумачень масової культури.

Давайте розглянемо інший аспект гумору - реакцію на консервативність мислення, поведінки та мови. Такий підхід, як запропонував А. Бергсон у своїй

теорії некогерентності, розглядає це явище. Якщо ми говоримо про жорсткість посттоталітарної ідеології, непродуктивність інформаційного оточення та догматичність відповідного мислення, то цікаво, як ці характеристики проявлялися в СРСР з усією його специфікою. Можна припустити, що залежність ідеології від директив ЦК КПРС сприяла більшій статичності ідеологічних уявлень. Можливо, це робить українську культуру гумору більш привабливою, оскільки контраст між консервативністю та іронією ставав більш очевидним. Смішну рефлексію на рівень статичності ідеології часів УРСР демонструє такий український анекдот: *«Бачили товариша Щербицького, який повзав на колінах вулицями Києва і збирав каміння. Зневірений ЦК не знає, що робити. Москву називають Кремлем; питають що робити. Ви чуєте, як Кремль веде консультації з цього приводу. Нарешті Брежнєв бере слухавку і каже: «Товариші з УРСР, хвилюватися немає причин. Тов. Щербицький помилково отримав програму нашої місячної прогулянки»* [30].

Політичний сміх і свобода слова обернено пропорційні. Тому там, де було більше свободи, жарт мав бути менш популярним. Українські анекдоти 1970-1980-х років відображають більшу свободу слова в Українській РСР:

*На кордоні з Польщею зустрілися дві собаки. Один біжить з Польщі, інший – з СРСР.*

*Перший питає: "Куди ти біжиш?" - Кажуть, у Польщі є що поїсти.*

*— Що там їсти! Навпаки, я біжу до вас, щоб щось знайти.*

*- Що з тобою! Наші магазини вже давно порожні. Обертається – за нею біжить радянський пес.*

*- Чому ти за мною слідкуєш? Я сказав: у нас нічого немає.*

*– Та можна хоч гавкати...[30].*

У СРСР також вважали, що поляки виграли у свободі думки і слова порівняно з радянським народом. Не останню роль у формуванні таких стосунків зіграла дуже популярна в СРСР гумористична програма «Zukinia 13 Krzesel», яка виходила на телеекрани суботніми вечорами з 1966 по 1980 рік.

Автори цієї програми стилізували Польщу як країну західного світу. На думку фахівців, «Кабачки» припали до смаку пересічним глядачам саме тому, що це неідеологічна культурна програма. Гості кафе зверталися один до одного «пане» та «пані» (ніяких «товаришів»!). А в невеликих анекдотичних ситуаціях, розіграних акторами, взагалі був відсутній ідейний контекст. У радянській культурній ситуації такий позаідеологізм сприймався як антиідеологічний. Деякі урядовці це розуміли і намагалися закрити програму як «ідеологічно ворожу». У цій ситуації Л. Брежнєв виступив на бік прихильників "діонісійської" (смішної) культури та захистив їх від "жерців" "аполлонівської" (ідеологічної) культури. Анекдоти про Брежнєва були надзвичайно популярними в СРСР. Дещо аналогічними за популярністю були жарти про Ярузельського в ПНР. Однак, на наш погляд, це лише зовнішня подібність. Рівень витривалості польських анекдотів значно вищий. З цієї причини естетичний аспект культури сміху найбільш виразний, коли вона не використовується для досягнення конкретних політичних цілей, а стає самодостатньою цінністю. Особливістю радянських політичних анекдотів часів Брежнєва є те, що радянська культура сміху сприймалася переважно як форма культурного протистояння. На політичному рівні традиційні зв'язки між культурою сміху та ідеологією були досить міцними. Тому сміх у радянській культурі не вважався проявом пасіонарної енергії. Зазвичай він не виражав ненависті до існуючої системи. У радянські часи ми спостерігали багато аналогічних, дуже схожих анекдотів у СРСР, Польщі, Чехословаччині.

Але в Україні, приблизно з часів Ющенка й досі, такий анекдот може бути поширеним у певних колах. Що змінилося? Сміх тепер став інструментом у надзвичайно жорсткій і, відверто кажучи, брутальній боротьбі за владу і незалежність. Порівняно з радянським анекдотом, український анекдот іноді має антирадянську спрямованість та проявляє русофобію, що в суті різко відрізняє його від радянського.

*- Тату, тату!*

*Росіяни полетіли на Місяць!!!*

- *Всі?*

- *Ні. Три.*

- *Тоді чому ти мене турбуєш?! [30].*

Ксенофобія в радянському анекдоті ніколи не була основною темою. Можна сказати, що її практично не було. Звичайно, євреї жартували про себе, і всім було смішно; були популярні анекдоти про деяких представників північних народів СРСР, але це сміх був спрямований не стільки проти конкретної етнічної групи, скільки проти раціональної «інакшості» чи інтелектуальної статичності. Це означає, що така риса антиідеологічного напрямку культури, як космополітизм, мала значний вплив на радянську комедійну культуру.

Таким чином, антитоталітарна спрямованість культури сміху виявила свою специфіку в СРСР завдяки таким факторам:

- 1) більш значна сакралізація ідеології в СРСР;
- 2) наявність у сміховій культурі протиставлення сакрального та псевдосакраментального;
- 3) більш статична ідеологічна сфера в УРСР;
- 4) менше свободи слова в СРСР;
- 5) космополітична спрямованість сміхової культури СРСР і 6) чітка національна самоідентифікація людини в межах української сміхової культури також визначається кількістю і тональністю анекдотів придумали про нього. Раніше, у часи Радянського Союзу, анекдоти на політичні теми були переслідовані за кримінальним законом, проте це не завадило народному гумору розвиватися, включаючи жарти про Брежнєва, Горбачова, Леніна, Сталіна, Хрущова. Незважаючи на заборони та обмеження, анекдоти свідчать про включеність нації у політичний процес і відображають ставлення народу до своїх лідерів.

Українська незалежність викликала появу нового гумористичного напрямку. Іноді цей гумор може бути занадто гострий або вважатися нецензурним. Проте такі прояви були характерні завжди. У цей період

українські політики, такі як Леонід Кучма, Віктор Медведчук, Віктор Ющенко, В'ячеслав Чорновіл та інші, стали головними об'єктами гумористичних жартів. Водночас можна помітити правдиву оцінку деяких політиків у суспільстві: чим більше поваги до політика, тим менше образливих і дитячих жартів, тим менше «заангажованої» сатири.

У 1990 році Володимир Івашко, Голова Верховної Ради України, відмовився від посади і переїхав на партійну роботу до Москви. Це викликало негативні реакції серед населення. Відношення громадян до нового спікера українського парламенту, Леоніда Кравчука, який також був третім секретарем ЦК Компартії України, було, м'яко кажучи, настороженим. Між людьми лунала пісня:

*Кравчук, Кравчук, пташка!*

*Ви полетите в Москву, до Іваценка [30].*

Проголошення незалежності України призвело до виникнення своїх власних афоризмів та анекдотів. Україна поступово відходила від анекдотів про Горбачова й переходила до нових героїв. Це найпопулярніший жарт початку 90-х років:

*До Бога приходять Джордж Буш, Борис Єльцин і Леонід Кравчук. Кожен вирішив дізнатися, коли нарешті в його стан прийде повне добро і люди відчують себе щасливими. Бог зазирнув у Книгу долі і сказав Бушу: «Американці досягнуть процвітання протягом десяти років». Буш нарікав: «До того часу мій президентський термін закінчиться...» «І російська нація досягне процвітання через сто років», — говорить Бог Єльцину. «Я не буду жити», - зажурився Єльцин. «А коли українська нація досягне повного процвітання?» – запитав Кравчук. Бог зазирнув у Книгу Доль, засмутився і сказав: «Не доживу...» [30].*

Президентські вибори 1991 року, поразка В'ячеслава Чорновола та перемога Леоніда Кравчука породили вірш:

*Наша лінія виглядає наступним чином:*

*Я вибираю Кравчука.*

*І за те, що був голим*

*Ми проклинаємо Чорновола... [30].*

Хоча багато хто вірив і хотів, щоб на виборах виграв представник радянської контреліти Чорновіл. У Львові хтось (імовірно, Ю.Винничук) навіть склав псевдодитячі віршики для шкільної лінійки:

*Він прийшов до нашого бункера*

*З повагою Чорновіл*

*І ми дали*

*Наш шкільний шутер.*

*Як піде контрака*

*Пане Президенте,*

*Ви повинні були взяти удар*

*Так само, як Сальвадор Альєнде. [30].*

Борис Олійник з парламентської трибуни навів ще один приклад народної творчості, спричиненої кризовими явищами початку 1990-х років:

*Колись були комуністи -*

*Їсти й пити було вдосталь.*

*А як стали демократи -*

*Це не має нічого спільного з... [30].*

Тим часом їхні анекдоти з'явилися в різних регіонах України. Наприклад, у Львівській області було створено низку політичних анекдотів. Деякі з них з'явилися в місцевій пресі, особливо в легендарному «Поступі».

В'ячеслав Секретарюк (у 1990-1991 роках - перший секретар Львівського обкому партії) пішов купатися і почав тонуть. Деякі хлопці помітили це і прийшли йому на допомогу. Їх відкачали, тому, як він каже: *«Ви можете просити все, що завгодно, щоб врятувати моє життя. Ваші бажання будуть виконані»*. Перший хлопець попросив велосипед. По-друге, мотоцикл. Третій попросив організувати для нього похорон у греко-католицькому обряді за державний кошт. – Звідки це бажання? – здивувався секретар. *«Розумієте, я*

син Івана Макара (відомого львівського радикала, депутата Верховної Ради 1-го скликання). Якщо він дізнається, кого я врятував, він мене вб'є» [30].

Якось газета «Post-Postup» дуже дотепно пожартувала, повідомивши, що співвласниками журналу «Szpigel» є Василь Шпіцер (мер Львова початку 1990-х) та Іван Зель (відомий правозахисник, заступник голови Львівської обласної ради). Кажуть, Шпіцер дуже сміявся, а Гель образився.

До речі, у Львові критики назвали книгу Івана Геля «На межі культури» «Євангелієм». Після того, як головою Львівської облради став В'ячеслав Чорновіл, а міський голова Львова Богдан Котик і відомий львівський адвокат Зенон Котик, а також колишній дисидент Степан Хмара отримали змінні мандати, львів'яни почали жартувати: «Скоро Львів Обласна рада затвердить новий герб Львівської області. У центрі його буде чорний віл, по боках два kota, а над ним хмара» [30].

Ситуацію у Верховній Раді України оцінювали одночасно з погодою – «то мороз, то хмари» [30].

Після виступу Івана Драча (голова Народного Руху України), який заявив, що росіянам в Україні має бути краще, ніж у Росії, а євреям – краще, ніж в Ізраїлі, з'явився жарт, що відтепер Рух називатиметься Рухель, а Драч змінить своє ім'я на Рухман.

Загалом популярність Руху була настільки великою, що в 1990-1991 роках поширювалася шутка про те, що всі паркани в Україні мали написи, які склалися з трьох літер. Деякі з цих слів включали літери Х і У, а інші закінчувалися на Й. Ці слова були "Рух" і "Цой"

Віктор Цой, який трагічно загинув у 1990 році, був кумиром пізньорадянської молоді, його фанати справді розписували стіни та проходи його ім'ям і гаслами на кшталт "Вітя Цой - ми з тобою". Іноземні туристи здивовано запитували: «А хто такий Цой? Це ваш керівник?»

Антиросійські настрої на Заході України породили чимало анекдотів. Наприклад.

Урок російської літератури у школі у Франкові.

*Вчитель: Ваня, підійди до дошки і розкажи зміст оповідання Івана Сергійовича Тургенєва «Му-му».*

*Іванко: Там був двірник, Герасим звали...*

*Вчитель: Будь ласка, російською.*

*Іванко: Зара... Стривай... А в нього був песик, якого звали Му-Му...*

*Вчитель: Я сказав - російською.*

*Іванко: Ну... Але пані не сподобався той пес. Вона наказала втопити собаку...*

*Вчитель: Я востаннє кажу, розмовляй російською, інакше поставлю трійку!*

*Іванко: Ой, яка ти нетерпляча... Зара буде. Тож Герасим вивів собаку на середину ставка, прив'язав їй камінь на ший, підняв над водою, а вона його тією собачою мовою запитала: ЗА ЧТО? [30].*

*або:*

*— Іване, тобі пора женитися.*

*- На кому?*

*— Хоч би в Гапчиній Марії.*

*- Мені не подобається Марія...*

*— То на Миколовій Галині.*

*— А я не люблю Галю.*

*- Так хто тобі подобається?*

*- Володя...*

*— Тю... Та це ж москаль! [30].*

*або:*

*Чорноморське узбережжя. Відпочивають дві сім'ї - російська та українська. Їхні маленькі п'ятирічні діти граються голяка в піску. Український хлопець придивляється до росіянина: «Мені батьки казали, що українці відрізняються від росіян, але тільки цим!»*

*Або: Гуцул рубає березу і гірко плаче. Другий підходить до нього:*

*- Миколо, чого ти плачеш?*

— *Ой, Іване, як шкода!*  
- *Тільки те, що нарубаєш!*  
— *Та завтра прийде москаль і скаже: ісконно русский лес, ісконно русский край...* [30].

або:

Іде полем гуцул і веде за руку чорного хлопця.

Другий гуцул: *"Іване, хто це?"*

- *«Онук».*

- *"Хлопець Марії?"*

— *«Марійчин!»*

— *А де Марійка?*

- *«Навчається у місті».*

— *Чому він такий чорний?*

— *«Але ж це гарантія, що він не москаль!»* [30].

Початок 1990-х років став періодом, коли тема темношкірих осіла досить актуально в українському суспільстві. Збільшення кількості чорношкірих громадян в Україні не залишилося непоміченим. ЗМІ постійно звертали увагу на те, що ще один представник африканського континенту обрав собі домівку в Україні, відзначаючи його за зайняттям у сфері торгівлі або сільського господарства. З цього приводу також ходили анекдоти.

*Чорний у вишиванці їде у львівському трамваї і читає газету «За вільну Україну». Побачивши це, односельчанин не витримав:*

— *Скажи, ти вмієш читати українською?*

- *Звичайно...*

— *А ви українську розумієте?*

— *Розумію, бо я щирий українець.*

- *Хто я тоді?*

— *Не знаю... Чи то єврей, чи то на москаль* [30].

Інколи останнє речення цього анекдоту звучало інакше: «Не знаю... Здається, це рагуль» (у Львові рагуль — різновид місцевого жлоба).

Або: чорний чоловік у трамваї читає “Советіше Гемлайн” на івриті... Чоловік дивився, дивився на це, а потім питає: “Синку, тобі ще мало того, що ти – негр?” [30].

Або: Здоровенний чоловіча з автоматом у руках заскакує у трамвай, дає чергу понад головами і питає: “А скажіть мені, котра година?” – Негр підводиться і щирою українською говорить: “За п'ятнадцять п'ята, прошу пана”. – Дядько ласкаво поклав руку на плече негрові: “Сідай, синку, я бачу, що ти – не москаль”. [30].

Емоційне напруження, що мало місце в Верховній Раді того часу, викликало появу власних анекдотів.

Степан Хмара просить слова. Спікер відмовляється надати йому право виступу: “*Степане Ільковичу! Ви ж знову будете говорити образливі речі щодо росіян*”. – “*Їй Богу, хочу виступити з приводу екології*”. – “*Добре, виступайте...*” – “*Шановні депутати! Погляньте, що робиться. Ліси повирубували, річки попересихали. Немає де москалів ні вішати, ні топити*”. [30].

Проте визнаним символом епохи став спікер парламенту Іван Плющ, який володів "розкішною" мовою суржику, вживаючи дифтонг "хв" замість букви "ф". Його цитати із засідань Верховної Ради цитували як афоризми. Наприклад, найпопулярнішими його цитатами були: «*Депутат! Депутат! Не пам'ятаю хвалько - той, що в піджаку! Відійди від мікрохвильовки та захопи своє місто*», «*Депутат Заєць! Не стрибайте в коридор!*» і «*Увімкніть мікрохвильову піч у своєму задньому проході*». [30] Більш того, на нараді з представниками президента в регіонах Іван Степанович чесно визнав, що «ситуація в Україні пекельна». Цю цитату відразу опублікували кілька видань. Також Плющеву приписують фразу: «*Хочуть проітовхнути те, що не проітовхується*» [30], яку він сказав в ефірі Радіо Свобода.

В одному анекдоті було поставлено риторичне запитання: «*Як називають людину, яка знає багато мов?*» – «*Поліглот*». — *А як бути з людиною, яка не знає жодної мови?* – «*Іван Плющ*». [30].

Незважаючи на це, Плюша полюбili люди. Більшість жартів про його мовні помилки були м'якими: *«Іване Степановичу! Ви чудово вимовляєте слово «ХВІСТ». Чому ви кажете: «депутат Хвиленко?»»*[30].

Щодо Леоніда Кравчука, то він мав серед людей імідж «хитрого лиса» чи «фарбованого лиса» – усі пам'ятали, як недавній комуністичний ідеолог раптом перетворився на державотворця. Йому не довіряли. Гасло Кравчука «побудова держави» жартівники змінили на «злам держави». Спеціально для Кравчука адаптували анекдот 1960-х років про Анастаса Мікояна. Так само Кравчук виходить з Маріїнського палацу і падає під дощ. Усе навколо нього стало мокрим. А він ні, *«Леоніде Макаровичу! Як ти це зробив?»* – *«А я спокійно, поміж крапель...»* [30]. Початок 1990-х також був періодом масових переселень єврейського населення до Землі Обітованої. Цей процес теж породив багато анекдотів. У Чернівцях, місті з традиційно високим відсотком євреїв, деякий час був популярний жарт:

*«2000 рік, чоловік і жінка бачать у тролейбусі пасажира явно семітської зовнішності.*

*«Миколо, це єврей».*

*- "Це неможливо. Я прочитав у газеті, що всі євреї виїхали».*

*– «Але подивіться, він точно єврей».*

*– «Я ж вам кажу – цього не може бути».*

*— Давай, давай його запитасмо.*

*- Вибачте, ви єврей?*

*– Який я Євген?*

*Я пгидугок!»* [30].

Знову за правління Кравчука переробили старий радянський анекдот часів Брежнєва. Леонід Макарович вирішив перевірити, як живуть його люди в Україні. Він перевдягнувся в простий одяг, вийшов на вулицю і, побачивши в пісочниці маленького хлопчика, запитав: *«Хлопче, де твій тато?»*

*– «Він на своєму мерседесі їхав на роботу».*

*- "А мама?"*

– «А він на своєму Volvo – в салон краси».

— А хто вдома?

- «Бабуся»

- «Тоді скажи їй, що до тебе прийшов Той, Хто приніс таке благополуччя твоєму роду.

Хлопчик (радісно): «Бабуся, бабуся! Дядько Мойша приїхав з Ізраїлю!» [30].

Міжрелігійні конфлікти в Україні породили такий анекдот: корабель затонув в океані, але одному з пасажирів – українцю – дивом вдалося врятуватися. Він доплив до найближчого острова, який виявився безлюдним. За кілька років неподалік проплив корабель. Він побачив острівець, на якому стояли охайний будиночок, стайня, поле та дві церкви. Причалили до острова, знайшли українця і запитали: «Що це за церква? » – «Це церква Різдва Пресвятої Богородиці УГКЦ, де я молюся». - "А тут, друже?" – «А це православ'я, на яке я ногою не ступлю!» [30].

Про новітню історію України пролунав досить гострий жарт: «Назвіть трьох найвидатніших українських діячів». – «Ленін, який проголосив право націй на самовизначення, Сталін, який об'єднав Західну та Східну Україну, і Хрущов, який приєднав Крим до України» [30].

Загалом епоха Кравчука породила поняття «кравчук» – двоколісний візок, яким возили вантажі та заробляли на життя на початку 1990-х. Перші невдачі, що виникли в період незалежності, завжди вражали пам'ять за реплікою Ліни Костенко, яка вже стала своєрідною народною мудрістю: «Безумство: Боже! Безкоштовно!» [30].

Вибори 1994 року та перші роки президентства Леоніда Кучми. Здається, під час виборчої кампанії 1994 року був створений лише один анекдот. Кандидат у президенти Валерій Бабич (народився у місті Броди Львівської області) зустрічається з виборцями. Питання з залу:

"Розкажіть свою біографію!" – «Бачиш, я сам із Броду...»

– «Але ми бачимо, що ви наброд, розкажіть свою біографію».

У той час, як Леоніда Кучму, обрали президентом, він оголосив, що тролейбуси виготовлятимуть на його рідному заводі «Південмаші», люди дали їм прізвисько «кучмовоз» (аналог згаданої кравчучки). Так само у Львові акуратні та зручні сміттєві баки нового зразка, встановлені за розпорядженням нового міського голови Василя Куйбіди, одразу отримали прізвисько «куйбідончики».

В перший період правління Кучми особливо щасливою стала ситуація для голови його адміністрації, Дмитра Табачника. Громадяни не особливо схвалювали Табачника, розглядаючи його як новачка. Цей образ закріпився через негативну пресу та виступи депутатів. Люди жартували: *«Ким працює Леонід Кучма? Президент в адміністрації Дмитра Табачника».*

Епіграми, такі як:

*Живуть в Україні як дачники,  
Держави, які нехтують суттю.  
Сьогодні там Табачники бігають,  
Де має бути Тютюнникам. [30].*

Після відставки Табачника у грудні 1996 року загальний інтерес до нього зменшився. Замість цього, з'явилися нові анекдоти з новими сюжетами.

Після ухвалення Конституції у 1996 році, почали розповідати жарти: *«Чим відрізняється Конституція України від Конституції США?». – «Конституція України гарантує свободу зборів, слова, зборів, демонстрацій, а Конституція США гарантує свободу після зборів, після виступів, після мітингів, після демонстрацій».*

Коли трапилася подія вбивства Євгена Щербані восени 1996 року – та інші (сумні) анекдоти. *Похорон Євгена Щербаня. Олександр Волков підходить до труни, нахилиється, цілує покійного в лоб і кладе в труну сто доларів. Підходить Григорій Суркіс. Кланяється, цілує, кладе сто доларів Вадим Рабінович підходить. Він кланяється, цілує її, виписує чек на триста доларів, кладе його в труну і бере двісті здачі.[30]*

*Леонід Кучма виступає під час похорону Євгена Щербаня.*

*«Товариші! Сьогодні вбили нашого побратима Євгена Щербаня...»*

*– Голос із натовпу: «Як ви думаєте, кого вони вбили?»*

*– Кучма Павлу Лазаренку: «Павле Івановичу, поясніть своєму товаришу». – Лазаренко: «Кого треба, того й вбили»[30]*

Приїзд команди з Дніпропетровська до Києва обернувся черговим жартом. *«Історія Вітчизни поділяється на допетровську, післяпетровську та дніпропетровську».*

*“Птахи гнізда дніпропетрова”*

*Під час прийому на роботу:*

*- Кілька слів про вашу біографію.*

*- Народився я у Дніпропетровську.*

*- Ну, знаєте, тільки не треба нас залякувати. [30].*

Кандидат на державну посаду проходить комісію.

*- Ви народилися у Дніпропетровську?*

*- Ні, у Києві.*

*- А може, ваша дружина із Дніпропетровська?*

*- Ні, з Житомира.*

*- А у Києві ви де мешкаєте?*

*- На вулиці Дніпропетровській.*

*- Чого ж ви одразу не сказали? Вас зараховано [30].*

Тоді ж був записаний анекдот про Кучму, який теж вирішив бути ближче до людей. Кучма хотів їздити на власній машині. Вийшов із воріт і «поцілував» перший ліпший «Мерседес». Звідти вискочив «крутий хлопець» і підійшов просто до машини президента, сказавши: *«Чоловіче, ти прийшов!»*. Прийшов, подивився — і відразу повернувся — блідий, як смерть. «Брати» його питають: *«Ну і що?»* - *"Хлопці, я не знаю, хто іде в авто, але за кермом - сам Кучма!"* [30].

Або: *Кучма вирішив поїхати на метро. Не вийшло – його лімузин не пройшов через турнікети [30].*

В устах людей часто звучали вірші, які, можливо, спочатку мали конкретних авторів, але з часом ставали народним надбанням. Водночас не обійшлося без жартів і про опозицію. Блок «Наша Україна» оголосив конкурс на найкращу Моніку Левінську для Ющенка – аби довести, що опозиція хоч щось може.

*11 вересня 2002 року Ющенко врізався на дельтаплані в купол Верховної Ради. Коли його витягли з-під купи битого скла, він розповів, що рік тому вирішив повторити хід арабських терористів. Усі поставилися з розумінням: яка опозиція, такий теракт.*

Перефразований анекдот із циклу про Штірліца. *Опозиціонери вчетверте увірвалися в Адміністрацію президента, підійшли до дверей на четвертому поверсі і рішуче їх вибили. З-за дверей почувся голос Кучми: "Хто там?" – «Це ми, демократична опозиція!» - "Що тобі потрібно?" – «Ми прийшли до Леоніда Кучми вимагати його дострокової відставки» – «А тепер його немає!» Опозиція розвернулася і пішла. Так злочинний режим обдурило український народ і демократичну опозицію! [30].*

Це, звичайно, лише невеликий пласт народної творчості останнього десятиліття ХХ століття. Наразі ми можемо розглядати зібрані анекдоти як зразок ставлення людей до своїх лідерів. Анекдоти можуть відображати справжні настрої суспільства краще, ніж будь-яка статистика чи документи, і можуть бути таким же документом дня, як політичні меморандуми чи партійні заяви.

## **2.2. Сучасні візуально - вербальні комічні тексти**

Серед сучасних візуальних практик чимале місце відводиться креалізованим текстам. Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається з двох різнорідних частин: вербальної (мовної / мовленнєвої) і невербальної (візуальної). Письмова комунікація розпочалася ще з наскального живопису, зі спілкування за допомогою образотворчого ряду. Надалі відбувається процес розділення візуальної та вербальної комунікації,

шляхом створення образотворчого мистецтва та різних лінгвістичних систем. Проте взаємодія вербального та образотворчого начал продовжується у різноманітних формах. У ХХ-ХХІ століттях представлено багато форм креолізованих текстів, таких як плакати, афіші, комікси, реклама, дослідженню яких приділено недостатньо уваги в сучасній культурологічній та фольклористичній думці. Ці тексти набувають своєї популярності завдяки лаконічній формі та швидкому поширенню в інтернеті.

На матеріалі інтернет-мемів розглянемо візуально-вербальні комічні тексти. Вчені мають різні погляди на інтернет-меми. Перш за все, вони розглядають їх як з лінгвістичної точки зору, так і з точки зору культури. Проблемі інтернет-мемів як феномену сучасних комунікаційних процесів присвячені у своїх дослідженнях В. Борисенко, З. Денисюк, О. Дзюбіна, Н. Лисюк, Л. Найдьонова, В. Неклесова, І. Мариненко, Т. Пода, І. В. О. Чернікова та ін.

Т. Пода вказує, що мем може бути розглянутий як "будь-яка концепція, символ, діяльність або зображення, яке передається від особи до особи свідомо або несвідомо, використовуючи міміку, жести, відео, мову та інше".

Це означає, що меми — це культурна інформація, яка в результаті передачі від людини до людини стає соціальним явищем. Тому під терміном мем ми розуміємо певну семантичну одиницю, яка здатна передавати інформацію та відображати емоційні реакції під час спілкування. Інформаційний зміст кожного мема впливає на ймовірність його копіювання. Основна мета мему – пробудити емоції в повідомленні, що суттєво вплине на його запам'ятовування та розповсюдження, адже саме емоційне забарвлення підкреслює зміст повідомлення.

На окрему увагу заслуговують інтернет-меми – лаконічні емоційні повідомлення, які часто є способом передачі інформації, здатні відтворити основний зміст і визначити важливість теми. Це означає, що в широкому розумінні мем — це механізм, здатний стисло й концентровано передавати й зберігати інформацію.

У суспільстві, де інформація має велике значення, поширення мемів через блоги, чати, форуми, рекламу, телебачення та у мові мільйонів людей стає важливим складником формування громадської думки. Це явище можна охарактеризувати як соціокультурний феномен, який впливає на розвиток суспільства. [6, с.

За думкою В. Неклесової, меми представляють собою сферу загальнокультурних уявлень, вони служать інструментами формування соціальної ідентичності та дозволяють передати складні концепції у вигляді коротких фраз, мелодій або зображень. Велика кількість поширених неоднозначних символів призвела до еволюції мемів у допоміжну мову. Мем адаптований користувачами до прийнятної (на їхню думку, дуже вдалої) пропорції основної та творчої частин [26, с.210].

О. Чернікова стверджує, що мем можна розглядати як знак мови та складову семіотичної системи, тобто код. Сприйняття мему залежить від реципієнта, його глибина та повнота. Для більшості мемів ключовим для розуміння є відповідність теми конкретній ситуації. Серед інтернет-користувачів особливо популярні "ностальгічні" меми, які з часом можуть стати незрозумілими наступним поколінням. [43, с.152].

О. Дзюбіна наголошує, що інтернет-меми «дозволяють не тільки створювати контент, але й подавати інформацію в максимально стислій формі і часто без необхідності використання навіть вербальних засобів» [12, с.149].

Суть існування мемів О. Дей називає «прецедентом»: майже всі вони є прецедентними феноменами, будучи певними кліше, вирізьбленими рамками та відсилаючи до певного культурного контексту (подій, явищ). Отже, меми в стислому вигляді здатні передавати інформацію про оригінальний текст або цілу культурно-історичну подію та мають особливий тип конотації, наявність якої дає можливість реципієнту ідентифікувати прецедентний феномен» [10, с. . 7]. Загалом вчені згодні, що меми виступають як ключові складові публічного дискурсу та соціальних практик, що розкривають специфіку культури та соціальні впливи колективної комунікації в Інтернеті. Основною

особливістю інтернет-мемів є те, що вони є не відокремленими від повсякденних подій, що означає їхню спроможність особливим чином передавати інформацію про конкретні історичні або культурні події. Оскільки найбільша група користувачів соцмереж — це молодь, природно, що меми — це відображення молодості, субкультури. Через «вірусність» і надмірну емоційність їх іноді ототожнюють зі сленгом.

О. Дзюбіна правильно відзначає, що чим більш емоційний мем, тим легше ми його сприймаємо і менш критично ставимося до нього. В основному, меми не містять корисної інформації. Проте їхня провокативна природа сприяє стимулюванню спілкування. Оскільки меми часто є порожніми і безформними, вони відкривають широкі можливості для індивідуального тлумачення і додаткового "наповнення" змістом. [11, с. 375].

Інтернет-меми, які представляють конкретні та метафоричні ідеї через текст, зображення та відео, також можуть мати форму фреймів, виражених ключовими словами, фоновими фразами, стереотипними зображеннями, іншими джерелами інформації та, зрештою, структурою контенту. Мем може стати своєрідним втіленням і «скелетом» певної когнітивної схеми, яка допомагає певним чином зрозуміти інформацію, впливаючи на кодування і декодування повідомлення [7]. Інтернет-меми швидкоплинні в часі, оскільки не вимагають тривалого розуміння. Якщо подія повториться, інтернет-меми можуть з'явитися в новому тлумаченні, але з меншою інтенсивністю.

Інтернет-меми можна створювати за допомогою різних знакових систем — як у вигляді певного тексту, так і у вигляді зображення. Переважна більшість інтернет-мемів — це тексти, які мають знаки граматичної інверсії для слів, фраз або частин, але в Інтернет-комунікації текстові Інтернет-меми створюються з великою кількістю результатів [2]. Для зображення часто використовується зображення, кадр з фільму, мультфільму, графічного мультфільму, мультфільму, жаби тощо.

О. Чернікова поділяє меми на: вербальні, невербальні (візуальні (фото- та відеомеми), аудіо, жести), комплексні (поєднання двох і більше видів) [43].

О. Дзюбіна виділяє дві групи інтернет-мемів: креолізовані мему (поєднання вербальних і візуальних елементів) і текстові мему (мему-слова, мемо-фрази, мемо-фрази). Креолізовані інтернет-мему, за рецептом вченого, в деяких випадках дають основу для створення впізнаваної фрази, яка згодом стає текстовим інтернет-мемом і легко цитується в соціальній мережі без креолізації [12, с.149].

Інтернет-мему, що містять певну інформацію, яка спонтанно набула популярності та надсилає повідомлення, які викликають прийняття вмісту, плутаючи вміст у старомодне повідомлення. Кінцевим результатом інтернет-мему є відтворюваність, єдність елементів, їх неподільність і цілісність, що створює слово, фразу, текст. Як зазначає Т. Пода, «сенса Інтернету можна формулювати та змінювати під час його створення» Ідею, яка народилася в інтернет-мемі, можна вважати різною.Рішення (ефект) інтернет-мему стає незалежним, впливає на розуміння та інтерпретацію вихідного повідомлення (аргументів) і захоплює його» [31, с.120]. Тому що інтернет-мем стає не черговою інформацією, а лише тією, до якої користувачі залишаються байдужими. Це означає, що для появи певного мему існує підґрунтя, пов'язане з реальними явищами суспільного життя, що сприяє розширенню та розумінню його значення. У зв'язку з триваючим повномасштабним вторгненням Росії в Україну протягом понад двох років, швидкість зміни подій і новин в мережі породжує велику кількість мемів. Наприклад, горлівського окупанта за його потворний зовнішній вигляд прозвали Чмон, що й стало приводом для останньої замітки в Інтернеті (рис.2.1).



Рис. 2.1. Мем Чмоня

Креолізація часто характеризує особу, предмет або момент, що стає об'єктом мему, додаючи йому комічного або навіть іронічного емоційного забарвлення та вираження певної прагматики [2]. Зовнішня схожість голови Європейської ради Шарля Мішеля, прем'єр-міністра України Дениса Шмигала та міністра оборони України Олексія Резнікова надихнула українців на створення серії мемів. Резніков відредагував фотографію Мішеля та Шмигала, зроблену під час візиту європейського політика до Одеси. Іміджевий мем став джерелом однослівних мемів, створених із часто плутаних назв: Черкаси – Чернігів – Чернівці: балаклава – бакалія – Балаклія; Корець – Кшемінець – Крупець; Саксаганського–Сагайдачного; Австрія - Австралія тощо.

Бавоняні меми (рис. 2.2) висміюють те, як російські ЗМІ називають вибух ватної кульки. Це гра слів, пов'язаних із бомбардуваннями і рослинами. Тому вибухи в Росії та на території окупованого Криму під час російсько-української війни стали саркастично називати бавовною.



## Рис. 2.2. Мем про бавовну, автор Олена Павлова

Меми можуть змінюватися, об'єднуватися та розділятися, у результаті чого утворюються нові меми. Мем, що складається з одного слова «бавовна», швидко став частиною слогану: «Цей ранок виявився дуже хорошим, тому що він почався з новин про бавовну». З Днем бавовни в Криму; Вранці 20 серпня до Криму знову прибула бавовна; За новим правописом правильно Бавноград; Спочатку вона приїхала до Севастополя, потім до Євпаторії та Бахчисарая.

Багато мемів використовують візуальну аналогію між квіткою бавовни та хмарою диму, яка утворюється від вибуху. Здатність інтернет-мемів до інтернаціоналізації підсилює їх комунікативну значущість. Мем "Bavovna" швидко розповсюджується в англomовному сегменті Інтернету у рамках кампанії підтримки України в війні. Інтернет-меми часто можуть змінювати свій початковий вигляд, щоразу створюючи нові варіанти. Тому меми про бавовну як загадкові вибухи стали джерелом мемів про куріння та його наслідки: Гарячі путівки до Криму; порушення вимог пожежної безпеки в аеропорту поблизу Новофедорівки; Майор Сігаретов викурич чергову пачку Гімалборо і так далі. Лексема паляниця стала мемом у перші тижні широкомасштабного вторгнення Росії в Україну. Це слово важко вимовляти іноземцям, особливо росіянам, що пов'язано з фонетичними особливостями української мови. Тому його почали використовувати як своєрідний код, що відрізняє російських окупантів від українських. Після того, як багато росіян вимовляли слово «полуниця» замість «паляниця», це стало мемом у соцмережах (рис. 2.3): в «Укрзалізниці» була з собою паляниця, пасажир говорив дурниці; У магазині біля Укрзалізниці продають кропивницькі млинці з полуницею; пароль - паляниця, відгук - лепетало дурниці теля.



Рис. 2.3. Мемі про Пяляницю, автор Олена Павлова

Інтернет заповнили мемі, пов'язані з проектом «Байрактар Луду», коли фонд Сергія Притули на зібрані 600 млн грн придбав супутник: Супутник здорової людини; Усі, хто не встиг, можуть додати до свого CV запис «досвід роботи в космічній галузі»; Слухай, мої 20 гривень туди йдуть, на це я розраховував; І цей супутник бачить мою супутницю життя?; А поляки та литовці вже почали збирати гроші на супутник? і т.д.

Після тривалої перерви, викликані війною, прес-служба ресторану McDonald's оголосила про відновлення роботи в Україні. Ця новина стала джерелом багатьох мемів і постів на цю тему: В Україні, на відміну від Росії, відкривається Макдональдс, тому що можна навіть їсти картоплю фрі; McDonald's просто заохочує киян подорожувати. Наприклад, на лівий берег; Макдональдс завтра буде відкритий. Я влаштуюся на роботу в Glovo, стану мільйонером; McDonald's відкриває ресторани на Лівому березі, бо хоче розвивати в Україні внутрішній туризм; Повернули мак, повернемо і Крим. Автори мемів найчастіше невідомі, хоча іноді відомі люди створюють їх ненавмисно. Український політик і блогер Віталій Чепинога миттєво відреагував на заявку України на вступ до НАТО: НАТО вишивало мені сорочку; Мій дорогий НАТО, ти погано спав минулої ночі; Чорнобривці посадили НАТО; Хочу дівчину запитати, чи було вчора НАТО, а раз-два...; Вишневий сад НАТО; І буде син, і буде НАТО, і будуть люди на землі. Тому читачі одразу підхопили ідею, яка стала джерелом багатьох текстових мемів: My family NATO; Була атака НАТО з баром Highmars; Вишневий сад майже в

НАТО; Моя перевага в НАТО – я першим зустрічаю ворога; Шукайте червону вулицю біля НАТО; Фаворити не люблять - НАТО все ближче.

Отже, у контексті медіадискурсу мем можна розглядати як ідеологічний елемент, який, подібно до вірусу, зазнає мутацій та реплікації під час передачі від одного користувача до іншого. Поширення певної ідеології в суспільстві за допомогою мемів має на меті не лише зміну, а й збереження конкретних соціальних цінностей і принципів, які сприяють гармонійному співіснуванню людей у визначеній соціальній групі. Згідно з висловлюванням словенського психоаналітика, культуролога та соціолога С. Жижека в книзі «25 піднесених об'єктів ідеології»: «Ідеологія — це не уявна ілюзія, яку ми будуємо, щоб уникнути неприйнятної реальності; це фантазійний конструкт, який служить опорою для самої «реальності» [36].

Оскільки меми є результатом інтерпретації подій, що відбуваються в суспільстві, компонентами гіперреальності, які підсвідомо створює людина, ці медіа-елементи є важливим засобом поширення ідеології в конкретній соціальній групі. Це дає підстави стверджувати, що меми відіграють роль ідеологів у політичному дискурсі, значення яких не обмежується, а змінюється відповідно до політичної прагматики. Активне використання мемів ідеологами стає ефективним інструментом впливу на суспільну свідомість. Меми, завдяки своїй лаконічності, візуальності та легкій запам'ятовуваності, створюють ілюзію розуміння, незважаючи на семантичні та емоційні аспекти. Проте сприйняття мемів-ідеологем може бути різним для різних отримувачів. Це протиріччя в інтерпретації мемів пояснюється тим, що вони є сильними складовими цифрової культури, що передають інформацію, однак, водночас, вони можуть обмежувати спосіб, яким люди сприймають та розуміють реальність. Однією з головних причин цього є структура соціальних мереж, на яких часто поширюються меми. Платформи, такі як Facebook, Instagram і Twitter, мають свою власну стратегію привернення уваги аудиторії, що впливає на процес створення, поширення та трансформації відеомемів в Інтернеті. Після того, як 25 січня 2017 року Трамп підписав виконавчий указ

про покращення безпеки кордону та імміграційного контролю, який мав на меті просувати одну з ключових рекламних кампаній Трампа щодо покращення безпеки кордону через будівництво стіни, що фінансується федеральним бюджетом для будівництва вздовж кордону США з Мексикою, меми про цю подію були поширені в Інтернеті (рис. 2.4-2.6).

Ми вважаємо, що ці інтернет-меми у рамках політичного дискурсу мають риси соціально-політичної спрямованості, хоча вони не були створені конкретною політичною силою, а з'явилися спочатку на анонімних інтернет-форумах. Меми, які стосуються стіни з Мексикою, частково насміхаються над указом, підписаним Д. Трампом, проте вони не відкрито підтримують представників Демократичної партії США, більшість з яких виступають проти таких ініціатив. Проте, зміст цих мемів чітко відображає протест, організований як демократами, так і деякими республіканцями у 2017 році.



Рис.2.4-2.6. Меми на стіну Трампа із Мексикою

Отже, передача мемів та їх відтворення є одним з прикладів трансформації глобальної масової культури в електронний формат. Частіше гуманісти висловлюють думку про необхідність вивчення основ сучасної масової інформаційної культури ХХІ століття, яка, за їхніми словами, замінює масову культуру ХХ століття.

I. Дацкевич описує новий тип масової культури, який виник внаслідок глобальної електронної цивілізації, який він називає "культурою коментарів". Він підкреслює, що головною загрозою для цього типу культури є відсутність індивідуальної волі та відмова від рефлексивного сприйняття: "У суспільстві інформації люди не завжди відчують необхідність в мисленні та розумінні навколишнього світу, оскільки інформація накладена на них ззовні". Він також зазначає, що людей часто бачать як готові шаблони для взаємодії, і вони стають об'єктами маніпуляції у цьому світі. Функціонування мемів у масовій культурі та їх вірусне поширення відбувається за двома шляхами: через рекламу та адаптацію до різних культурних контекстів, гібридизацію та інші процеси.

Сьогодні відомо, що в епоху інформації влада належить тому, хто має свій мем [57]. Український медіадослідник Л.Ороховська слушно зауважує, що «ті, хто володіє ЗМІ та приймає рішення, створюють знання про суспільство і для суспільства» [29, с.136].

З появою нових медіа, таких як Інтернет та мобільний зв'язок, правила поширення інформації у суспільстві зазнали змін. Замість "вертикальної комунікації" тепер використовується "горизонтальна комунікація", а також впроваджено принцип "вірусності" у поширенні інформації. Проте залишилися принципи масовості, стереотипності та тиражування культурних артефактів як інструменти впливу.

Культурні індустрії створюють шаблони або використовують вже існуючі, а використання шаблонних мемів допомагає перетворити світ – наше спільне минуле, новини, традиції – на готовий до використання інформаційний продукт. Інтернет-меми можна порівняти з кольоровими фрагментами мозаїки, які вписуються у загальне зображення. Вони не лише привертають увагу до певних подій в потоці інформації, але й надають їм новий контекст і сприйняття. Завдяки інтернет-мемам, люди можуть краще запам'ятовувати та сприймати отриману інформацію, яка іноді може бути більш ефективною, ніж та, що походить від "офіційних джерел". Такі меми схожі на плітки, які можуть

здатися неповними, але при цьому вони зазвичай мають більшу вагу в сприйнятті громадськістю. Вважаємо, що важливу роль в інформуванні громадськості про зміст підписаного наказу зіграло фактичне поширення цих мемів в мережі Інтернет та охоплення широкої аудиторії. Це призвело до подальшого тиражування подібних мемів в Інтернеті.

Наведений аналіз показав, що інтернет-меми характеризуються повторюваністю, цілісністю елементів, можливістю взаємної зміни та комбінування. Емоційність як основний фактор цієї одиниці спілкування сприяє швидкому її сприйняттю та запам'ятовуванню. Здатність відобразити події суспільно-політичного життя України та швидко поширюватися в Інтернеті підкреслює, що меми відіграють як комунікативну, так і соціальну роль у просторі соціальних мереж є доказом того, що Інтернет-спілкування є невід'ємною рисою сучасного міжособистісного спілкування, тому заслуговують детального наукового дослідження.

### **2.3 Тік-ток аудіо-візуальна форма комічного**

Мовний аналіз вербальних мемів з Тік-току показав, що найчастіше вживається українська (63,2%), англійська та російська – 18,1% та 8,8% відповідно. Також у мемах присутні літери на суржику (1,6%) та російськомовні записи в українській графіці (5,2%), що, з одного боку, відображає окреслення етнокультурних кодів (реалізація архетипної опозиції «свій» – чужий»), а з іншого боку є жартівливо-саркастичним прийомом. Рідше зустрічається змішування різних мов (російська+українська, українська+англійська тощо), частка якого в нашій вибірці становить 3,1%.

При визначенні категорії «рівноправне спілкування» ми використали типологію С. Фідлера [51, с. 23].

У нашій вибірці найчастіше зустрічаються пряме спілкування (38%) – це підпис зверху чи знизу; екстра (38%) – текст розміщено довільно або з прив'язкою до певного зображеного об'єкта (рис. 2.7, 2.8).



Рис. 2.7-2.8 [36]

Рідше зустрічається внутрішня комунікація – це хмари думок (24%), це надає сучасним мемам лійні класичної карикатури, часто використовують гротескні прийоми, гіперболізацію (рис. 2.9-2.11)



Рис. 2.9-2.11 [36]

Формальна категорія «тематичний напрямок» включає 5 підкатегорій: культурну, соціальну, економічну, політичну, військову. Домінування мемів військової спрямованості у реаліті війни (50,6%) було цілком очікуваним. Подібні меми описували подвиги та досягнення української армії, серед яких значна частина була про генерала В. Залужного (рис. 2.12), невдачі та

некомпетентність російського війська і російського військового керівництва (рис. 2.13), включаючи мобілізаційні, військово-технічні аспекти ведення війни (рис. 3.9) тощо.



Рис. 2.12-2.14 [36]

На другому місці – соціальна тема (15,8%). Це меми про волонтерську діяльність як окремих осіб, так і великих волонтерських організацій (рис. 2.15), життєві проблеми під час авіанальотів та відключень світла (рис. 2.16).



Рис. 2.15-2.16[36]

Політичні меми (14,6%) зазвичай фокусувалися на представниках політичного світу та їхній реакції на війну або сатиричне висміювання політичних режимів (рис. 2.17). Культурні меми мали передбачувано низький

відсоток (5,7%), але вони також мали військове підґрунтя: ці меми сатирично зображували реакцію країни-агресора на перемогу України на пісенному конкурсі «Євробачення-2022» (рис. 2.18).



Рис. 2.17-2.19 [36]

Незважаючи на важку економічну ситуацію в країні, спричинену війною, мемів, присвячених цій темі, було мало (2,5%). Найчастіше це меми, що описують тривіальні економічні проблеми домогосподарств, наприклад, зростання цін на продукти (рис. 2.19) або зміни курсу валют.

10,8% мемів не вдалося ідентифікувати через певну тематику, тому вони були позначені як «інші».

Аналіз мемів за формальними категоріями показав, що найбільш поширені меми військового характеру з'являються в соціальних мережах і містять вербальний компонент української мови на безпосередньому рівні спілкування або у вигляді вставки з текстом.



Рис. 2.20-2.21 [36]

Повне вторгнення вплинуло на рівень самоцензури серед населення, зробивши тему війни більш прийнятною та менш обмеженою. Цей ефект стає очевидним, якщо звернути увагу на те, що не лише соціальні мережі, які відзначалися відсутністю мовних обмежень порівняно з традиційними ЗМІ, але й телевізійні програми та реклама відтепер допускають більшу вільність у висловлюванні.

Таким чином, аналіз категорій форми та змісту мемів про російсько-українську війну дозволив визначити такі функції мемів: розважальна (мами супроводжуються анекдотами, сатирою), антистресова (спосіб колективного подолання стресу), у відповідь на негативні ситуації, де гумор служить для посилення їх ефекту), експресивний (мем передає емоційно-оцінні значення), прагматичний (чітко виражає ставлення до презентованого об'єкта), етнічний та ідентифікаційний (свій/український – чужий/російський), епістемологічні (збір і передача культурних значень, соціального досвіду, цінностей), колективні зобов'язання (мем заохочує до участі, часто анонімно, для сприяння розваг, які іноді перетворюються на флешмоб).

Ще під час пандемії американські психологи виявили, що меми допомагають справлятися зі стресом – після перегляду смішних картинок люди почуваються спокійніше та ситіше. Також зростає їхня віра у можливість перемогти Covid. Можна з упевненістю сказати, що це стосується і теми війни. Меми перших днів війни – це меми людського опору та мужності: «конотопська відьма», «зерна в кишенях окупантів», «гопники віджали БТР», «Рома віджала танк».

Перші дні після 24 лютого були сповнені хаосу, як поводитися в умовах великомасштабної війни, як далеко зайдуть росіяни і наскільки ефективною буде оборона країни збройними силами.

Те, що баталії точаться і в інформаційному просторі, з'ясувалося швидко-вже в перші дні в мережі з'явилися сотні кумедних мемів і карикатур, які множилися і поширювалися в геометричній прогресії. Поки велика кількість людей займалася «думскролінгом» (постійним читанням новин з поля бою),

інші почали ділитися першими думками на цю тему. Це можна назвати нашою лінією психологічного опору, тому що росія, як терористична держава, перш за все намагалася зламати волю українців до боротьби.

Тим паче, що приклади героїчного опору українців російській навалі додали поштовху, настрою та натхнення. Уже коли почали з'являтися перші новини про стягування російських військ до кордонів України, люди почали хвилюватися, але при цьому активно жартували.

Всі пам'ятають, як на Херсонщині роми викрали техніку окупантів на тракторі? Як київські гопники з Оболоні під час спроби облоги міста напали на диверсійну групу та "віджали" їхній БТР.



Рис. 2.22-2.24 (Ілюстрації Дарії Луцишиної) [36].

Про конотопську відьму, яка проклінала «причинне місце» російських солдатів, згадали навіть в американському ток-шоу.

Відео про те, як звичайний українець із сигаретою в роті голими руками переставляв міну до невеличкого придорожного гаю, «порвало мережу».



Рис. 2.25. [36].

В окупованому росіянами Генічеську популярний мем створила жінка, яка звернулася до російського окупанта:



Рис.2.26 [36].

*«Ви прийшли на нашу землю? Якого біса ти прийшов? Поклади насіння в кишеню, щоб, коли ти помреш, вирости соняшники».*

Не можна не згадати героїчного керівника Укрпошти, який збив літак – і легенду про киянку, яка збила дрон банкою з консервами.



Рис. 2.27. Менеджер "Укрпошти", який збив літак — Сергій Чижиков (Ілюстрація Сашка Даниленка) [36].

Неважливо, чи всі ці меми правдиві, але вони допомогли людям пережити перші страшні часи і не збожеволіти.

Меми про героїчний опір: "добрий вечір, ми з України", "російський військовий корабель", півень з Бородянки «Добрий вечір, ми з України!»

Сингл PROBASS Δ HARDI вже вийшов у жовтні 2021 року, але після повномасштабного вторгнення Росії в Україну став вірусним у ТікТок. Саме цю фразу, яка стала мемом, сказав під час виступу в США вокаліст українського гурту «ДахаБраха» Марк Галаневич, і саме цим реченням почав голова Миколаївської обласної державної адміністрації Віталій Кім. його відеозвернення.

Доріжка стала символом незламності, і цю фразу стали озвучувати на зборах, її друкують на марках.

На даний момент сингл має понад 17 мільйонів переглядів на YouTube і 832 000 відео, знятих з його звуком на ТікТок.



Рис. 2.28. [36].

*"Русській військовий корабель, іди на\*уй"*

Так відповів прикордонник Роман Грибов на пропозицію російських окупантів скласти зброю під час бою за острів Зміїний 24 лютого 2022 року. Ці слова блискавично поширилися серед українців і стали чи не найпопулярнішим мемом часів війни — цей вислів друкували на білбордах, одязі та писали в описах особистих сторінок у соцмережах. За два місяці крейсер «Москва», який загрожував захисникам Зміїного, був потоплений українськими ракетами, а автор фрази про це отримав звання Героя України.



Рис.2.30. Марка Укрпошти "Русській військовий корабель, іди...". Фото: Укрпошта [46].

Керамічний півник з Бородянки

Півень, який виготовлений на майоліковому заводі у Василькові, став символом стійкості українського народу після того, як фотограф Єлизавета Серватинська з «Суспільного» опублікувала знімок збереженої кухонної шафи на стіні будинку, що був пошкоджений авіаційною бомбою..

Цей панельний будинок знаходиться біля в'їзду в Бородянку, і коли в нього влучила авіабомба, в нього завалився весь під'їзд – усі поверхи з першого по п'ятий. А ось кухонний гарнітур однієї квартири міцно прив'язаний до стіни – і в ньому незламний півень.



Рис.2.31. Олександр Грехов. Фото Зеленського з Джонсоном: Associated Press. Оригінальне фото шафки з півником: Єлизавета Серватинська / Суспільне, Бородянка, 6 квітня, 2022. [46].

Меми про зброю: "Хаймарс", "Джавеліни", Чорнобаївка, лендліз, "Байрактарс", «Куріть там, де вас ще немає».

В інші часи такими назвами оперували б тільки високоспеціалізовані люди, а зараз навіть діти знають, що таке «Байрактар» і «Джавелін». У цьому переліку є й знамените село Чорнобаївка, яке відоме як місце неминучого розгрому російських окупантів, «запозичення» мрії у США, а також «закурювання» російських військових об'єктів – саме через куріння у невідповідних місцях знищується стратегічне озброєння держави-агресора, принаймні за її офіційними повідомленнями. Тому в одному зі своїх відео президент Зеленський звернувся до окупантів «зрозумілою для них мовою»:

*«Кинь палити будь-де. Куріть там, де раніше не попало».*



Рис.2.32. [46].

Аделіна-Джавеліна та Артур-Байрактар: як незвично називають дітей на Вінниччині та Архангел з Джавеліном та інші сюжети війни в ілюстраціях львівського художника-іконописця.

*Мем "Вообще не хочу уезжать из Крыма"*

До списку цікавих мемів можна віднести аудіовізуальний мем "Вообще не хочу уезжать из Крыма, из Алушты", адже кількість пісень, створених на слова цієї росіянки, зашкалює.



Рис.2.33. [46].

Рюмсаючи, громадянка росії Светлана Логінова розповідає на камеру, що вона виїжджає з Криму після вибухів у Новофедорівці. З її монологу слідує, що в Криму було так добре, а тепер, на жаль, доведеться їхати до себе в росію.

Про меми, які створюють про "нещастя" Светлани, можна сказати одне — душевно, по-домашньому.

Меми про волонтерство: Сергій Притула, Тарас Чмут, меми про волонтерів та українців, які донатять на ЗСУ

Українці, які гуртом збирають на "Байрактари" й супутники, перевернули уявлення світу про волонтерство. Величезні збори часто закриваються малими сумами, які надсилає велика кількість людей — так народилася аксіома-мем, що "не існує малого донату".

Важливу роль у створенні культури волонтерства для ЗСУ відіграв військовий аналітик, учасник війни й голова фонду "Повернись живим" Тарас Чмут. Спочатку спонтанні, а згодом регулярні розмови у Twitter за його участі під назвою "Фронтowa поплава" стали осередком генерації нових навколовоєнних мемів.

Не лишаємо без відповіді головне питання — що по русні?



Рис.2.34. [46]. "Цей день настав"

Ці слова, які стали популярним мемом, вимовляє телеведучий, блогер і волонтер Сергій Притула перед оголошенням нового податку чи закупівлі зброї для української армії. Необмежений простір для створення мемів.

Мовні неологізми українців: «могилізація», «бавовна», «мопеди», «бледи́на»

Українці творчо борються з російською дезінформаційною машиною, придумуючи нові слова чи вживаючи традиційні слова в новому сенсі. І цим вони вводять в ступор російських коментаторів.

«Могілізація» російських солдатів замість «мобілізації» всім відома «вата», яка з'явилася як автоматичний переклад російського слова «поп», яким вони називають вибухи. Також «мопеди» зневажливо відгукуються про дрони «Шахед» іранського виробництва, які використовуються в Росії — просто тому, що вони звучать як старий мопед.

Мрія кожного українця, щоб у 2024 році ви мали думати про меми про перемогу України.

Отже, можна зробити висновок, що інтернет-меми, як сконцентровані структурні комунікативні одиниці цифрового середовища, мають значний політико-ідеологічний потенціал. Цей потенціал виникає з їх експресивності, актуальності, можливості вільного використання мовних засобів та гумористичного підтексту.

Розкодування цих елементів відбувається на основі особистого досвіду автора мема, його світогляду та загальних знань. Інтернет-меми впливають на свідомість людей, відображаючи їхні погляди на різні аспекти реальності і можуть слугувати інструментом пропаганди різних явищ. Навіть при тому, що поширення мемів через соціальні мережі відбувається швидко і вірусно, вони здатні зазнавати змін і втрачати свою первинну семантику.

Більшість мемів включають у себе вербальну складову, тому їхні функції схожі на функції мови. Вербальні та візуальні аспекти креолізованих мемів не взаємодіють конфліктно, а скоріше доповнюють один одного, що призводить до збагачення інтернет-мемів новими значеннями.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, проаналізувавши анекдоти ХХ ст. можна дійти висновку, що всі вони носили явне політичне підґрунтя, в них висміювалися радянські керівники та політичний устрій. Незначна частина анекдотів того часу була присвячена національному питанню.

У ХХІ столітті жанр анекдоту збагатився вербально-візуальними гумористичними текстами - неоанекдотами- це назва сучасних видів анекдоту (меми, рілс, тік-Ток) тощо.

Наразі, можна дійти висновку, що лексичні ресурси українських політичних інтернет-мемів досить різноманітні. Реалізувати функцію впливу на реципієнта допомагає нейтральна термінологія, спеціальна політична термінологія, розмовна лексика (сленгізми), використання імен політичних діячів, власних назв (міст, регіонів), назв націй. Для створення комічного ефекту автори інтернет-мемів на політичну тематику часто використовують мовні ігри, а саме: фонетичні та морфологічні; активно використовує різні способи вираження, такі як метафори, порівняння, антитеза, каламбур, персоніфікація, гіпербола та римування. Крім того, автори такого типу креолізованого тексту часто використовують різні шрифти та художньо-стилістичні варіанти пунктуації. Серед основних способів словотворення в політичній інтернет-комунікації переважають суфіксально-префіксальні способи. З граматичної точки зору, текстовий дизайн політичних інтернет-мемів здебільшого спрощений. У текстовій частині мему переважають прості речення, в яких пропущено розділові знаки, навмисно спотворено орфографію та допущено низку граматичних помилок. Інтернет-меми характеризуються використанням таких груп дієслів: репрезентують політичне життя та процес обговорення та вирішення політичних проблем; ті, що виражають довіру і надію на швидке вирішення політичних проблем, і ті, що передають важливість політичного впливу на опонентів і всю політичну ситуацію.

## ВИСНОВКИ

У роботі проаналізовано українські анекдоти кінця XX ст. та сучасні україномовні інтернет-меми (неоанекдоти).

Визначено, що анекдоти кінця XX ст. переважно мали явне політичне підґрунтя, в них висміювалися радянські керівники та політичний устрій. Незначна частина анекдотів того часу була присвячена національному питанню та побутовим проблемам.

У XXI столітті жанр анекдоту зазнав кількох модифікаційних етапів. Спершу, з поширенням доступу до інтрнету широких мас населення анекдот почав поширюватись у мережі у традиційній вербальній (текстовій) формі (при тому навіть певний час спостерігалось розширення текстового обсягу шляхом популяризації гумористичних текстів на кшталт «Щоденника канадського емігранта»), проте з часом збагатився вербально-візуальними гумористичними текстами – неоанекдотами як узагальненого виду сучасних форм анекдоту (меми, рілс, тік-Ток) тощо. Неоанекдоти характеризуються:

1. тенденцією до лаконічності – високим рівнем компресії тексту;
2. чатотністю поєднання вербального і візуального складників, а також імовірністю повної відсутності одного з них;
3. принагідністю творення (нові зразки з'являються як моментальна реакція на певну ситуацію);
4. високим рівнем побутування в інформаційному середовищі (зокрема, у соціальних мережах);
5. високим рівнем варіативності;
6. нестійкістю популярності (як правило, короткий проміжок часу).

Ці жанри набули популярності завдяки своїй простій формі, адже наразі люди менше читають великі гумористичні тексти.

Аналіз комунікативних особливостей класичних анекдотів, зокрема анекдотів XX ст., дозволив зробити припущення щодо ланцюгового способу нарації в аудиторії, де кожен учасник комунікації може виконувати роль як

реципієнта, так і наратора. Ланцюговий спосіб передбачає, що наратор оповідає певний анекдот реципієнтам, кожен із яких може стати наступним наратором, починаючи нарацію від образу чи мотиву попереднього анекдоту, утворюючи у такий спосіб ланцюг тем. Наприклад, наратор розповідає анекдот про похід бабусі з онукою до лікаря, після чого наступний наратор оповідає про огляд лікарем блондинки, наступний – про блондинку й автомобіль і так далі. Цей процес може продовжуватися, збільшуючи коло анекдотичних образів і мотивів, відповідно зазвичай із кожним передаванням анекдоту змінюється його тематика.

Проте у XXI столітті методи передачі анекдотів змінюються (втрачається усна форма побутування), і з'являється кільцевий спосіб, якому є характерний закритий цикл тематики анекдоту. Цей аспект комунікативних особливостей анекдотів може створювати внутрішні жарти або ефекти, які базуються на повторенні чи варіації того ж матеріалу. Так, анекдоти у мережі інтернет, як правило, групуються довкола однієї теми: наприклад, анекдоти про росіян, про тещу тощо.

Із розвитком інформаційних технологій та з'явою неоанекдотів, кільцевий спосіб усталився – люди концентрують свою увагу на якійсь конкретній події та створюють різноманітні меми, рілси або тік-ток відео задля висміювання конкретної ситуації.

Отже, ми можемо дійти висновку, що такий жанр, як неоанекдот, є сучасно формою вираження комічного. Він є масово доступним засобом творчості, комунікації, сатиричних/гумористичних та інших форм вираження ідей, в основі якого лежить одна із соціальних потреб людини – приналежність до групи та прагнення бути нею прийнятою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анекдоти українською. Ukr.net. URL: <http://anekdot.if.ua/category/national/pro-zhydiv/>
2. Березовський І. Невмирущі творіння народної мудрості // Мудрий оповідач. Київ: Вид-во АН УРСР, 1962. 240 с.
3. Бережной В. Анекдот у сучасному гуманітарному дискурсі. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету: Збірник наукових статей. Філологічні науки. Бердянськ, 2016. Вип. ІХ. С. 183-193.
4. Блекмор С. Сила мемів. URL: <http://www.susanblackmore.co.uk/Articles/SciAm00Russian.htm> .
5. Брехуненко В. «Братня» навала. Війна Росії проти України ХІІ – ХХІ ст. / В. Брехуненко В., Ковальчук В., Ковальчук М., Корнієнко В. Київ, 2016. – 248 с.
6. Бріцина О., Головаха І. Карнавал революції. *Критика*. 2005. № 3. С. 25-32.
7. Гончаренко Н. Анекдот. URL: [http://culturalstudies.in.ua/knigi\\_11\\_2.php](http://culturalstudies.in.ua/knigi_11_2.php).
8. Грищенко І. В. Етномова як маркер чужого у народній прозі України. URL: <http://www.sworld.education/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archivesof-individual-conferences/march-2015>
9. Дацкевич І. Феномен масової культури. URL: <http://www.promegalit.ru/publics /php?id=5914>.
10. Дей О. Українські народні анекдоти. *Українські народні анекдоти, жарти, дотепи*. Київ: Дніпро, 1967. С. 5-19.
11. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*. 2016. № 2. С. 375-379.

12. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 206 с.
13. Дубчак О. П. Концептуальна опозиція «свій»-«чужий» в українській мовній картині світу: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Київ, 2009. 22 с.
14. Зварич І. М. Архетип і основа художньої традиції : Конспект лекцій. Чернівецький національний університет ім Ю. Федьковича. Чернівці : Рура, 2005. 47 с.
15. Зіньковський Ю., Мірських Г. Креативність – фрактал сучасної парадигми вищої технічної освіти (Стаття друга). Вища освіта України. 2007. №4. С.11-17.
16. Зінов'єва Н. А. Вплив мемов на Інтернет-користувачів: типологія Інтернет-мемів. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. 2015. № 1. С. 195-201.
17. Зінов'єва Н. А. Створення мема як соціокомунікативна технологія в медіапросторі. *Соціологія*. 2014. № 4. С. 177-184.
18. Зінченко В. Деліберативні моделі модернізації інституційних процесів в глобальних умовах суспільних, освітніх та політико-економічних трансформацій. *Філософія освіти*. 2014. № 2 (15). С. 108-130.
19. Івашенюк Д. М. До питання про мовні засоби сміхотворення в текстах українських анекдотів. *Лінгвістичні дослідження*. 2017. Вип. 45. С. 123–127. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu\\_lingv\\_2017\\_45\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2017_45_20) .
20. Кімакович І. І. Традиційний анекдот у контексті сміхових явищ української культури: дис. на здобуття ступеня канд. філол. наук: спец. 10.01.07. НАН України, Ін-т мистецтвознав., фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. Київ, 1996. 248 с.
21. Кімакович І. І. Фольклорний анекдот як жанр. Київ: Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського

НАН України, 2006. 219 с. URL:  
<http://proridne.wordpress.com/2013/08/06/>

22. Кирчів Р. Український анекдот ХХ століття: традиційне й нове на вістрі сміху. Етюди до студій над українським народним анекдотом. Львів: Інститут народознавства НАН України, 2008. 268 с.
23. Франко І.Я. Галицько-руські народні приповідки . Упорядкування Івана Франка. Т. 3, вип. 2. - Львів: НТШ, 1910. - 542 + 8 с.
1. Мега гумор: Веселі та смішні українські анекдоти. URL:  
<http://www.anekdotua.com>
  2. Мишанич С. В. Біля джерел народної прози. Народні оповідання [упоряд., прим. С. В. Мишанича]. Київ: Наукова думка, 1983. С. 15–62.
  3. Найкращі анекдоти. URL: <http://anekdotu.org.ua/chykchi>
  4. Неклесова В. Ю. Меми як частина онімного простору. *Записки з ономастики*. Одеса. 2017. Вип. 20. С. 210-222.
  5. Нерух, О. Теорія і методика журналістської творчості: Навч. посібник, Світ дитинства, Харків; його ж: Першооснови журналістської творчості. Навч. посібник, Світ дитинства, Харків. 2007. 108 с.
  6. Окул І. Інтернетмем як культурний феномен. URL:  
<http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/2353/1/Okul%20Ilya%20Igrevich.pdf>
  7. Ороховська Л. Критична традиція дослідження медіа культури: франкфуртська школа. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософіяю Культурологія*. Київ: НАУ, 2014. № 2(20). С.136-142.
  8. Плисюк В. Історія України в анекдотах. URL:  
<https://agavr.livejournal.com/400955.html>
  9. Пода Т.А. Інтернет-меми як феномен інформаційного суспільства. *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2017. № 1 (25). С. 117.

- 10.Починок, Ю. Психологія творчості: соціальний концепт медіатексту як тренд (на матеріалі проекту MedialabTernopil). *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Вип. 46. 2019.С. 209-214.
- 11.Снигарчук Л. Українська сатирично-гумористична преса Галичини 20-30-х рр. ХХ ст. Історико-функціональний аспект та інтерпретаційні особливості. Львів, 2001. 240 с.
12. Сміші та веселі анекдоти українською про циганів. URL: <http://anekdoty.ukrayinskoyu.pro/tsyhaniv.html>
- 13.Сумцов Н. О. Разыскания в области анекдотической литературы. Анекдоты о глупцах. Харьков, 1898. 202 с.
- 14.Таран О., М. Заяць. Комп'ютерний контент-аналіз інтернет-мемів про російсько-українську війну 2022 року. [http://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Taran\\_21.pdf](http://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Taran_21.pdf)
- 15.Теглівець Ю.В.Інтернет-мем як особлива одиниця комунікації INTERNET MEME AS A SPECIAL UNIT OF COMMUNICATION. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part\\_2/4.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part_2/4.pdf)
- 16.Томас Б. Посібник з мем: путівник користувача з вірусів свідомості: <http://asocial.narod.ru/material/memes.html> .
- 17.Українські анекдоти: Ми не «казали» / упоряд. Баранова В. Ф. Київ: Школа, 2006. 352 с.
18. Український анекдот / упоряд. Булая П. Київ: Всесміх, 1992.
- 19.Хаджиоглова О. Г. Стереотипи музикантів і музичних інструментів у російських та англійських анекдотах. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки: філологічні науки: мовознавство*. Вип. 16. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. С.156-161.
- 20.Храмова В. М. До проблеми української ментальності : Замість передмови. Українська душа. Київ, 1992. С. 3–36.
- 21.Чернікова О. І. Вербальний, невербальний та комплексний меми: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі англомовних кіномемів). *Вісник Київського*

- національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. 2015. Т. 18, № 1. С. 151-156.
22. Чернописький М. Фольклорна політична сатира 20-х років ХХ століття у записах Сергія Єфремова. Львів, 2001. 170 с.
23. Щуріна Ю. В. Інтернет-меми у структурі комічних мовних жанрів. *Жанри мови*. 2014. № 1-2 (9 – 10). С. 147-153.
24. Щуріна Ю. В. Інтернет-меми як феномен інтернет-комунікації. *Науковий діалог*. 2012. № 3. С. 161-173
25. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології. Мюнхен, 1993. 341 с.
26. Martin Rod A. *The Psychology of Humor: An Integrative approach*. Academic Press, 2007. 446 p.
27. Raskin V. *Semantic mechanisms of humor*. Dordrecht-BostonLancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.
28. Hörmann H. Semantische Anomalie, Metapher und Witz. *Folia Linguistica*. 1971. № 5. S. 310-329.
29. Röhrich L. *Der Witz: Figuren, Formen, Funktionen*. Stuttgart: Metzler, 1977. 342 S.
30. Fiedler, S. *Sprachspiele im Comic. Das Profil der deutschen Comic Zeitschrift Mosaik* (Leipzig: Universitätsverlag, 2003).
31. Jakobson B. *Selected Writings, vol. V*. The Hague. Paris – New York, 1979, p. 358.

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Сучасні вербально-візуальні гумористичні жанри

Зліва — оригінальний Чмоня

Справа — нескінченна кількість мемів з ним.



### Колаж мемів на затримання в. медведчука

