



Храбан Т.Є., канд. філол. наук, доц., завідувач кафедри іноземних мов Військового інституту телекомунікацій та інформатизації імені Героїв Крут, вул. Князів Острозьких, 45/1, Київ, 01011, Україна, email: Xraban.Tatyana@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-5169-5170>, Scopus Author ID: 57215581503

ФЕМІНІСТСЬКИЙ ГУМОР УКРАЇНСЬКОГО СЕКТОРУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Мета цього емпіричного дослідження – окреслити специфіку феміністського гумору українського сектору соціальних мереж шляхом визначення головних прийомів, які жінки використовують для подолання гендерних стереотипів і упереджень. Матеріалом дослідження стали патерни гумору, вибірка яких проводилася в групах з українським контекстом з листопада 2022 р. по лютий 2023 р. За цей період у зазначених групах було розміщено 1803 пости. На першому етапі серед них нами було відібрано 698 постів, концептуальним змістом яких є гумор. На другому етапі було відібрано 121 патерн, головною відмінною характеристикою яких є використання гендерних термінів та/або присутність явних гендерних категорійних умовиводів. Увага була зосереджена на тих випадках, коли представлений гумор націлений на гендерну деконструкцію, що відбувається шляхом критики дискримінаційних соціальних норм щодо жінок. Використано дискурс-аналітичні методи дослідження. В українському секторі соціальних мереж прийомами феміністського гумору, який жінки використовують для подолання гендерних стереотипів і упереджень, є: 1. Позичування себе невгамовною “поганою дівчинкою”. Цей прийом має на меті розвиток і культивування асертивності, тобто спроби не залежати від зовнішнього тиску усталених соціальних норм поведінки, що приписуються справжній “леді”, самостійно регулювати власну поведінку та відповідати за неї. 2. “Заплування” гендерної бінарності. Гумор слугує платформою для створення ідентичності, яка не відповідає традиційному уявленню про чоловіків або жінок і не може бути описана в рамках жорсткої бінарної схеми. Важливим інструментом, що дає змогу жінкам самокритично піддавати сумніву стереотипи, є такий жанр гумору, як стьоб, який дає змогу жінці експериментувати з різними соціальними конструкціями того, що означає бути жінкою в образі чоловіка. 3. Переїмання чоловічої традиції принизливого гумору. Схвалюючи принизливий гумор, реципієнт дає згоду на припинення звичайних серйозних або критичних способів мислення про соціально неприйнятні теми, що спричиняє руйнування гендерних упереджень і стереотипів: якщо стереотипи не є правильними щодо чоловіків, то вони втрачають свою силу і щодо жінок. 4. Культивування самоспівчуття до себе. Самоспівчуття сприяє розвитку самосвідомості, яка відхиляє нормативні гендерні стереотипи як чинники, що перешкоджають позитивному прагненню до зростання і змін. З концепцією самоспівчуття тісно пов’язане позитивне сприйняття свого образу тіла. Результати, отримані в цьому дослідженні, підтвердили основні висновки попередніх праць, що феміністський гумор покликаний розв’язати низку проблем психологічного плану в жінок, причина яких криється у схильності до традиційних уявлень про гендерні ролі, але феміністський гумор не є чоловіконевисницьким. Завдяки визначенню типових прийомів, які використовуються для боротьби проти гендерних упереджень і стереотипів у певній країні, ми можемо судити про національно-культурну специфіку феміністського гумору.

Ключові слова: гумор, фемінізм, гендерні ролі, гендерні стереотипи, соціальні мережі, дискурс-аналіз.

Khraban T.Ye., PhD. (Philology), head of the Department of foreign languages, Military Institute of Telecommunications and Information Technologies named after Heroes of Kruty, 45/1, Kniaziv Ostrozkykh Str., Kyiv, 01011, Ukraine, email: Xraban.Tatyana@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-5169-5170>, Scopus Author ID: 57215581503

FEMINIST HUMOR IN THE UKRAINIAN SOCIAL MEDIA

Humour is instrumental in drawing attention to controversial topics like gender inequality. This empirical study aims to distinguish the culture-specifics of feminist humour in the Ukrainian social media sector by identifying women's main techniques to overcome gender stereotypes and prejudices. The material for the study was humour patterns sampled in the Ukrainian social media sector from November 2022 to February 2023. During this period, 1803 posts were shared in these groups. In the first stage, we selected 698 posts with humour as their conceptual content. In the second stage, 121 patterns were selected, the main distinguishing characteristic of which is the use of gender terms and/or the presence of explicit gender categorical inferences. Attention was focused on those examples where the humour was aimed at gender deconstruction, achieved by criticism of discriminatory social norms restricting women's and girls' rights. Discourse-analytical research methods were used in the study. Feminist humour techniques used by women in the Ukrainian social media sector to challenge gender stereotypes and prejudices are as follows: 1. Positioning oneself as an irrepressible "bad girl". This technique aims to develop and cultivate assertiveness, i. e. the ability to withstand the psychological pressure of traditional social norms attributed to a "real lady", to regulate one's behaviour and take responsibility for it. 2. "Confusion" of the gender binary. Humour is a platform for creating identities that do not follow the traditional concept of men or women and cannot be described within a rigid binary scheme. An essential tool that enables women to challenge stereotypes is the genre of humour, such as banter, which makes it possible for women to experiment with different social constructions of what being a woman in the image of a man means. 3. Adopting the male tradition of disparagement humour. The recipients' acceptance of disparagement humour means that they tacitly consent to the termination of typical serious or critical ways of thinking about socially problematic topics, thus ultimately destroying gender biases and stereotypes – if stereotypes do not apply to men, they lose their validity for women as well. 4. Cultivating self-compassion for oneself. Self-compassion fosters self-awareness that rejects normative gender stereotypes as factors that impede positive aspirations for growth and change. The concept of self-compassion is closely related to the positive perception of one's body image. The results of this study have confirmed the basic conclusions made in the earlier publications that feminist humour is designed to address several psychological problems women face, the reason for which stems from their tendency to adhere to traditional beliefs about gender roles, but feminist humour is not man-hating. By identifying typical techniques employed to challenge gender biases and stereotypes in a particular country, we can understand the national and cultural specificity of feminist humour.

Keywords: *humour, feminism, gender roles, gender stereotypes, social networks, discourse analysis.*

Гумор виконує важливу роль у нашому житті. Він може бути ефективним засобом створення спільноти – дружлюбний сміх є символом прийняття і демонструє спільну точку зору. Крім того, гумор здатен надати цінну інформацію для подальшого осмислення категорії соціології, зокрема гендерних стереотипів. Згідно з теорією соціальних ролей, контрастний розподіл чоловіків і жінок за соціальними ролями і висновки про те, якими бувають жінки і чоловіки, породжують гендерні стереотипи [1]. Незважаючи на значні зміни у суспільстві, багато аспектів традиційних гендерних стереотипів

зберігаються [2]: чоловіків традиційно вважають більш рішучими, а жінок – такими, які “більшою мірою піклуються про інших, є комунікабельними та емоційно чутливими” [3]. Гендерні стереотипи продовжують викликати довіру, оскільки гендер – це “аспект особистості, який легко помітити і запам’ятати” [4], він слугує “підказкою для стереотипного мислення” [5]. Проте жінки не завжди і не повністю погоджуються зі стереотипними уявленнями про себе. На реальний зсув у зміні соціальних ролей і, як наслідок, еволюцію гендерних стереотипів вказують успіхи в досягненні гендерної рівності у професійній діяльності завдяки подоланню гендерної сегрегації й гендерної асиметрії на ринку праці.

Ґрунтуючись на цілком справедливому твердженні, що гендер визначає найдрібніші деталі нашого життя, можливо, “більшою мірою, ніж наш вік, соціальне походження та етнічна приналежність” [6], логічно припустити, що гумор також є гендерно зумовленим. Незважаючи на те, що з давніх часів “гумор традиційно використовується для вираження гендерних упереджень” [7], сприяє “посиленню соціальної ієрархії та асиметрії” [8] і продовжує “відігравати важливу роль у гендерній типізації” [9] у сучасному світі, він дедалі активніше використовується “для критики й заперечування нерівності” [10], тим самим стає інструментом для послаблення статускво. Створюючи альтернативні перспективи, гумор впливає на норми та допомагає повернути увагу до деяких дискусійних тем, таких як гендерна нерівність. За допомогою гумору як інструменту для виходу за рамки обмежень фіксованої соціальної ідентичності жінки вимагають рівності та влади, права самостійно ухвалювати рішення, мати голос і брати участь в організації світу.

Гумор стає тією “вільною зоною”, де показано гендерні протиріччя та кинута виклик усталеним нормативним гендерним стереотипам. У таких випадках гумор може “перетікати” в серйозний дискурс протесту, виводити гендерні питання на передній план у стверджувальній або послабленій формі. Послаблений гумор, який критикує, протистоїть і ставить під сумнів сексизм, може “функціонувати як допоміжний інструмент для боротьби із сексистським ставленням, дискримінацією жінок і гендерною нерівністю, підвищуючи обізнаність людей з низькою феміністською ідентичністю з метою залучення їх у колективні дії” [11]. Гумор, націлений на гендерну деконструкцію, відомий як “феміністський гумор” [12]. Слід виокремити дві його характеристики: 1) головними дійовими особами у виробництві та поширенні цього типу гумору є жінки; 2) цей тип гумору використовують як інструмент ситуативної та соціальної конфронтації, основною метою якої є подолання гендерної асиметрії та нерівності на міжособистісному та соціальному рівнях.

Створюючи і зміцнюючи особливі смисли, феміністський гумор сприяє створенню почуття спільності, дає змогу жінкам самоідентифікуватись і проявляти свій фемінізм у повсякденному спілкуванні [13]. Л.Е. Дункан [14] наголошує на необхідності поширення знань про фемінізм, усунення непорозумінь і перекручень з усіх боків суспільних дебатів та ініціатив щодо пропозиції кращих рішень для гендерної та феміністської комунікації. Вивчення тенденцій у гендерній спрямованості гумору, внаслідок якої відбувається активізація протистояння стереотипам, встановленим

патріархатом, дасть змогу розширити наші уявлення про феномен гумору та краще зрозуміти динаміку гендерних стереотипів у суспільстві.

Інтерес до феномену гумору з гендерного ракурсу зростає, і це зумовило появу низки праць, які висвітлюють взаємозв'язок між гендером і гумором у таких дисциплінах, як соціологія, лінгвістика, психологія, освіта, медицина, етнографія. У соціальних науках, напрям досліджень яких пов'язаний із соціальним характером сміху, було розроблено низку підходів: функціоналістський, конфліктний, феноменологічний, порівняльно-історичний і підхід символічної взаємодії. Щодо вивчення гендерного аспекту гумору, плідними виявилися підхід символічної взаємодії, феноменологічний і конфліктний підходи.

Феноменологічний підхід концептуалізує гумор як специфічний “світогляд”, спосіб сприйняття та конструювання соціального світу [15].

Дослідження в рамках цього підходу успішно пов'язують воедино різноманітні функції та характеристики гумору, у них поєднано мікро- і макроперспективи гумору, розкрито причини, через які люди звертаються до гумору [16–18]. Так, у дослідженні Ф. Фасолі, Дж. Огден і С. Джонсон [16] гумор розглядається як стратегія подолання стресу, зумовленого проблемами, що пов'язані з тілом, набором ваги та харчуванням. Дослідники проаналізували думку жінок щодо образу тіла і дійшли висновку, що гумор, який спрямований на саму себе, є головним у розумінні жінками образу тіла та їхньої харчової поведінки. У той час як використання жінками афіліативного та самопідтримувального стилів гумору може позитивно вплинути на їхній образ тіла, агресивний і саморуйнівний гумор може мати негативні психологічні впливи.

За допомогою підходу символічної взаємодії гумор постає у центрі соціального аналізу і фокусується на ролі гумору в конструюванні значень і соціальних відносин у соціальній взаємодії. Центральною темою цих досліджень гумору [9; 13; 19–23] є зв'язок між гумором і гендером, коли люди через гумор створюють і зміцнюють гендерні ролі. Символічний інтеракціоністський підхід актуальний також у працях, спрямованих на дослідження гендерних відмінностей у продукуванні гумору. Так, Л. Мікес, Д.Е. Вокер, Дж.Л. Парріс, Р. Манкофф та Н.Дж.С. Крістенфельд [24] досліджували чинники, які лежать в основі стереотипу про те, що чоловічий гумор має перевагу над жіночим, і як сприйняття індивідами своїх власних стилів гумору зіставляється з їхнім сприйняттям стилів гумору представників своєї або іншої гендерної категорії. Отримані в емпіричному дослідженні дані не повною мірою узгоджуються з усталеною думкою, що чоловічий гумор покликаний справляти враження тільки на жінок, оскільки чоловічий гумор привабливий і для інших чоловіків. Відповідно до результатів дослідження, чоловічому гумору віддають перевагу як чоловіки, так і жінки.

За конфліктного підходу гумор розглядається як “зброя, форма нападу, засіб захисту” [25], тобто як “прояв або корелят соціального конфлікту” [15]. Конфліктний підхід релевантний у тому випадку, коли використання гумору має чітку мету і корелює з конфліктом і груповим антагонізмом [8; 10; 11; 12; 26; 27]. Найважливішим напрямом досліджень щодо конфліктного підходу є використання жінками фемініст-

ського гумору для деконструкції нав'язаних їм гендерних ролей, а отже, реконструкція їхньої ідентичності. Жінки звертаються до феміністського гумору для висміювання тих ролей, які їм приписують як жінкам, “тим самим послаблюючи або принаймні ставлячи під сумнів обґрунтованість і незмінність цих ролей” [27]. Мішенню гумору при цьому є не жіноча слабкість або некомпетентність, а гендерні забобони та стереотипи; сумніву та критиці піддаються припущення, що цінності, пов'язані з ними, є непорушними [27; 28]. А.Р. Рікельме, Х. Карретеро-Діос, Х.Л. Мегіас та М. Ромеро-Санчес [11] зазначають про те, що феміністський гумор часто представлений як соціальна сатира, що надає йому схожості із “сексистським гумором” [29]. Проте ворожий сексизм проявляється в “домінантному патерналізмі, конкурентній гендерній диференціації та гетеросексуальній ворожості” [30], тоді як феміністський гумор спрямований на дискредитацію уявлень про чоловічу перевагу, сексуальну доблесть і домінування. Однакова інтерпретація сексистського та феміністського гумору створює ситуацію, коли феміністський гумор може тлумачитися некоректно, і сприйматися людьми, які мають високий рівень сексистських забобонів, як зневажливий. Тому можливою реакцією на феміністський гумор буде посилення упередження проти жінок. Водночас люди з високим рівнем феміністського настрою, будучи чутливими до становища нерівності або приниження, що представлене у феміністському гуморі, можуть загострити увагу на ситуації приниження жінки, а не на конфронтації, яку вона демонструє.

Через активне зростання аудиторії соціальних мереж жінки дедалі частіше використовують інтернет для висвітлення своїх проблем і боротьби проти гендерних забобонів і стереотипів. У просторах, побудованих на схожості інтересів (зокрема, групах соціальної мережі “Фейсбук”), зростають виклики гегемоністським значенням гендерної ідентичності та сексуальності, що дедалі більшою мірою впливає на інтенсивність соціальних змін.

Мета статті – окреслити специфіку феміністського гумору українського сектору соціальних мереж шляхом визначення головних прийомів, які жінки використовують для подолання гендерних стереотипів та упереджень.

Це дослідження виконано за допомогою конфліктного підходу до розуміння гумору. Крім того, дотримуючись соціально-конструктивістського підходу, ми розглядаємо гендер як динамічний, соціально конструйований феномен, який реалізується через дискурсивні практики [6], до яких належать елементи та відносини, що поділяються учасниками комунікації як основа для взаємодії в даному контексті під час дискурсу [31]. При цьому гумор можна охарактеризувати як “гендерний дискурсивний ресурс, до якого регулярно вдаються і чоловіки, і жінки, домовляючись про свою гендерну ідентичність у взаємодії” [6], і в якому лексичні, синтаксичні та фонетичні ресурси, просодичні, паралінгвістичні, кінетичні й типографічні елементи допомагають авторам жартів досягнути своїх гумористичних цілей і продемонструвати гендерну ідентичність [32]. “Дискурс постає як мова, текст, обговорення, візуальний образ, використання символів, які мають використовуватися акторами за визначеними соціальними інструкціями, отже, дискурси можна вважати реальною соціальною практикою” [33]. Дискурс-аналітичні дослідження пов'язані з реконструкцією процесів, які відбу-

ваються в соціальному конструюванні, об'єктивації, комунікації та легітимізації структур значень в інституційній сфері на публічних аренах [33]. Звернення до дискурс-аналітичних методів аналізу гумору дає змогу “зрозуміти його діалогічний характер набагато краще, ніж лабораторні дослідження” [9], а дискурс-аналіз є дослідницькою програмою, вбудованою в соціологічну традицію з метою вивчення дискурсивного конструювання символічних порядків [33].

У цьому дослідженні ми вважаємо доцільним звернутися до критичного дискурс-аналізу (КДА) і використати соціолінгвістичний підхід, щоб з'ясувати, як “концепцію гендеру можна побудувати, деконструювати і навіть співконструювати за допомогою гумору в запланованому дискурсі” [6]. КДА має строгий науковий характер, спрямований на вивчення зв'язку між дискурсивними та когнітивними структурами, з одного боку, дискурсивними і соціальними – з іншого, що вимагає залучення міждисциплінарних теорій і методів [34]. У цілому КДА фокусується на таких компонентах дискурсу, які залежать від відповідних соціальних умов використання мови, або які можуть сприяти певним соціальним наслідкам дискурсу, наприклад, вплив на соціальні переконання і дії реципієнтів: інтонація або візуальні і аудіальні особливості (колір, шрифт, властивості зображення, музика), синтаксичні структури, метафори, аргументи (або софізми), вибір лексики, семантика пресупозицій, риторичні фігури або аргументативні структури, вибір певних мовних зворотів, розмовних стратегій [34]. Методику критичного дискурс-аналізу можна представити у вигляді тривимірної моделі, коли конкретний мовний випадок (комунікативна подія) розглядається у трьох вимірах, кожен з яких піддається ретельному неформалізованому аналізу: 1) виголошений/написаний текст (семантичні, синтаксичні та інші особливості); 2) дискурсивні практики його виробництва (контекст створення); 3) дискурсивна практика соціальної дійсності [35].

Матеріал. Дослідження проводилося в соціальній мережі “Фейсбук”. Вибірка патернів гумору проводилася в групах з українським контекстом “Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською” (158,7 тис. учасників), “На позитиві” (896 тис. учасників), “Веселі Українці” (1,0 млн учасників) з листопада 2022 р. по лютий 2023 р. Цей період було обрано з огляду на міркування, що за період від початку російсько-української війни внаслідок категоричного відторгнення українським народом усього російського, на початок листопада 2022 р. з українського сектору соціальних мереж повністю зникли кальки з феміністського російського гумору. Цей факт посприяв вивченню національно-культурної специфіки українського феміністського гумору, оскільки вплив російського сегмента було зведено до мінімуму. З листопада 2022 р. по лютий 2023 р. у цих групах було розміщено 1803 пости. На першому етапі серед них нами було відібрано 698 постів, концептуальним змістом яких є гумор. На другому етапі було відібрано 121 патерн, головною відмінною характеристикою яких є використання гендерних термінів і (або) присутність явних гендерних категорійних умовиводів. Ми зосередилися на 59 випадках, коли представлений гумор спрямований на гендерну деконструкцію, що відбувається шляхом критики дискримінаційних соціальних норм щодо жінок. Таким чином, обраний період дослідження дав змогу зосередитися лише на тих патернах феміністського гумору, які були спродуковані українським народом.

Усі відібрані жарти були викладені в акаунтах, чії власниці, згідно з їхніми фотографіями або іменами, позиціонують себе як жінки. Ми вважаємо цей факт достатньою умовою для відбору патернів, оскільки навіть у тому разі, якщо віртуальна ідентичність не відповідає реальній, ми виходимо з постулату, що гендер – це соціальний конструкт.

Обмеження. Оскільки дослідження проводилося в соціальній мережі “Фейсбук”, то можна стверджувати, що в полі зору здебільшого перебувала вікова категорія 35+, яка переважає в цій соціальній мережі, згідно з результатами соціального дослідження, проведеного Фондом “Демократичні ініціативи” імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова у 2021 р.¹. Тому основне обмеження дослідження пов’язане з валідністю застосовності результатів дослідження до інших сегментів суспільства.

Інше обмеження пов’язане з текстовим матеріалом дослідження. Х. Котхоф [9] зазначає, що жарти, які зафіксовані в тексті, позбавлені багатьох типових усних і невербальних особливостей (перемикання коду, соціальної стилістики, особливостей усної творчості, повторень, виокремлених формулювань, просодії, вигуків, сміху, міміки тощо), які вказують на контекстуальні фактори, що постійно змінюються, але які є необхідними для інтерпретації в дискурсі. Таким чином, із фокусу уваги дослідника можуть випадати важливі контекстуальні підказки.

Х. Котхоф [9] та інші дослідники “типово жіночого” стилю гумору зазначають такі його характеристики, як креативність, спонтанність, багатоперспективність, життєрадісність, виразність і чимала кількість кумедної саморефлексії та самоіронії. Цей стиль гумору може бути використаний як феміністська стратегія: самоіронічна сила, що дистанціюється від болю, приниження і перфекціонізму, може сприяти взаємному висміюванню страхів і невпевненості [27]. В українському секторі соціальних мереж головним прийомом, який жінки використовують для подолання гендерних стереотипів та упереджень, є позиціонування себе невгамовною “поганою дівчинкою”. Цей прийом має на меті розвиток і культивування асертивності, спроможності не залежати від зовнішнього тиску усталених соціальних норм поведінки, що приписуються справжній “леді”, самостійно регулювати власну поведінку та відповідати за неї. Для реалізації цієї мети в патернах гумору моделюється ситуація, в якій жінка демонструє своє право не виправдовуватися і не пояснювати свою поведінку, вона ламає обмеження і відстоює право жити за власними правилами: *“Гадала на Андрія! Розбила дзеркало, залила сусідів, прибила чоботом якогось чоловіка. Зразу приїхали швидка, поліція, пожежна... Сиджу тепер і думаю: “А хто ж з них суджений?”*²; право приймати нелогічні рішення, не дотримуватись і не пояснювати іншим логіку, раціональність та обґрунтованість своїх вчинків: *“Замовила чоловіку на Миколая спінінг,*

¹ Медіаспоживання в Україні: зміна медіапотреб та програш російської пропаганди. Фонд “Демократичні ініціативи” імені Ілька Кучеріва. 15.02.2022. URL: <https://dif.org.ua/article/mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotreb-ta-progrash-rosiyskoi-propagandi>

² Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 22.12.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

прийшло червоне плаття... В когось таке було?”³; право оцінювати власну поведінку: “Як каже моя кума: “Іноді треба дозволити собі бути пришелепкуватою, тому що бути весь час розумною нервів не вистачить!”⁴; право висловлювати свої думки і почуття прямо, відверто говорити про свої потреби: “Дожилася. Наварила борщу. Насмажила грибів, м’яса, картоплі, порізала огірочки. Сиджу і думаю: “Чогось бракує! Чи то чоловіка, чи то горілки”⁵.

Іншим прийомом є “заплутування” гендерної бінарності. Гумор слугує платформою для створення ідентичності, яка не відповідає традиційному уявленню про чоловіків або жінок і не може бути описана в межах жорсткої бінарної схеми. При цьому конструйована небінарна гендерна ідентичність відокремлена від сексуальної орієнтації. Важливим інструментом, що дає змогу жінкам самокритично піддавати сумніву стереотипи, які керують нашим життям, є такий жанр гумору, як стьоб. Цей жанр виник як протест проти традиційних і усталених норм, клішованого мислення та стереотипів. Ресурсний потенціал стьобу впливає з його постмодерністської природи, що передбачає погляд на речі з альтернативного боку, дає змогу жінці експериментувати з різними соціальними конструкціями того, що означає бути жінкою в образі чоловіка: “Оксано!!! Все, з мене досить! Ти завжди напідпитку! Я подаю на розлучення!” – “Здурити, я що, заміж вийшла?”; “Поїхала в магазин на велосипеді. Взяти пляшку шампанського. Подумала: “Якщо впаду – розіб’ю”, тому випила на місці. Як у воду дивилася! Поки приїхала додому, сім разів впала”; “Света! А де горілка, яку я вчора купив?” – “В графині”. – “У нас нема графина!” – “Графина немає, а графиня є!”; “Сіла на лавку і задумалась: “Треба кинути палити і пити, знайти роботу, завести сім’ю... Дійшла висновку: більше не сідатиму на ту лавку”⁶. У цих прикладах стьоб виступає як агресивний спосіб негативної ідентифікації, він “зіштовхує” чоловіка з того п’єдесталу, на який він був піднесений завдяки гендерним стереотипам, але водночас “удар падіння” пом’якшується завдяки зверненню до стилю самознижувального гумору. Так, Д. Расселл [36] зазначає, що “тактика використання традиційної формули самознижувального гумору може слугувати стратегією порятунку обличчя в інтересах аудиторії. Виставляючи напоказ власну дурість, жінки-коміки послаблюють силу удару по чоловіках” [36]. Водночас завдяки демонстрації традиційних рис маскулінності жінки дистанціюються від суспільних очікувань жіночності. У прикладі: “Йшла пізно вулицею. Оглядаюсь, а ззаду чоловік якийсь. Ну тут я і погнала... Ех, не наздогнала!”⁷ – стереотип, що жінки мають бути скромними та слабкими, руйнується завдяки створенню неймовірної історії, в якій сюжет не відповідає гендерним очікуванням щодо того, як мали б розвиватися події. Стьоб у феміністських традиціях “ґрунтується не на

³ На позитиві. *Фейсбук*. 02.10.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

⁴ Веселі Українці. *Фейсбук*. 13.11.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/1547165745570004>

⁵ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 16.11.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

⁶ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 11.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

⁷ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 07.12.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

приниженні іншої людини, а на протиставленні контролю та неконтрольованого і, таким чином, на перемозі над цим контролем” [27].

Переїмання чоловічої традиції принизливого гумору є ще одним прийомом феміністської стратегії: *“Якщо ти знайшов у дружини недоліки, ймовірно, це ти – ті самі недоліки, які завадили їй знайти чоловіка кращого, ніж ти”*; *“Вікторе, ти вже дорослий чоловік, тобі 45 років! За тебе вже все має вирішувати дружина, а не мати!”*; *“Тільки підкаблучник питатиме у дружини, чи можна посидіти з друзями. Справжній чоловік і так знає, що не можна!”*⁸; *“Вчора чоловік, поївши картопельки з курочкою і салату, попивши узвару з млинцями, сказав: “Якщо ти коли-небудь підеши від мене до іншого, я приходитиму до вас вечеряти!”*; *“Шукаю логопеда для хлопчика віком 40+... Не може вимовити: “Виходь за мене!”*⁹. Б. Пахл зазначає про те, що зневажлива форма гумору “завжди залишається однобічною, не допускає жодної двоїстості, підпорядковує суперечливість простим категоріям і таким чином структурує світ у легко ідентифіковані категорії: добро й зло, правильне й неправильне, розумне й нерозумне” [27]. Проте, незважаючи на неповноцінність принизливого гумору, згідно з теорією упереджених норм, він потенційно може стати “засобом позбавлення від гендерних упереджень і стереотипів” [37]. Гендерно-упереджені люди схильні інтерпретувати принизливий гумор у некритичному гумористичному ключі, вони почуваються комфортно, висловлюючи свої власні упередження. При цьому, з одного боку, полегшуючи дискримінацію, гумор приниження нівелює і тривіалізує свою мету, а з іншого боку, він передає неявне повідомлення про те, що в даному контексті до упереджень “можна ставитися в грайливій, некритичній манері” [37]. Схваляючи гумор, реципієнт дає усну згоду на припинення звичайних серйозних або критичних способів мислення про соціально неприйнятні теми, що спричиняє руйнування гендерних упереджень і стереотипів, якщо стереотипи не є правильними щодо чоловіків, то вони втрачають свою силу і щодо жінок. Проте слід зазначити, що такий прийом ефективний тільки стосовно осіб, які здатні перейти до некритичного гумористичного мислення для інтерпретації жарту. Крім того, тут “відіграє роль особистий смак, схильність і знання делікатних тем” [9].

Культивування самоспівчуття до себе також є важливим прийомом, що сприяє еволюції гендерних стереотипів. Самоспівчуття концептуалізується як відкритість до власних страждань, переживання почуття турботи та доброти щодо себе, розуміючи неосуджувальне ставлення до власних вад і невдач і визнання того, що “власний досвід є частиною загального людського досвіду” [38]. Феміністський гумор вказує на невідповідність ідеальному образу, але робить це в “утішній, мудрій і смішній формі” [39], що “дарує відчуття визволення, втіхи та дитячої радості” [40]: *“А тепер давайте поговоримо про серйозні жіночі проблеми: чому парфуми за 3 тисячі гривень тримаються 2 години, а запах смажених котлет – 3 дні, при цьому шлейфовість досягає 3-х метрів”*; *“Коли наша жінка несе сумки з базару, навіть коні дивляться на*

⁸ На позитиві. Фейсбук. 19.11.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

⁹ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. Фейсбук. 09.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

неї з повагою”¹⁰. Самоспівчуття допомагає жінкам точніше сприймати себе і “коригувати дезадаптивні моделі мислення, почуттів і поведінки” [41]. Таким чином, самоспівчуття сприяє розвитку самосвідомості, яка відхиляє нормативні гендерні стереотипи як чинники, що перешкоджають позитивному прагненню до зростання і змін. З концепцією самоспівчуття тісно пов’язане позитивне сприйняття свого образу тіла. Жінки часто дуже критично ставляться до свого тіла і своєї ваги, тому що “їм соромно за те, як вони виглядають” [42]. Ці проблеми з образом тіла викликають стурбованість вагою, що “виражається в надмірному бажанні бути худюю” [43]. Феміністський гумор, який спрямований на позитивне сприйняття свого образу тіла, пропонує дотримуватися життєвих принципів гедонізму, закликає до отримання задоволення, зокрема від смачної їжі: “Справжні ваги для жінок вагу не показують, а просто пишуть: “Зате ти – найгарніша”; “Розмовляють дві подруги: “А мені мій вчора каже: “Чого ти така худя? Іди торт з’їж” – “А “твій” – це хто?” – “Та... Внутрішній голос”; “Привіт, кохана. Чим займаєшся?” – “Лежу на дивані” – “І що на тобі зараз?” – “Миска з варениками”¹¹.

Необхідність культивування самоспівчуття до себе виникає і в інших ситуаціях. Феміністський гумор, узагальнюючи жіночий досвід, намагається дати рекомендації з приводу будь-якої життєвої ситуації. Часто ці рекомендації близькі до порад професійного психолога, тільки втілені в жартівливу форму.

Оскільки велике значення для жінки в її житті відіграють міжособистісні стосунки з протилежною статтю, то зрозумілим є важливість тих зв’язків, що складаються між жінкою та чоловіком у формі почуттів, суджень і звернень один до одного. У житті неминучі труднощі в підтримці оптимальних міжособистісних стосунків, причиною яких можуть бути низька самооцінка, яка змушує людину повірити, що вона менш гідна, ніж інші, що з нею щось не так і що її не можна любити. На думку психологів, для вирішення найрізноманітніших міжособистісних проблем людині необхідно, насамперед, полюбити саму себе. До цього закликає і феміністський гумор, а для розв’язання цієї проблеми він пропонує змінити патерн поведінки, який ґрунтується на традиційних гендерних стереотипах, діяти по-новому, розірвати шаблони, щоб побачити інші можливості. У патернах феміністського гумору українського сектору соціальних мереж ми знаходимо такі поради: приймати себе без внутрішньої критики, почуття провини чи сорому: “Я доросла, самодостатня жінка! І маю право сама вирішувати, де в мене талія. І не треба мені вказувати!!!”¹²; дозволяти собі радіти життю і жити заради задоволення: “Купила чай для схуднення. Добрий такий... з батоном, з маслом, з сиром”¹³; задовольняти власні потреби, діяти відповідно до своїх бажань: “Добра порада жінкам: “Будьте рішучими! Сподобався чоловік – ведіть додому, наріжте хліба, сала, налейте борщу, сто грамів і відразу ж запитайте: “Що

¹⁰ На позитиві. *Фейсбук*. 12.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

¹¹ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 07.11.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

¹² На позитиві. *Фейсбук*. 02.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

¹³ На позитиві. *Фейсбук*. 26.12.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

тобі приготувати на сніданок?”¹⁴; визнавати свої здібності й таланти унікальними: “Тільки жінка вміє одночасно варити їсти, сидіти у Фейсбуці, прибирати, розмовляти з подругою, сваритись на kota і пити гарячу каву”¹⁵; поважати себе: “Моя сусідка – сильна жінка! У неї зламалась м’ясорубка, так вона, щоб помолоти м’ясо, заморозила його і потерла на терці! І тут я зрозуміла, що нашу країну не подолати!”¹⁶; усвідомлювати свою самодостатність: “Тату! Тебе довго не було з Чехії... Мама нам за цей час нові телефони купила, велосипед і сестричку!”¹⁷; відстоювати особисті кордони: “Знаєш, Іра, яке я собі бажання загадаю на Новий рік? Щоб ти мені вірною була!” – “Пізно! Я тобі вже сорочку купила!”¹⁸.

Результати, отримані в цьому дослідженні, підтвердили основні висновки попередніх праць у царині вивчення феміністського гумору. Головною причиною виникнення феміністського гумору є те, що наявні в суспільстві гендерні стереотипи негативно впливають на деякі аспекти гендерної ідентифікації та соціалізації жінок, незважаючи на те, що вони вважають себе рівними чоловікам за низкою агентних якостей. Феміністський гумор покликаний розв’язати низку психологічних проблем у жінок, причина яких криється у схильності до традиційних уявлень про гендерні ролі. Розглядаючи гендерні стереотипи як інструмент маніпулювання та нав’язування певних моделей поведінки, феміністський гумор спрямований на переосмислення домінуючих конструкцій жіночності. Феміністський гумор допомагає жінкам спільно рухатися до нового розуміння прогресивних моделей жіночності, сприяє включенню оновлених гендерних ролей у розуміння соціального устрою суспільства, тим самим формує нові Я-концепції. Водночас феміністський гумор не є чоловіконенависницьким, оскільки він радше пропонує слухачеві посміятися над якимось абсурдним аспектом життя, ніж продемонструвати упереджене ставлення до чоловіків.

Висновки. Завдяки визначенню типових прийомів, які українські жінки використовують для боротьби проти гендерних упереджень і стереотипів, можна дійти висновку про національно-культурну специфіку феміністського гумору в Україні. В українському секторі соціальних мереж головним прийомом, який жінки використовують для боротьби проти гендерних упереджень і стереотипів, є: 1) позиціонування себе невгамовною “поганою дівчинкою”; 2) заплутування гендерної бінарності; 3) перейняття чоловічої традиції зневажливого гумору; 4) культивування самоспівчуття до себе. Цей перелік не є вичерпним, внаслідок появи нових тенденцій у феміністському гуморі ця тема потребує подальшого дослідження.

¹⁴ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 24.12.2022. URL: <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

¹⁵ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 13.11.2022. <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

¹⁶ Анекдоти, гумор, жарти, приколи українською. *Фейсбук*. 06.11.2022. <https://www.facebook.com/groups/UAFun>

¹⁷ На позитиві. *Фейсбук*. 08.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

¹⁸ На позитиві. *Фейсбук*. 22.01.2023. URL: <https://www.facebook.com/groups/376314733250163>

Подальші дослідження гумору покликані заповнити значну прогалину в науці, що пов'язана з використанням гумору жінками під час війни. Сміх часто залишається поза увагою соціальних теорій як джерело колективного потенціалу. Крім сучасного розуміння гумору подальші дослідження можуть бути спрямовані на осмислення розвитку та культивування почуття гумору як мистецтва в найважчі часи пережити найстрашніше і збалансувати внутрішні переживання.

Список використаних джерел

1. Koenig A.M., Eagly A.H. Evidence for the social role theory of stereotype content: observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of personality and social psychology*. 2014. Vol. 107 (3). P. 371–392. <https://doi.org/10.1037/a0037215>
2. Chalmers J. Examining the Stereotype of the Humourless, Man-Hating Feminist. *Political Psychology*. 2021. URL: <https://polpsysipp.medium.com/examining-the-stereotype-of-the-humourless-man-hating-feminist-bf058f26e11e>
3. Hentschel T., Heilman M.E., Peus C.V. The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men's and Women's Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in psychology*. 2019. Vol. 10. P. 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
4. Fiske A.P., Haslam N., Fiske S.T. Confusing one person with another: What errors reveal about the elementary forms of social relations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1991. Vol. 60 (5). P. 656–674. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.5.656>
5. Blair I.V., Banaji M.R. Automatic and controlled processes in stereotype priming. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 70 (6). P. 1142–1163. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.6.1142>
6. Linares Bernabéu E. The role of humor discourse in the construction of gender identity. *Pragmalingüística*. 2019. Vol. 27. P. 112–132. URL: <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/4615>
7. Ford T., Richardson K., Petit W. Disparagement humor and prejudice: Contemporary theory and research. *HUMOR*. 2015. Vol. 28 (2). P. 171–186. <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0017>
8. Strain M.L., Martens A.L., Saucier D.A. “Rape is the new black”: Humor’s potential for reinforcing and subverting rape culture. *Translational Issues in Psychological Science*. 2016. Vol. 2 (1). P. 86–95. <https://doi.org/10.1037/tps0000057>
9. Kothoff H. Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics*. 2006. Vol. 38. P. 4–25.
10. Saucier D.A., Strain M.L., Miller S.S., O’Dea C.J., Till D.F. “What do you call a Black guy who flies a plane?”: The effects and understanding of disparagement and confrontational racial humor. *Humor: International Journal of Humor Research*. 2018. Vol. 31 (1). P. 105–128. <https://doi.org/10.1515/humor-2017-0107>
11. Riquelme A.R., Carretero-Dios H., Megías J.L., Romero-Sánchez M. Joking for gender equality: Subversive humor against sexism motivates collective action in men and women with weaker feminist identity. *Sex Roles: A Journal of Research*. 2021. Vol. 84 (1–2). P. 1–13. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01154-w>
12. Case C.E., Lippard C.D. Humorous assaults on patriarchal ideology. *Sociological Inquiry*. 2009. Vol. 79 (2). P. 240–255. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00282.x>
13. Crawford M. Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics*. 2003. Vol. 35. P. 1413–1430. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00183-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00183-2)
14. Duncan L.E. Women's relationship to feminism: effects of generation and feminist self-labeling. *Psychology of Women Quarterly*. 2010. Vol. 34. P. 498–507. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01599.x>

15. Kuipers G. The sociology of humor. *The Primer of Humor Research* / V. Raskin (Ed.). Berlin, New York: De Gruyter Mouton, 2008. P. 361–398. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.361>
16. Fasoli F., Ogden J., Johnson S. The relationship between humor and women's body image concerns and eating behaviors. *HUMOR*. 2022. Vol. 35 (4). P. 531–552. <https://doi.org/10.1515/humor-2022-0028>
17. Slater A., Cole N., Fardouly J. The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body image*. 2019. Vol. 29. P. 82–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>
18. Bast E.S., Berry E.M. Laugh Away the Fat? Therapeutic Humor in the Control of Stress-induced Emotional Eating. *Rambam Maimonides medical journal*. 2014. Vol. 5. Issue 1. e0007. <https://doi.org/10.5041/RMMJ.10141>
19. Holmes J. Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies*. 2000. Vol. 2 (2). P. 159–185. <https://doi.org/10.1177/1461445600002002002>
20. Hofmann J., Platt T., Lau C., Torres-Marín J. Gender differences in humor-related traits, humor appreciation, production, comprehension, (neural) responses, use, and correlates: A systematic review. *Current Psychology*. 2020. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00724-1>
21. Hay J. The pragmatics of humor support. *Humor: The International Journal of Humor Research*. 2001. Vol. 14 (1). P. 55–82. <https://doi.org/10.1515/humr.14.1.55>
22. Bressler E.R., Martin R.A., Balshine S. Production and appreciation of humor as sexually selected traits. *Evolution and Human Behavior*. 2006. Vol. 27 (2). P. 121–130. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2005.09.001>
23. Tosun S., Faghihi N., Vaid J. Is an Ideal Sense of Humor Gendered? A Cross-National Study. *Frontiers in psychology*. 2018. Vol. 9. P. 199. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00199>
24. Mickes L., Walker D.E., Parris J.L., Mankoff R., Christenfeld N.J.S. Who's funny: Gender stereotypes, humor production, and memory bias. *Psychonomic Bulletin and Review*. 2012. Vol. 19 (1). P. 108–112. <https://doi.org/10.3758/s13423-011-0161-2>
25. Speier H. Wit and Politics: An Essay on Laughter and Power. *American Journal of Sociology*. 1998. Vol. 103 (5). P. 1352–1401. <https://doi.org/10.1086/231355>
26. Evans J.B., Slaughter J.E., Ellis A.P.J., Rivin J.M. Gender and the evaluation of humor at work. *Journal of Applied Psychology*. 2019. Vol. 104 (8). P. 1077–1087. <https://doi.org/10.1037/apl0000395>
27. Pahl B. Pussy Riot's humour and the social media: Self-irony, subversion, and solidarity. *The European Journal of Humour Research*. 2017. Vol. 4 (4). P. 67–104. <https://doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.pahl>
28. Shifman L., Lemish D. Between Feminism and Fun(ny)mism. *Information, Communication & Society*. 2010. P. 870–891. <https://doi.org/10.1080/13691180903490560>
29. Mallett R.K., Ford T.E., Woodzicka J.A. What did he mean by that? Humor decreases attributions of sexism and confrontation of sexist jokes. *Sex Roles*. 2016. Vol. 75 (5–6). P. 272–284. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0605-2>
30. Glick P., Fiske S.T. Hostile and Benevolent Sexism. *Psychology of Women Quarterly*. 1997. Vol. 21 (1). P. 119–135. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00104.x>
31. Langacker R. Discourse in Cognitive Grammar. *Cognitive Linguistics*. 2001. Vol. 12 (2). P. 143–188. <https://doi.org/10.1515/cogl.12.2.143>
32. Ruiz Gurillo L. The Linguistics of Spanish Humour. *European Journal of Humour Research*. 2012. Vol. 1 (2). P. 112–116.
33. Климанська Л.Д. Соціологічна версія дискурс-аналізу. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2014. № 20. С. 104–110.
34. Van Dijk T. *Discourse and Power*. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2008. 303 p.
35. Бочулінський С. Концептуальні та емпіричні особливості дискурсивного конструювання соціальної реальності. *Релігія та Соціум*. 2015. № 1-2 (17-18). С. 255–262.

36. Russell D. Self-deprecatory humour and the female comic. *Thirdspace: A Journal of Feminist Theory & Culture*. 2002. Vol. 2 (1). P. 1–20.
37. Ford T.E., Ferguson M.A. Social consequences of disparagement humor: A prejudiced norm theory. *Personality and Social Psychology Review*. 2004. Vol. 8. P. 79–94. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0801_
38. Neff K.D. Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*. 2003. Vol. 2. P. 85–102.
39. Critchley S. *On Humour* (1st ed.). Routledge. 2002. 144 p. <https://doi.org/10.4324/9780203870129>
40. Berger P.L. *Redeeming Laughter. The Comic Dimension of Human Experience*. Berlin: de Gruyter. 1997. 217 p.
41. Neff K.D. Self-compassion, self-esteem, and well-being. *Social and Personality Psychology Compass*. 2011. Vol. 5. P. 1–12.
42. Duarte C., Pinto-Gouveia J., Ferreira C. Escaping from body image shame and harsh self-criticism: exploration of underlying mechanisms of binge eating. *Eating behaviors*. 2014. Vol. 15 (4). P. 638–643. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.08.025>
43. Holmes M., Fuller-Tyszkiewicz M., Skouteris H., Broadbent J. Understanding the link between body image and binge eating: a model comparison approach. *Eating and weight disorders: EWD*. 2015. Vol. 20 (1). P. 81–89. <https://doi.org/10.1007/s40519-014-0141-4>

Отримано 13.02.23 та прийнято 21.03.23

References

1. Koenig, A.M., Eagly, A.H. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype content: observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of personality and social psychology*, 107 (3), 371-392. <https://doi.org/10.1037/a0037215>
2. Chalmers, J. (2021). Examining the Stereotype of the Humourless, Man-Hating Feminist. *Political Psychology*. URL: <https://polpsyispp.medium.com/examining-the-stereotype-of-the-humourless-man-hating-feminist-bf058f26e11e>
3. Hentschel, T., Heilman, M.E., Peus, C.V. (2019). The Multiple Dimensions of Gender Stereotypes: A Current Look at Men's and Women's Characterizations of Others and Themselves. *Frontiers in psychology*, 10, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
4. Fiske, A.P., Haslam, N., Fiske, S.T. (1991). Confusing one person with another: What errors reveal about the elementary forms of social relations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (5), 656-674. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.5.656>
5. Blair, I.V., Banaji, M.R. (1996). Automatic and controlled processes in stereotype priming. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (6), 1142-1163. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.6.1142>
6. Linares Bernabéu, E. (2019). The role of humor discourse in the construction of gender identity. *Pragmalingüística*, 27, 112-132. URL: <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/4615>
7. Ford, T., Richardson, K., Petit, W. (2015). Disparagement humor and prejudice: Contemporary theory and research. *HUMOR*, 28 (2), 171-186. <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0017>
8. Strain, M.L., Martens, A.L., Saucier, D.A. (2016). "Rape is the new black": Humor's potential for reinforcing and subverting rape culture. *Translational Issues in Psychological Science*, 2 (1), 86-95. <https://doi.org/10.1037/tps0000057>
9. Kothoff, H. (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of Pragmatics*, 38, 4-25.
10. Saucier, D.A., Strain, M.L., Miller, S.S., O'Dea, C.J., Till, D.F. (2018). "What do you call a Black guy who flies a plane?": The effects and understanding of disparagement and confrontational racial humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 31 (1), 105-128. <https://doi.org/10.1515/humor-2017-0107>

11. Riquelme, A.R., Carretero-Dios, H., Megías, J.L., Romero-Sánchez, M. (2021). