

ТРАНСФОРМАЦІЯ ГУМОРИСТИЧНИХ НАРАТИВІВ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ 2022-2024 РОКІВ

Олександр Авдєєв – аспірант першого року навчання
Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Київ
<https://orcid.org/0009-0004-3157-1284>
DOI: <https://doi.org/asavdeyev@gmail.com>

Статтю присвячено висвітленню ролі гумору в сучасній культурі. Окреслено його значення в якості маркеру змін суспільних настроїв. Аналіз трансформаційних процесів, що відбуваються у соціумі, демонструється на прикладі зрушень, що простежуються у гумористичних практиках українців. Аналізується роль гумору в умовах російсько-української війни 2022–2024 років через виокремлення змін його функцій і тематичних акцентів. Дослідження базується на двох хвилях онлайн-опитувань, проведених у 2022 і 2024 роках. Гумористичні наративи класифіковано за категоріями: консолідуючі, роз'єднуючі, побутові та невизначені. У 2022 р. домінували консолідуючі жарти (70,68%), що сприяли згуртуванню суспільства, декатастрофізації та формуванню колективної ідентичності (меми про Чорнобаївку, HIMARS). У 2024 р. частка побутового гумору зросла до 26,32%, а також збільшилась кількість роз'єднуючих жартів, спрямованих на критику внутрішніх груп (5,26%), що вказує на соціальні напруження. Результати підтверджують, що гумор виконує адаптивну, згуртовуючу й критичну функції, стаючи маркером суспільних настроїв. Український досвід демонструє, як гумористичні наративи допомагають знижувати стрес і підтримувати психологічну стійкість у кризові періоди.

Ключові слова: гумор, комічне, війна, консолідуючі жарти, український гумор, гумор під час війни, народний гумор.

Постановка проблеми. Гумор є важливим соціокультурним феноменом, що відіграє значну роль у соціальній комунікації, консолідації та адаптації до кризових умов. У контексті повномасштабної війни він стає не лише способом збереження психічної рівноваги, але й потужним інструментом рефлексії щодо актуальних подій. У лютому 2022 р. українське суспільство постало перед значними випробуваннями, найбільшими в сучасній історії і закономірно, що мали виникнути механізми боротьби з кризовим у фізичному та психологічному відношенні станом, який охопив всіх, без виключення. Відповіддю на це стала поява у медіапросторі величезної кількості гумористичного контенту, такого як меми, стендап, «твіти». Різні форми комічного застосовувались під час стрімів на YouTube, телемарафону, приватних розмовах. Досвід України в умовах повномасштабної російсько-української війни 2022–2024 рр. відкриває унікальні можливості для аналізу змін у гумористичних наративах, їх функцій та тематичних акцентів. Зокрема, це дослідження дозволяє зрозуміти, як змінюються суспільні настрої та пріоритети під впливом тривалого стресу і кризових обставин.

Аналіз досліджень і публікацій. А. Бергсон у своїй праці «Сміх» [1] розглянув гумор як механізм соціального контролю, що допомагає виправляти дезадаптивні патерни поведінки. Він наголошував, що сміх виникає тоді, коли виявляється негнучкість чи автоматизм у поведінці, і підкреслював його роль у підтримці гармонії в соціумі. Значний внесок у дослідження гумору зробив З. Фройд у роботі «Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten» [4]. Він трактував гумор як спосіб економії психічної енергії, дозволяючи висловлювати приховані чи табуовані думки в соціально прийнятній формі. Таким чином, гумор допомагає впоратися зі стресом, полегшує міжособистісну взаємодію та створює почуття безпеки. На противагу цьому, теорія невідповідності акцентує увагу на несподіваних розривах між очікуванням і реальністю. Вона стала основою для багатьох сучасних когнітивних досліджень гумору, прикладом яких є робота «Всередині жарту» М. Гарлі, Д. Деннетта, Р. Адамса [6]. П. МакГроу та Дж. Уоррен запропонували теорію «доброзичливого порушення» (benign violation) [9], згідно якої гумор виникає, коли порушення соціальних або когнітивних норм сприймається як безпечне для індивіда. Ця концепція пояснює, чому гумор може одночасно бути порушенням соціальних норм, але не викликати зворотної агресії чи образи. Психологічну сторону гумору досліджував Р. Мартін, який виділив чотири гумористичні стилі гумору [8].

У контексті російсько-української війни гумор аналізували Н. Клумбутє та К. Єремєєва [7], а саме роль мемів і карикатур як інструменту громадянського активізму, адаптивні функції гумору у кризових ситуаціях. Ю. Стребкова та І. Кравченко досліджували ролі і бачення жінки у цій війни через призму жартів у телеграм-каналах, когнітивні аспекти гумору під час війни [2].

Мета статті – виявити трансформацію гумористичних наративів українців в умовах війни 2022–2024 років, визначивши зміни у стильових та тематичних пріоритетах.

Виклад основного матеріалу. Гумор є складним феноменом, який досліджувався в межах

різних соціогуманітарних дисциплін – філософії, естетики, психології, соціології. Наприклад, у перших розділах колективної праці М. Гарлі, Д. Деннетта, Р. Адамса «Всередині жарту» [6] її автори задаються питанням про міркування тих, хто бачить людину з дивною поведінкою. Вірогідно, вони зацікавляються причиною її появи, й автори пропонують саме причинно-наслідковий принцип брати до уваги при дослідженні поведінки. Якщо у людства є такий феномен як гумор, то він має виконувати якусь функцію. І дійсно, можна виділити деякі функції, які виконує гумор. Провідний австрійський психолог і невролог Зігмунд Фройд [5] виділяв три ключові аспекти соціальної природи гумору, серед яких представлені наступні: 1) зміцнення соціальної єдності, 2) агресія та звільнення від цензури, 3) вивільнення напруги. Перший аспект гумору, а саме *зміцнення соціальної єдності*, може бути інтерпретований як допомога в формуванні групової ідентичності, оскільки жарти часто спрямовані на виключення чи висміювання третіх осіб. Ця динаміка «два проти одного» посилює зв'язок між тим, хто жартує і тим, хто сміється. Прикладом можуть бути, професійні жарти, що утворюються й існують усередині робочих колективів чи професійних спільнот. Вони засновані на певних унікальних знаннях чи досвіді, який властивий тільки цій спільноті. Також, яскравою демонстрацією є жарти з українського контексту початку повномасштабного вторгнення про «чмонь», «вкрадений трактор», «два-три тижні». У своїй статті Н. Клумбуте та К. Єремєєва пишуть про виникнення гумору в українському просторі, що має інтегруючу роль. Його поява, на їх думку, була спричинена відчуттям цілісності української нації, яка виникла внаслідок спільних переживань. Вони «з'являються через інтимність воєнного досвіду, мародерство ворогів, загрози ракетних ударів, радість від перемог української армії» [7; 33].

Друга функція гумору, що згадувалась у працях З. Фрейда, а саме *агресія та звільнення від цензури* [5], також віднаходить втілення в українському контексті. Жарти в бік ворога є прийнятною формою вираження емоцій. Важко не помітити, що в перші дні повномасштабного вторгнення було нормалізовано використання лайливих слів на телебаченні. Одночасно дана функція нерозривно пов'язана з функцією *вивільнення напруги*, яку Фрейд описував як зняття напруги від звернення до тем, що заборонені й табуовані в суспільстві. «Дозвіл» на їх використання отримується завдяки своєрідному знеціненню через форму жарту. Це певний механізм декатастрофізації, яке потребувало суспільство. Він проявився у різних мистецьких формах, що мали у собі цей гумористичний потенціал (пісні, меми, карикатури, анекдоти, вірші, стендапи). Крім того, гумор розглядається як спосіб адаптації до соціальних обставин, який може відображати актуальні культурні чи історичні події, що формують загальний соціальний наратив. Розуміючи психологічні функції та принципи роботи гумору, доцільно проаналізувати жарти, які були актуальними для українців в різні проміжки часу і проаналізувати як це вплинуло на суспільні наративи.

