

В. В. Костюк

кандидат педагогічних наук
декан факультету журналістики
e-mail: kostuk_viktor@ukr.net, ORCID: 0000-0002-9600-4334
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

Ю. В. Костюк

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики
e-mail: kostyuk_y85@ukr.net, ORCID: 0000-0002-7000-8302
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

ГУМОР У ЧАСИ ВІЙНИ: КОНТЕКСТУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Метою статті є осмислення доцільності існування гумору, сатиричних проєктів у часи гарячої фази війни, російсько-української зокрема, визначення раціональності їх функціонування. ⁶

Методологія дослідження включає аналіз джерельної бази з обраного питання, моніторинг, синтез. Для виявлення особливостей практичного функціонування закордонних гумористичних проєктів переглянуто відповідні випуски на онлайн-хостингу Youtube.

Результати. Коли війна приходить на території будь-якої країни, військові та інші відповідні структури мають певну підготовку, ментальну зокрема, котра дає їм змогу концентруватися на виконанні завдань, створенні планів. Цього не можна сказати про громадян, котрі перебувають у різних місцях: в укриттях, у домішках чи просто на вулиці – та отримують значну порцію стресу, негативних емоцій. Дехто віддає перевагу прогулянкам, коли спокійно, іншим до вподоби харчування, спілкування, проведення спільного активного часу з родиною, у колі друзів. Незважаючи на те, яку опцію ви оберете, майже неможливо пройти такий період без певної « дози » позитиву, котру продукує гумор.

У статті з'ясовано, що на початковому етапі повномасштабної війни вітчизняні гумористи, стендапери прагнули впіймати кон'юнктурний момент, щоб знову повернутися до аудиторії, допомогти реципієнту знайти відраду.

Якщо говорити про гумор як масовий, загальнозживаний продукт, то в цьому випадку у фокусі наукового дослідження перебували закордонні програми формату «Late Night Show», котрі є традиційними та популярними серед західної телеаудиторії. Вони виходять досить регулярно, мають попит серед вибагливої аудиторії. Кожен випуск відповідного шоу наповнений оригінальним контентом, котрий до реципієнта доносить професійний телеведучий.

Новизна. Проаналізовано специфіку функціонування гумористичних програм (закордонних зокрема) у початкові дні повномасштабного вторгнення агресора в Україну.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані телеведучими під час створення власного продукту.

Ключові слова: війна, гумор, психологія, ведучий, аудиторія, комедійні проєкти.

I. Вступ

Коли війна приходить на території будь-якої країни, військові та інші відповідні структури мають певну підготовку, ментальну зокрема, котра дозволяє їм концентруватися на виконанні завдань, створенні планів. Чого не можна сказати про громадян, котрі перебувають у різних місцях: в укриттях, у домішках чи просто на вулиці – та отримують значну порцію стресу, негативних емоцій. Дехто віддає перевагу прогулянкам, коли спокійно, іншим до вподоби харчування, спілкування, проведення спільного активного часу з родиною, у колі друзів. Незважаючи на те, яку опцію ви оберете, майже неможливо пройти такий період без певної « дози » позитиву, котру продукує гумор.

Про гумор як складник суспільства у важкі часи писали закордонні й вітчизняні дослідники, серед яких: М. Біллінг, К. Девіс, Н. Драган-Іванець, Т. Крайнікова, Т. Кук, Е. Купер, Дж. Флурі та ін.

Кожен аналізував процес війни в різні етапи буття, кон'юнктурність сатири у відповідний період, враховуючи диференційні методи та можливості донесення продукції до аудиторії.

На початковому етапі повномасштабної війни вітчизняні гумористи, стендапери прагнули ввічливо кон'юнктурний момент, щоб знову повернутися до аудиторії, намагалися допомогти реципієнту знайти відряду.

Якщо говорити про гумор як масовий, загальноживаний продукт, то в цьому випадку у фокусі нашого наукового дослідження закордонні програми формату «Late Night Show», котрі є традиційними та популярними серед західної телеаудиторії. Вони виходять досить регулярно, мають попит серед вибагливої аудиторії. Кожен випуск відповідного шоу наповнений оригінальним контентом, котрий до реципієнта доносить професійний телеведучий.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є осмислення доцільності існування гумору, сатиричних проєктів у часи гарячої фази війни, російсько-української зокрема, визначення раціональності їх функціонування.

Методологія дослідження включає аналіз джерельної бази з обраного питання, моніторинг, синтез. Для виявлення особливостей практичного функціонування закордонних гумористичних проєктів переглянуто відповідні випуски на онлайн-хостингу Youtube.

III. Результати

Непросто визначити, коли гумор став трендом у вітчизняному суспільному житті. Проте легко виявити, коли він та його термінологічні похідні набули стабільно-асоціативних ідентифікаторів локального політичного життя. Зокрема, у кінці 2018 р. і на початку 2019 р. українські та світові медіа випускали матеріали з контекстом: «...кілька днів тому український актор і комік Володимир Зеленський заявив, що думає про висунення своєї кандидатури на вибори президента країни в 2019 році» [3]; «Артист і художній керівник “Студії Квартал 95” Володимир Зеленський заявив, що візьме участь у наступних виборах президента України» [4]; «Телеактор, який зіграв президента України, тепер може стати справжнім президентом» [12]; «“Паралельний всесвіт”: фаворит на посаду Президента України, грає на телебаченні цю роль» [21]; «Вибори в Україні: гуморист Зеленський з впевненістю очолює президентську гонку» [23].

Подібні заголовки та матеріали були наповнені словами: комік, актор, гуморист, артист тощо. Тривалий час медіафахівці намагалися сатиризувати ситуацію: як у ході передвиборчої гонки, так і безпосередньо вже в період перебування Зеленського на посаді. Гумористичний жанр та політика так споріднилися, що непросто було визначити, де варто посміхатися, а де меседж має серйозне наповнення. Як наслідок, кожен з елементів такої «реакції» запозичив щось для своєї діяльності: і політичні токшоу набували все більш саркастичного колориту. Комедійний продукт, у свою чергу, частіше апелював до політики, прагнучи не лише дати аудиторії позитивні емоції, але й евалюювати суспільно значущі події крізь власну призму.

З моменту окупації півострова, повзучого сепаратизму в Луганській та Донецькій областях, що згодом призвело до гібридної війни, з 24 лютого 2022 р. (з дня повномасштабного вторгнення агресора) гумор дещо обережно намагався віднайти собі місце в ніші суспільного буття. Мислення за вектором «не на часі», «жартувати нині не варто» тощо ставали сповільненим механізмом для дій відповідних організацій, продакшн компаній, особистостей тощо. Непоодиноким випадком були слова: «Я не знав, який у людей настрій, як все сприймуть, до того ж ще й тривоги були час від часу» [1].

Саме так коментував ситуацію айтівець Олекса Руснак, засновник Comedy Store Uzh: першим в Ужгороді влаштував стендапи в часи повномасштабної війни, метою яких, окрім надання надії суспільству, було проведення благодійних заходів, зібрання грошей для Збройних Сил. Та фактори стресу, наповнення життя новими емоціями (бажано позитивними), прагнення відволікти суспільство від занурення в психологічну «яму» спонукали гумористів, акторів та навіть військовослужбовців створювати креативний і різний за жанром контент, рефлексуючи різні ситуації, війни зокрема. За принципом обережності, із часом константного розповсюдження матеріалу гумористичні програми мали на меті знизити психологічну напругу. У 2013 р. європейський діяч написав статтю для «Foreign Policy», де є рядки: «Сміх і веселощі більше не є маргінальними для стратегії руху; тепер вони служать центральною частиною арсеналу активістів, наповнюючи опозицію ауру прохолоди, допомагаючи зламати культуру страху, насаджено режимом, і провокуючи режим на реакції, які підривають його легітимність» [8].

Невпевненість і невизначеність, які є регулярними сателітами кризового часу для людей, стають повсякденною нормою життя, разом із диференційними проявами гумору. На думку Т. Крайнікової, в подібний період досить раціональним рішенням є таке: «Сатира – дієва зброя. Особливо в умовах гібридної війни, коли залучено інформаційний арсенал. Однак при створенні гумористичного медіаконтенту постає питання, як розповідати про важке і де межа смішного» [6]. У контексті лиха гумор і сміх мають різні, але взаємопов'язані ефекти. «Гумор може бути парадоксом війни/конфлікту, і парадокси гумору резонують у реляційних і відносних просторах людської взаємодії» [7]. На думку авторитетної психологині Дж. Флурі, коли є певні труднощі, психологічна невизначеність, саме сміх ефективно сприяє налагодженню зв'язків між людьми.

«Коли жарт викликає усмішку в людини, він також створює відчуття причетності до слухачів. Тобто, працює за схемою: ми розуміємо жарт, ми всі розуміємо, тому тепер ми кращі друзі» [13].

Зовсім протилежної думки дотримується дослідник К. Девіс. За його словами, гумор у війні дійсно відіграє певну роль, проте далеко не завжди має вектор, який є стратегічним, «...може використовуватися й використовується локально під час війни, іноді з певним успіхом, для підтримки морального духу та просування патріотичних цілей і цілей, але описувати його як стратегію означає використовувати зовсім невідповідну метафору. Аргумент про те, що гумор є своєрідною додатковою зброєю в руках тих, хто керує війною, може бути підтверджений лише використанням конкретних прикладів використання та розгортання гумору, які на перший погляд відповідають цій тезі» [11]. Проте суто з психологічної точки зору він є важливим елементом у часи війни, адже «сміх також пропонує звільнення від болю втрати, страждань або стресу» [13].

М. Меддокс, вивчаючи джерела появи сатиричного матеріалу як рефлексії на війну, зазначив: «...давньогрецькому поету Аристофану вдалося завершити написання 4 комедій, у той час коли йшла Пелопенейська війна (432 р. до н. е. – 404 р. до н. е.)» [16, с. 22]. Е. Купер у 1709 р., на посаді першого графу Шефтсбері в Англії, написав «Есе про свободу дотепності та гумору», де висловив думку, що сміх допомагає «скинути» тиск, який акумулювався у нервових частинках тіла. Згодом ця ж теорія була перевізована та доповнена психологом З. Фрейдом і Г. Спенсером, англійським філософом і біологом [17].

У XIX ст. гумор використовували в часи війни в медіа для висміювання опонента. Так, у 1860-х рр. (в Америці Громадянська війна) солдати, члени Союзу та Конфедерації сарказмом «атакували» один одного, принижували. Дж. Грінспен на сторінках «Нью Йорк Таймс» згадує, як тогочасні газети були наповнені гумором. Часом такий контент створювали на основі матеріалів, що був запозичений з інших видань, проте видавали за свій. Коли в Союзі Конфедерації закликали записуватися до лав волонтерів, прагнучи зібрати принаймні 75 000 осіб «...повстанські жартівники опублікували оголошення «Розшукуються 75 000 трун» [14].

Висміювання ворога визнавали як рутинну техніку протягом кількох століть. Жартами намагалися принизити противника, підірвати в опонента бойовий дух зсередини. Ба більше, прагнули зміцнити необхідну солідарність під час небезпеки. Наймасштабніше зростання гумору спостерігалось в часи Першої світової війни, коли продукувалися так звані «окопні» газети та «фронтові» журнали, які часто наповнювали жартами, сатирою та іронією, до того ж, видавали їх самі солдати. Харизматичний та специфічний британський гумор набув своєї імплементації в часи Першої світової війни. Чималої популярності набуло видання «The Wipers Times» (wipers – з англ. «сколоочисники») або «Salient news» (помітні/важливі новини) – найвідоміший з багатьох окопних журналів, які продукували солдати під час Першої світової війни. Уперше його видали члени 12-го батальйону Шервудських лісників, що базувалися в Іпрі та випадково знайшли покинутий друкарський верстат. Редагував його капітан Ф. Робертс, журнал мав зовсім нерегулярну періодичність та різні назви (залежно від місця дислокації).

Його роль та стиль (нагадаємо, що матеріали писали в окопах на фронті) був чітко окреслений видавцями в преамбулі редактора, що була розміщена у 1-му номері від 12 лютого 1916 р. У ній, зокрема, зазначено: «Ми повинні вибачитися перед нашими передплатниками за затримку з виходом у друк. Це сталося через те, що протягом останніх кількох днів у нас було багато небажаних відвідувачів біля нашої друкарні, а також через труднощі з отриманням овердрафту від місцевого банку» [20].

У 2013 р. Т. Кук опублікував дослідження під назвою «Я зустрів світ з посмішкою та жартом. Гумор канадських солдатів у Великій війні», у якій аналізує аспекти військової поведінки: використання сатири у трагічні часи, контекст мілітаристських дописів, демонстрував карикатури, створені солдатами в ті часи тощо. Один із жартів, написаний військовим у листі до своїх батьків, виглядає так: «Ми зобов'язані виграти цю війну, тому що ми робили все можливе протягом 4 років, щоб програти її» [10].

Гумор як засіб зняття стресу в ході війни може бути створений такими шляхами:

1) перманентне продукування громадянином, організацією, навіть міністерствами, а потім викладення в мережу (у вигляді ролику, фотоколажу чи мему, аудіоконцепції), здійснюють таку діяльність через певні обставини, особливий інфопривід, не мають константної аудиторії та частоти.

Такий вид є поширеним у соціальних мережах: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter тощо. Дослідники вважають, що розміщення жартівливого контенту як рефлексії на подію є протидією стресовій ситуації, війні зокрема. Психолог К. Менлі зазначає: «Для деяких людей використання мемів для передачі інформації може додати сенсу та легковажності дуже загрозливим ситуаціям» [9]. Варто зауважити, що в ході розробки та випуску сатиричного продукту креативні діячі таким чином, можливо, самі не розуміючи, намагаються побороти внутрішні страхи, переживання. «Додаючи дозу гумору, більш комічні мему применшують серйозність криз. Наприклад, жартівливий, орієнтований на призов, може в своїй основі ґрунтуватися на страху бути

призовним. У таких випадках меми можуть запропонувати дозу катарсичного психологічного полегшення» [8].

Іншого контексту набувають публікації, де авторами є урядовці та чиновники, яким не властива ця діяльність. Політики чи представники міністерств не втрачають можливості поглузувати над провалами ворога. Наприклад, 9 серпня 2022 р. на ворожій військовій базі в окупованому Криму пролунало понад десяток вибухів. Профільне міністерство оборони агресора ухилилося від визнання провини у власній некомпетентності, заявивши, що наслідком ситуації є незначні ушкодження. У відповідь Міністерство оборони України глузливо в «Twitter» нагадали про шкідливість куріння, іронічно допустивши, що ворожі військові спричинили вибухи, залишаючи недопалки в заборонених місцях. На думку К. Бйола, професора дипломатичних досліджень Оксфордського університету, українці достатньо ефективно оперують гумором, який сприяє досягненню ще однієї перемоги «...допомагає Україні виграти інформаційну війну» [18];

2) створення різними авторами (акторами, гумористами, шоуменами) для спеціалізованих програм, шоу, які мають чітку хронологію, періодичність, аудиторію та інші показники. В основі таких випусків є заздалегідь написаний сценарій, який ведучий декламує в ході програми, має на меті висміяти діяльність персон та осіб, що причетні до воєнних операцій.

У фокусі дослідження є західні гумористичні програми «Late Night Show» (виходять майже щотижня), зокрема епізоди, створені та подані в ефір у останні лютневі дні 2022 р., де йшлося про Україну та повномасштабну війну. Ведучі прийняли рішення відмовитися від сатиризації ситуації, замінивши жарти серйозними, проникливими зверненнями до аудиторії.

25 лютого 2022 р. вийшов черговий випуск «The Late Show Colbert», де ведучий С. Колберт майже 10 хвилин говорив про вторгнення ворога в Україну. Хоча для таких шоу, де присутні глядачі безпосередньо в студії, характерною частиною програми є живий сміх аудиторії, проте у ході цього монологу ведучий та гості намагалися поводитися максимально тихо (інколи власне ведучий рухами натякав, що варто бути стриманішими). Він назвав дату вторгнення «темним днем» («a dark day»), висміяв одну із цілей агресора – денацифікація: «Це є нісенітницею. Перш за все, Президент Зеленський має єврейське коріння. По-друге, він не кар'єрний політик, а колишній комедіант. Це подібне до того, ніби США вторгнулися в Канаду, аргументуючи захоплення військового злочинця Юджина Леві» [19]. Тут ведучий не лише висмією абсурд ідентифікації людини з єврейським корінням як нациста, але й наводить досить просту аналогію між Зеленським та Леві, який є канадським комедійним актором, сценаристом та режисером, натякаючи, що американці гіпотетично могли закрити на те очі, назвавши його злочинцем і вважати цей аргумент один із ключових для вторгнення на територію сусідньої країни.