Методологічний підхід ґрунтувався на використанні методів аналізу, синтезу, а також через проведення двох хвиль онлайн-опитувань за допомогою онлайн-інструмента Google Forms. Таким чином була забезпечена доступність для широкої аудиторії, швидке охоплення респондентів із різними демографічними характеристиками (вік, стать, географія проживання). Форми розповсюджувалися через соціальні мережі (Instagram, Facebook, X (кол. twitter)), що дозволило залучити максимально різномірну аудиторію, включно з українцями, які перебували на час опитування за кордоном (20,4% у 2022 р. та 24,2% у 2024 р.). Перше опитування проведено в березні 2022 р. у період «гострої реакції» на початок повномасштабного вторгнення, а друге опитування в жовтні 2024 р., в умовах тривалих бойових дій, коли вже була наявна значна адаптація суспільства до травматичних подій.

В опитувальниках, окрім загальних демографічних даних (вік, місце проживання) учасникам пропонувалося відповісти на відкрите запитання: «*Чи є у вас найулюбленіший жарт? Якщо так, то який/які?*». Відкрите запитання дозволило респондентам вільно висловлюватися. Їх відповіді не регламентувалися кількома варіантами, надаючи таким чином більше простору для оцінки поточних індивідуальних обставин та основних переживань учасників опитування. Також не було часових і тематичних обмежень щодо вибору жарту.

Завдяки опитуванню у 2022 році отримано 440 відповідей з наступним розподілом по віковим групам: Молодше 18 років – 2 (0,45%), 18–25 років – 185 (42%), 26–35 років – 216 (49%), 36–45 років – 37 (8,41%). З яких 79,7 % знаходились в Україні, а проживали за кордоном – 20,4%. У 2024 році отримано 152 відповіді з таким розподілом по віку: молодше 18 років – 1 (0,7%), 18–25 років – 18 (11,8%), 26–35 років – 100 (65,8%), 36–45 років – 25 (16,4%), 46–55 років – 7 (4,6%), 56–65 років – 1 (0,7%). З яких знаходились в Україні 75,8 %, а проживали за кордоном – 24,2% реципієнтів.

Зібрані дані проаналізовані за допомогою контрольних запитань: «*Про що цей жарт?*» і «*Над чим ми сміємось?*» і розділені на категорії, основою яких стала класифікація стилів гумору Рода Мартіна [8]. Його модель включає чотири основних типи гумору:

- *Афіліативний (соціальний)*: спрямований на зміцнення зв'язків у групі;
- *Агресивний*: націлений на приниження іншого;

- *Самопідтримуючий*: допомагає індивіду впоратися зі стресом;
- *Самопринижуючий*: спрямований на гумористичне зниження власної значущості.

Для кращого розуміння, в дослідженні тайванської команди науковців, що визначали зони мозку, характерні для кожного стилю гумору [3] навели наступні приклади:

Самопринизливий стиль: Якби кожен із моїх шанувальників був пасмом волосся, я був би лисим.

Товариський стиль: Якби кожен із ваших шанувальників був пасмом волосся, вам би знадобилися дві голови.

Самопідтримуючий стиль: Якби кожен із моїх шанувальників був пасмом волосся, мені б знадобилися дві голови.

Агресивний стиль: якби кожен із ваших шанувальників був пасмом волосся, ви були б лисим.

Ця класифікація була адаптована до військового контексту для відображення специфіки гумору в умовах війни. Як результат, виокремлено три основні категорії:

1. *Консолідуючі жарти (К)*: відображають афіліативний гумор, спрямований на висміювання ворога або підкреслення сили українців, їх захисників і союзників.

2. *Роз'єднуючі жарти (Р)*: відповідають агресивному гумору, який спрямований на критику внутрішніх груп (влади, волонтерів, союзників).

3. *Побутовий гумор (П)*: об'єднує залишкові відповіді, що не стосуються війни, як-от анекдоти, спостереження чи цитати з серіалів.

Категорія «Невизначено» (Н) створена для відповідей, що не містили конкретного жарту або важко піддаються аналізу. Адаптація моделі Мартіна до воєнних умов дозволила зосередитися на специфічних аспектах українського гумору. Консолідуючі жарти підкреслили роль гумору у згуртуванні суспільства, а роз'єднуючі виявили напругу в його внутрішніх структурах. Побутовий гумор, у свою чергу, продемонстрував еволюцію суспільних настроїв до більш нейтрального та буденного осмислення реальності.

Кількісний аналіз відповідей респондентів дозволив класифікувати жарти за чотирима категоріями: консолідуючі (К), роз'єднуючі (Р), побутові (П) та невизначені (Н).

У 2022 році переважна більшість жартів належала до категорії консолідуючих (70,68%), що підкреслює значущість гумору як механізму підтримки морального духу суспільства в період шоку від початку повномасштабної війни. Частка інших категорій була значно меншою:

- консолідуючі (К): 311 (70,68%);
- роз'єднуючі (Р): 1 (0,23%);
- побутові (П): 26 (5,91%);
- невизначені (Н): 102 (23,18%).

Цей розподіл вказує на домінування наративів, спрямованих на висміювання ворога, а також підкреслення сили й стійкості українського народу. Приклади таких жартів включають меми про Чорнобаївку та «російський військовий корабель».

У 2024 році структура гумористичних відповідей змінилася, що свідчить про трансформацію суспільних настроїв:

- консолідуючі (К): 14 (9,21%);
- роз'єднуючі (Р): 8 (5,26%);
- побутові (П): 40 (26,32%);
- невизначені (Н): 80 (52,63%).

Значне зменшення частки консолідуючих жартів свідчить про зміну фокусу суспільної уваги. Побутовий гумор зріс більше ніж у чотири рази, що можна пов'язати з прагненням людей переключитися на менш драматичні та повсякденні теми.

Зміна пріоритетів щодо типів гумору між 2022 і 2024 роками, а саме зниження консолідуючих жартів із 70,68% до 9,21% вказує на певну нормалізацію умов війни у суспільній свідомості та втрату початкового емоційного заряду. Зростання побутового гумору з 5,91% до 26,32% відображає адаптацію до кризової ситуації. Збільшення невизначених відповідей з 23,18% до 52,63% є показником емоційної втоми або складності висловлення переживань через гумор.

У 2022 році домінуючою категорією гумору були консолідуючі жарти, що становили понад 70% усіх відповідей респондентів. Основна функція цих жартів полягала у створенні почуття єдності та національної ідентичності, а також у формуванні соціального спротиву через висміювання ворога. Альберт Елліс в когнітивній терапії запропонував термін «декатастрофізація» [4] – це техніка яка допомагає включити критичне мислення і переоцінити найгірший з можливих сценаріїв. І процес декатастрофізації, в широкому сенсі, можна визначити як центральний механізм цих жартів, дозволяла перетворити страх і невпевненість у відчуття сили та винахідливості українців. Декатастрофізація – це процес трансформації

чогось серйозного і загрозливого у щось смішне та незначне, що дозволяє зменшити психологічний тиск і мобілізувати суспільство. У цьому контексті гумор виконував роль «емоційного амортизатора», що допомагав зберігати стійкість навіть у критичні моменти. В підкріплення цієї тези можна звернутися до дослідження Н. Клумбутє та К. Єремєєва, які аналізували українські гумористичні наративи на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році і наголошували на ролі гумору як форми громадянського активізму та соціальної згуртованості. Вони демонстрували як меми та карикатури створюють наративи спротиву, формуючи культурні символи та зміцнюючи колективну ідентичність [7].

У 2024 році гумористичні наративи зазнали суттєвих змін, адже зросла частка побутового гумору, який становив понад 26% усіх відповідей. Ця категорія включала жарти, що не стосувалися війни, такі як анекдоти, побутові спостереження або гумор про тварин, що свідчить про прагнення суспільства повернутися до більш звичних, нейтральних тем, навіть у кризових обставинах, тобто виступає маркером адаптації суспільства.

Менш численною, але показовою категорією були роз'єднуючі жарти, які у 2024 році становили 5,26% відповідей. Вони демонстрували критику влади, волонтерів або союзників. Це і є певним сигналом наявності внутрішнього напруження у суспільстві, яке намагається вивільнитися через гумор, що описував Фройд [5]. І причиною цього може бути одночасно і наявність реальних проблем і робота ворожої пропаганди.

Намагання просувати російських наративів просувати свої наративи через меми досліджували в Українському кризовому медіа-центрі, де зокрема цитували професора Майкла Уоллера, що зазначав наступне: «Постійна, злісна, часто груба пародія та глузування з короля як особистості та монархії як системи, аристократії та церкви, мабуть, мотивували та радикалізували громадськість більше, ніж високоморальні філософії революціонерів» [10]. І це незначне підвищення відсотку можна інтерпретувати і як наслідок дій ворога, і як посилення внутрішньої напруги всередині країни.

У культурологічному сенсі гумор залишався важливим засобом адаптації, збереження ідентичності та комунікації між різними соціальними групами. Жарти часто функціонують як засіб «ми проти них», де висміювання ворога формує колективну ідентичність. І на жаль можна помітити динаміку змін цього розмежування, коли гумор виконує роль об'єднання суспільства перед обличчям спільного ворога. Наприклад, меми про Чорнобаївку або трактори, які викрадають російську техніку, створювали образ «їхньої» недолугості і «нашої» винахідливості, що зміцнювало патріотичний дух українців. З іншого боку, жарти про мобілізацію та критику влади зміщує лінію розмежування «нас» та «них» всередину суспільства і спонукає вже до внутрішньої боротьби.

Такі сучасні дослідники як Пітер МакГроу наголошують, що гумор виникає у точках, де є певна соціальна напруга, але при цьому він не є руйнівним, дозволяючи одночасно критикувати і зберігати безпечний контекст для висловлювання [9]. Таким чином гумор підсвічує проблеми, але й не спонукає до відкритої конфронтації. Це особливо важливо для підтримки балансу між вираженням критики та збереженням соціальної згуртованості. Безперечно війна створює унікальне середовище, у якому гумор стає інструментом адаптації, згуртування, психологічного полегшення і навіть протесту. Гумор виконує важливу роль у регулюванні емоцій, допомагаючи знизити рівень тривоги, злості чи суму. Як зазначає Анрі Бергсон у своїй роботі «Сміх» [1], гумор є способом «провітри» емоції, дозволяючи висловити напруження у прийнятній формі. Ю. Стребкова та І. Кравченко у своїй статті зазначають, що «гумор є свого роду копінг – ресурсом, що об'єднує когнітивні, емоційні та поведінкові стратегії, які можна використовувати, щоб впоратися з труднощами життя під час війни» [2; 98]. Декатастрофізація є одним із центральних механізмів гумору в умовах війни. Вона полягає у тому, щоб трансформувати щось страшне і загрозливе у дрібне й смішне, дозволяючи людям емоційно дистанціюватися від проблеми та зменшити рівень стресу.

Під час перших місяців повномасштабного вторгнення українці активно використовували гумор для декатастрофізації. Жарти допомагали трансформувати страх перед масштабним вторгненням у відчуття контролю. Жарти викликали сильні емоції, створюючи «острівці безпеки» серед хаосу війни. І таким чином жарти також допомагають впорядкувати хаотичні переживання, перетворюючи їх на впізнавані історії. У воєнний період такі наративи стають частиною колективної пам'яті: наприклад, меми про трактори або HIMARS часто згадуються як символи перших місяців опору. Гумор в умовах війни є не просто формою розваги, а потужним культурним і психологічним інструментом. Він допомагає зменшити страх через декатастрофізацію, зміцнити соціальну єдність і адаптуватися до важких обставин. Як показують дослідження, гумор також є важливим маркером суспільних настроїв, дозволяючи відстежувати зміни у колективній свідомості та пріоритетах.

Висновки. Результати дослідження демонструють, що гумор під час війни виконує важливі соціальні, психологічні та культурологічні функції. Він не лише відображає суспільні настрої та адаптаційні процеси, але й стає інструментом для підтримки колективного духу, подолання страху і збереження ідентичності в

умовах тривалих криз. У 2022 році домінуючим видом гумору стали консолідуючі жарти, що слугували потужним механізмом мобілізації суспільства, спрямованим на висміювання ворога, підкреслення сили українців і їх союзників. Зокрема, популярні меми про HIMARS, Чорнобаївку та «російський військовий корабель» сприяли формуванню національного нарративу, що об'єднував суспільство та знижував емоційне навантаження через декатастрофізацію. Цей тип гумору допомагав перетворювати страх на сміх і створював відчуття контролю над ситуацією, особливо в перші місяці вторгнення.

У 2024 році відбулися суттєві зміни у тематичних акцентах, що свідчить про адаптацію суспільства до умов війни, коли люди почали більше зосереджуватися на буденних і нейтральних темах. Побутовий гумор, зокрема жарти про тварин, побутові труднощі чи звичайні життєві ситуації, став способом емоційного розвантаження і пошуку полегшення у щоденному житті.

У 2022 році жарти активно підтримували національну ідентичність, виступаючи своєрідною формою символічного спротиву, натомість у 2024 році гумор почав виконувати більш інтроспективну функцію, спрямовану на осмислення буденності та зменшення психологічного тиску. Гумор також виявився важливим інструментом соціального діалогу, адже зростання категорії роз'єднуючого гумору може вказувати як на розвиток критичної рефлексії, яка охоплювала внутрішні соціальні групи, як-от владу чи міжнародних партнерів, так і на успіхи ворожої пропаганди націленої на створенні напруги та недовіри у суспільстві.

Список використаної літератури

1. Бергсон А. Смех. Київ : Дух і Літера, 1994. 165 с.
2. Стребкова Ю., Кравченко І. Український жіночий гумор під час війни: аналіз україномовних телеграм-каналів 2022-2023 років. *Українознавчий альм.*, 2024. Вип. 35. С. 91-101. DOI: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2024.35.12>.
3. Chan Y.C., Hsu W.C., Liao Y.J. *et al.* Appreciation of different styles of humor: An fMRI study. 2018. *Sci Rep* 8, 15649. <https://doi.org/10.1038/s41598-018-33715-1>.
4. Ellis A. *Reason and emotion in psychotherapy*. Lyle Stuart, 1962, 437 p.
5. Freud S. *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*. Franz Deuticke, 1905. 217 p.
6. Hurley M. M., Dennett D.C., Adams R. B. *Inside Jokes: Using Humor to Reverse-Engineer the Mind*. The MIT Press Published, 2011. 359 p. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9027.001.0001>.
7. Klumbyté, N., Yermieieva, K. Ukrainian War Humor and Civic Activism in 2022. *Nationalities Papers*, 2024. P. 1–38. doi:10.1017/nps.2024.90.
8. Martin R.A., Ford T.E. *The Psychology of Humor An Integrative Approach Book*. Second Edition, 2018. 538 p.
9. McGraw, A. P., & Warren, C. Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny. *Psychological Science*, 2010. 21(8). P. 1141-1149. <https://doi.org/10.1177/0956797610376073>.
10. Solovian V., Khimiak A., A Very Dark Humor: Memes as a Tool of Russian Propaganda. URL: <https://uacrisis.org/en/a-very-black-humor-memes-as-a-russian-propaganda-tool>.

References

1. Berhson A. Smikh. Kyiv: Dukh i Litera, 1994. 165 s.
2. Strebkova, Yu., Kravchenko I. Ukrainskyi zhinochyi humor pid chas viiny: analiz ukrainomovnykh telehram-kanaliv 2022-2023 rokiv. *Ukrainoznavchyi almanakh*, 2024. Vyp. 35. s. 91-101, DOI: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2024.35.12>
3. Chan YC., Hsu WC., Liao YJ. et al. Appreciation of different styles of humor: An fMRI study. 2018. *Sci Rep* 8, 15649. <https://doi.org/10.1038/s41598-018-33715-1>
4. Ellis, A. Reason and emotion in psychotherapy. Lyle Stuart, 1962, 437 p.
5. Freud S. *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*. Franz Deuticke, 1905. 217 p.
6. Hurley M. M., Dennett D.C., Adams R. B. *Inside Jokes: Using Humor to Reverse-Engineer the Mind*. The MIT Press Published, 2011. 359 p. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9027.001.0001>
7. Klumbyté, N., Yermieieva, K. Ukrainian War Humor and Civic Activism in 2022. *Nationalities Papers*, 2024. P. 1–38. doi:10.1017/nps.2024.90
8. Martin R.A., Ford T.E. *The Psychology of Humor An Integrative Approach Book*. Second Edition, 2018.538p.
9. McGraw, A. P., & Warren, C. Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny. *Psychological Science*, 2010. 21(8). P. 1141-1149. <https://doi.org/10.1177/0956797610376073>.
10. Solovian V., Khimiak A., A Very Dark Humor: Memes as a Tool of Russian Propaganda. URL: <https://uacrisis.org/en/a-very-black-humor-memes-as-a-russian-propaganda-tool>.

TRANSFORMATION OF UKRAINIAN HUMOROUS NARRATIVES DURING THE WAR (2022–2024)

Oleksandr Avdeiev – First-year PhD student Taras Shevchenko National University of Kyiv

The article is devoted to the role of humour in contemporary culture. Its importance as a marker of changes in public attitudes is outlined. The analysis of the transformation processes taking place in society is demonstrated by the example of shifts that can be traced in the humorous practices of Ukrainians. The article analyses the role of humour in the context of the Russian-Ukrainian war of 2022-2024 by highlighting changes in its functions and thematic emphasis. The study is based on two waves of online surveys conducted in 2022 and 2024. Humorous narratives are classified into categories: consolidating, dividing, everyday, and undefined. In 2022, consolidating jokes dominated (70.68%),

contributing to the cohesion of society, decatastrophising and the formation of a collective identity (memes about Chornobaivka, HIMARS). In 2024, the share of domestic humour increased to 26.32%, and the number of divisive jokes aimed at criticising internal groups increased (5.26%), indicating social tensions. The results confirm that humour performs adaptive, unifying and critical functions, becoming a marker of public sentiment. The Ukrainian experience demonstrates how humorous narratives help to reduce stress and maintain psychological resilience in times of crisis.

Key words: humor, comic, war, consolidating jokes, Ukrainian humor, humor during the war, popular humor.

UDC 316.7:82-32(477) «2022/2024»

TRANSFORMATION OF UKRAINIAN HUMOROUS NARRATIVES DURING THE WAR (2022–2024)

Oleksandr Avdeiev – First-year PhD student Taras Shevchenko National University of Kyiv

The aim is analyse the transformation of humorous narratives of Ukrainians during the war of 2022–2024, to determine their role in adaptation, changing public attitudes and thematic priorities during the prolonged crisis.

Research methodology. The study is based on two waves of online surveys (2022, 2024) distributed through social networks Instagram, Facebook, X (formerly Twitter). Participants were asked to answer an open-ended question: “Do you have a favorite joke? If so, which one/s?”. The answers were categorized into: consolidating, dividing, everyday and undefined jokes. These categories were developed based on Rod Martin's humor styles.

Results. In 2022, consolidating humor dominated (70.68%), playing a key role in uniting society, reducing fear, and emphasizing national resilience through the mechanism of decatastrophizing. Memes about Chornobaivka, HIMARS, and a «Russian warship» emphasized the strength of Ukrainians and the ineptitude of the enemy. By 2024, the share of consolidating jokes decreased to 9.21%, while everyday humor increased to 26.32%, demonstrating society's adaptation to the war and focus on everyday topics. The share of divisive jokes increased to 5.26%, indicating internal social tensions and criticism of internal groups such as the government or allies.

Novelty. The study offers a new perspective on humor as a tool for adaptation to extreme conditions by applying the concepts of humor styles to the military context. The results reveal how humor changes functions from maintaining collective identity to focusing on everyday challenges and critical reflection.

Practical implications. The findings highlight humor as an effective mechanism of socio-cultural adaptation, a way of emotional relief and maintaining cohesion in times of crisis. These results are important for understanding the dynamics of changes in public attitudes and can be used in studies of social adaptation, psychological resilience, and cultural narratives in crisis situations.

Key words: humor, comic, war, consolidating jokes, Ukrainian humor, humor during the war, popular humor.

Надійшла до редакції 29.11.2024 р.

УДК 778.5:78.071.1+78.036

ВПЛИВ МУЗИЧНОГО ПРОДАКШНУ НА РОЗВИТОК КІНОІНДУСТРІЇ У 1920-1930-х РОКАХ

Микола Павлов – старший викладач кафедри музичного продакшну та звукорежисури, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (м. Київ)
<https://orcid.org/0009-0007-0209-1523>

DOI: [https://doi.org/
mpavlov@dakkim.edu.ua](https://doi.org/mpavlov@dakkim.edu.ua)

Стаття присвячена впливу музичного продакшну на формування жанрових, технологічних і стилістичних особливостей кінематографа у 1920–1930-х роках. *Мета статті* полягає в дослідженні ролі розвитку технологій музичного продакшну в трансформації кіно, зокрема його внеску у формування нових жанрів. *Методологія дослідження* ґрунтується на аналізі історичних і культурних джерел із міждисциплінарним підходом. *Наукова новизна* полягає в тому, що вперше комплексно розглянуто вплив розвитку технологій звукозапису та появу кіномузики на аудіовізуальну мову кіно. *Зроблено висновок про те*, що музичний продакшн став ключовим у синтезі технічних, естетичних і драматургічних рішень кінематографа. *Перспективи подальших досліджень* дозволять поглибити вивчення міждисциплінарної ролі музичного продакшну в розвитку креативних індустрій, а також його впливу на анімацію, театр, мультимедіа й сучасні технології аудіовізуального виробництва.

Ключові слова: музичний продакшн, кіноіндустрія, кіномузика, звукове кіно, кіномюзикл, аудіовізуальні технології, креативні індустрії.

Постановка проблеми. Дослідження значущості музичного продакшну в розвитку кіномистецтва та його перетворення у потужну креативну індустрію в період 1920–1930-х років визначається кардинальними змінами, зумовленими переходом від німого до звукового кіно. Це стало не лише технічним проривом, а й глибоко вплинуло на формування естетичних засад і наративних практик кіномистецтва. Інтеграція музики, як невід’ємної складової кінематографічного висловлювання, змінила способи емоційної взаємодії між фільмом і глядачем, дозволяючи музичному супроводу виконувати