Ведучий «The Late Late Show Corden» на початку ефіру (того ж вечора) відмовився від жартів, виступив із промовою, яка була сповнена співчуттями, болем та сумом. «І я не хочу жартувати про будь-яку іншу тривіальну новину, яку ми знайшли сьогодні, тому що я не можу позбутися відчуття того, наскільки все це жахливо, і наскільки налякані люди України сьогодні» [24].

Комедіант із «The Tonight Show Fallon» подав такий спіч: «Як ви знаєте, Україна воює з Росією. Ми живемо у божевільному світі. Гадаю путін втратив глузд, навіть Кім Чен Ін собі подумав: Ти не мав цього робити» [15]. І, нарешті Дж. Кімел із шоу «Jimmy Kimmel Live» такими словами звернувся до аудиторії: «Знаєте, дуже непросто жартувати, коли йде війна. І коли ми з вами тут, на разі на відстані більше ніж 6000 миль звідси, жінки та діти повинні тікати з України. А чоловіки, у віці від 18 до 60 років змушені залишитися і битися, оскільки російські сили продовжують свої безпідставні атаки...» [15].

У ході наступних випусків питання російсько-української війни порушували ще не один раз, де особливо варто віддати повагу вже згаданому нами С. Колберту. У межах «The Late Show» (випуск за 01.03.2022) в ефірі демонструють відео, як українець руками намагається зупинити танк. Ведучий коментує ролик словами: «Існує відмінність між тим, що ти знаєш – це наближається, і спостерігати, як це відбувається... Російське вторгнення в Україну – це гуманітарна криза, але це також тріумф людства. Адже, незважаючи на всі потуги агресора російського, громадяни України не відступлять, і війна для росіян не йтиме за тим сценарієм, який вони собі уявляли» [22]. І ця промова ведучого супроводжується аплодисментами глядачів у студії, що адресовані нашому народові, його зв'язі.

Безпосередньо жарти та сміх починаються, коли Стівен Колберт згадує агресора, їх керівництво. «Не вдається зламати людей. Отримуй, путін, загально, досить на щось розраховувати та забирайтеся з України» [22]. У тому ж випуску глядачі глузують над відео, де російська воєнна техніка зламалася, а хтось за кадром пропонує її відтягнути назад – на територію агресора. Поважними аплодисментами для українців та насмішками над росіянами супроводжується демонстрація аудіозапису, де захисники о. Зміїний вказують напрямок кораблів. Ведучий після паузи для овацій додає: це нагадало йому полум'яний спіч співзасновника США – Патріка Генрі у 1775 р., коли перед законодавчим органом Вірджинії він промовив історичне: «Give me liberty, or give me death!» («Надайте мені або свободу, або смерть») [22].

Бачимо, що в таких ефірах ведучі намагаються чітко розставити акценти:

а) хоробрий український народ боронить землю від агресорських атак, заслуговує на увагу та повагу навіть у межах таких шоу, де Україна згадується з пієтетом, ціннісними для самих американців історичними порівняннями;

б) жарти ведучого та сміх гостей у студії виникали тоді у програмі, коли йдеться про дії агресора, поведінку їх військових та очільників.

IV Висновки

Гумор завжди був ефективним суспільним знеболювальним у важкі часи. Війна, яка пронизана запахом крові, пилу, пороху, болю, жалю і ненависті, пліч-о-пліч співіснує з гумором, сатирою, що прагне досягти цілей: 1) зняти напругу в суспільстві; 2) здійснити атаку на ворога, висміяти його дії, нівелювати переваги.

На повномасштабне вторгнення, до якого вдався ворог, намагалися оперативно та регулярно реагувати професійні коміки, військові, політики, тележурналісти. Ведучі згаданих у тексті статті шоу відразу висловили слова підтримки українському народу, військовим та прагнули знуцтатися над діями ворога, їх безглуздими виправданнями.

Список використаної літератури

1. Гичка Г. Про що жартують в час війни. URL: <https://uzhgorod.net.ua/news/167585> (дата звернення: 16.02.2023).
2. Драган-Іванець Н. Війна та гумор в Україні: лексичні аспекти (на прикладі програми Романа Вінтоніва). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 281–286.
3. Зеленський заявив, що йде у президенти. URL: <http://surl.li/gailw> (дата звернення: 13.02.2023).
4. Зеленський заявив, що йде в президенти. URL: <http://surl.li/gaimb> (дата звернення: 13.02.2023).
5. Зеленський оголосив про похід в президенти. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/01/1/7202742/> (дата звернення: 13.02.2023).
6. Крайнікова Т. Образно чи образливо? Про гумор у ЗМІ. URL: <http://surl.li/gainb> (дата звернення: 18.02.2023).
7. Billing M. *Laughter and Ridicule Towards a Social Critique of Humour*. SAGE Publications Ltd. 2005.
8. Charles R. In Ukraine, humour has become a weapon of war. URL: <https://www.washingtonpost.com/books/2022/04/01/ukraine-humoral/> (date of request: 20.02.2023).
9. Colombo Ch. Memes and War: Why People Turn to Jokes During Times of Crisis. URL: <https://www.teenvogue.com/story/memes-about-war-why> (date of request: 20.02.2023).
10. Cook T. «I will meet the world with a smile and a joke» Canadian Soldiers' Humour in the Great War. *Canadian Military History*. 2013. № 22. P. 2.
11. Davies Ch. Humour is not a strategy in war. *Journal of European Studies*. 2001. № 31(3–4). P. 395–412.
12. Elliott H. A TV actor who played Ukraine's president could now become the actual president. URL: <http://surl.li/gaimg> (date of request: 13.02.2023).
13. Fluri J. What's so funny in Afghanistan? Jocular geopolitics and the everyday use of humour in spaces of protracted precarity. URL: <http://surl.li/gaiwn> (date of request: 17.02.2023).
14. Grinspan J. Laugh during wartime. URL: <http://surl.li/gaiwc> (date of request: 20.02.2023).
15. Late Night Show Hosts Speak Out About Ukraine. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GVm99Ui2bYg> (date of request: 25.02.2023).
16. Maddocks M. Comedy and War. *The Sewanee Review*. 2004. Vol. 112. № 1. P. 22–34.
17. McPherson D. Humor is no joke in tough times and places. URL: <http://surl.li/gaivz> (date of request: 20.02.2023).
18. Matloff J. Ukraine's latest weapon in the war: Jokes. URL: <http://surl.li/gaivs> (date of request: 22.02.2023).
19. Russia Shocks World With Move To «De-Nazify» Ukraine. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Flwlza7IVqw> (date of request: 25.02.2023).
20. The comedy of war. URL: <http://surl.li/gaivq> (date of request: 23.02.2023).
21. Trojanovski A. «Parallel universe»: The front-runner seeking to be Ukraine's president plays one on TV. URL: <http://surl.li/gaimq> (date of request: 13.02.2023).
22. Ukraine's Civilians Take Up The Fight Against Russia. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dO490AKvT8s> (date of request: 26.02.2023).
23. Ukraine election: Comedian Zelensky wins presidency by landslide. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-48007487> (date of request: 13.02.2023).
24. We're Thinking About Ukraine Tonight. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=r1jmvOV0HJs> (date of request: 25.02.2023).

References

1. Ghychka, H. Pro scho zhartuyut' v chas viynu [What do they joke about during the war?]. Retrieved from <https://uzhgorod.net.ua/news/167585> [in Ukrainian].

2. Draghan-Ivanetc, N. (2017). Viyna ta humor v Ukraini: leksuchni aspekty (na prykladi programy Romana Vintoniva) [War and humor in Ukraine: lexical aspects (on the example of Roman Vintoniv's program)]. *Visnyk Lvivskogo universitetu. Seriya: Zhurnalistuka*, 42, 281–286 [in Ukrainian].
3. Zelenskiy zayavuv, scho ide u prezidentu [Zelensky announced that he is running for president]. Retrieved from <http://surl.li/gailw> [in Ukrainian].
4. Zelenskiy zayavuv, scho ide v prezidentu [Zelensky announced that he is running for president]. Retrieved from <http://surl.li/gaimb> [in Ukrainian].
5. Zelenskiy ogolosyv pro pohid v prezidentu [Zelensky announced his candidacy for the presidency]. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2019/01/17202742/> [in Ukrainian].
6. Kraynikova, T. Obrazno chy obrazlyvo? Pro humor u ZMI [Figurative or offensive? About humor in mass media]. Retrieved from <http://surl.li/gainb> [in Ukrainian].
7. Billing, M. (2005). *Laughter and Ridicule Towards a Social Critique of Humour*. SAGE Publications Ltd [in English].
8. Charles, R. In Ukraine, humour has become a weapon of war. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/books/2022/04/01/ukraine-humorina/> [in English].
9. Colombo, Ch. Memes and War: Why People Turn to Jokes During Times of Crisis. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/memes-about-war-why> [in English].
10. Cook, T. (2013). «I will meet the world with a smile and a joke» Canadian Soldiers' Humour in the Great War. *Canadian Military History*, 22, 2 [in English].
11. Davies, Ch. (2001). Humour is not a strategy in war. *Journal of European Studies*, 31 (3–4), 395–412 [in English].
12. Elliott, H. A TV actor who played Ukraine's president could now become the actual president. Retrieved from <http://surl.li/gaimg> [in English].
13. Fluri, J. What's so funny in Afghanistan? Jocular geopolitics and the everyday use of humour in spaces of protracted precarity. Retrieved from <http://surl.li/gaiwn> [in English].
14. Grinspan, J. Laugh during wartime. Retrieved from <http://surl.li/gaiwc> [in English].
15. Late Night Show Hosts Speak Out About Ukraine. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=GVm99Ui2bYg> [in English].
16. Maddocks, M. (2004). Comedy and War. *The Sewanee Review*, 112, 1, 22–34 [in English].
17. McPherson, D. Humour is no joke in tough times and places. Retrieved from <http://surl.li/gaivz> [in English].
18. Matloff, J. Ukraine's latest weapon in the war: Jokes. Retrieved from <http://surl.li/gaivs> [in English].
19. Russia Shocks World With Move To «De-Nazify» Ukraine. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Flwza7IVqw> [in English].
20. The comedy of war. Retrieved from <http://surl.li/gaivq> [in English].
21. Trojanovski, A. «Parallel universe»: The front-runner seeking to be Ukraine's president plays one on TV. Retrieved from <http://surl.li/gaimq> [in English].
22. Ukraine's Civilians Take Up The Fight Against Russia. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=dO490AKvT8s> [in English].
23. Ukraine election: Comedian Zelensky wins presidency by landslide. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-europe-48007487> [in English].
24. We're Thinking About Ukraine Tonight. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=r1jmvOV0HJs> [in English].

Стаття надійшла до редакції 16.06.2023.

Received 16.06.2023.

Kostiuk V., Kostiuk I. Humor in Times of War: Contextual and Psychological Aspect

Article's purpose is to comprehend the feasibility of comedy projects in times of war, the Russian-Ukrainian war in particular, and to determine their feasibility.

Research methodology. Include the analysis scientific-sources base on a select question, monitoring, synthesis. To identify the peculiarities of the practical functioning of foreign humour projects, we watched the relevant episodes on the online hosting platform Youtube.

Results. When war breaks out on the territory of any country, the military and other relevant structures have certain training, including mental training, which allows them to concentrate on fulfilling tasks and creating plans. The same cannot be said about citizens and society who are in shelters, in their homes or just on the street and receive a significant amount of stress and negative emotions.

So what can help improve a person's morale, what actions can distract them and help them to tune in to a positive mood? Some people prefer to walk when it is calm, while others like to eat, socialize, spend active time with family and friends. Regardless of which option you choose, it is almost impossible to go through such a period without a certain «dose» of positive emotions, which is produced by humor.

In the article, we analyse that at the initial stage of the full-scale war, Ukrainian comedians and stand-ups sought to find a conjunctural moment to return to the audience and try to help the recipient find solace.

If we talk about humour as a mass, commonly consumed product, then in this case, the focus of our research was on foreign programs of the Late Night Show format, which are traditional and popular among Western television audiences. They are broadcasted quite regularly and are in demand among a discerning audience. Each episode of the respective show is filled with original content delivered by a professional TV presenter. In such programs, jokes and laughter are quite common. But when it comes to how such programs discussed the full-scale invasion, it is worth noting that the hosts even addressed the guests in the studio (who produce lively laughter), warning against sarcasm and ridicule towards the heroic Ukrainian people, military and other professionals who bravely resisted the invaders in the first weeks of the armed conflict.

Novelty. *The article analyzes the specifics of the functioning of humorous programs (including foreign ones) in the early days of the aggressor's full-scale invasion of Ukraine.*

The practical significance. *The research results can be used during the further study of journalists in the hard period of the war.*

Key words: war, humor, psychology, presenter, audience.

Kostiuk W., Kostiuk J. Humor w czasie wojny: aspekt kontekstualny i psychologiczny

Celem artykułu jest rozważenie celowości projektów komediowych w czasie wojny, w szczególności wojny rosyjsko-ukraińskiej, oraz określenie ich celowości.

Metodologia badania. Uwzględnij analizę bazy źródłowej naukowej dotyczącej wybranego zagadnienia, monitoring, uogólnienie. Aby ujawnić specyfikę praktycznego funkcjonowania zagranicznych projektów humorystycznych, obejrzelśmy odpowiednie odcinki na internetowym serwisie YouTube.

Wyniki. *Gdy na terytorium dowolnego kraju wybuchła wojna, wojsko i inne odpowiednie struktury przechodzą określone szkolenie, w tym trening mentalny, który pozwala im skupić się na wykonywaniu zadań i planowaniu. Nie można tego powiedzieć o obywatelach i społeczeństwie, które przebywając w schroniskach, w domach czy po prostu na ulicy doświadczają znacznej dawki stresu i negatywnych emocji.*

Co więc może pomóc poprawić morale człowieka, jakie działania mogą go rozproszyć i pomóc mu dostosować się do pozytywnego nastroju? Ktoś woli iść na spacer w ciszy, ktoś lubi zjeść, pogadać, aktywnie spędzić czas z rodziną i przyjaciółmi. Bez względu na to, którą opcję wybierzesz, przeżycie takiego okresu bez pewnej «dawki» pozytywnych emocji wywołanych humorem jest prawie niemożliwe.

W artykule analizujemy, że w początkowej fazie wojny na pełną skalę ukraińscy komicy i stand-upowcy szukali dogodnego momentu, aby wrócić do publiczności i spróbować pomóc odbiorcy znaleźć ukojenie.

Jeśli mówimy o humorze jako produkcie masowym, powszechnie używanym, to w tym przypadku przedmiotem naszych badań były zagraniczne programy formatu Late Night Show, które są tradycyjne i popularne wśród zachodnich odbiorców telewizyjnych. Są emitowane dość regularnie i cieszą się popularnością wśród wymagającej publiczności. Każdy odcinek odpowiedniego programu jest wypełniony oryginalnymi treściami od profesjonalnego prezentera telewizyjnego. Żarty i śmiech są dość powszechne w takich programach. Ale jeśli chodzi o to, jak w takich programach dyskutowano o inwazji na pełną skalę, to warto zauważyć, że prezenterzy zwracali się nawet do gości w studiu (którzy śmieją się serdecznie), ostrzegając przed sarkazmem i kpina z bohaterskiego narodu ukraińskiego, wojskowe itp. zawodowców, którzy odważnie stawiali opór najeźdźcom w pierwszych tygodniach konfliktu zbrojnego.

Nowość. *Artykuł analizuje specyfikę funkcjonowania programów humorystycznych (w tym zagranicznych) w pierwszych dniach inwazji agresora na Ukrainę na pełną skalę.*

Znaczenie praktyczne. *Wyniki badań mogą być wykorzystane w dalszych badaniach dziennikarzy w trudnym okresie wojny.*

Słowa kluczowe: wojna, humor, psychologia, prezenter, publiczność.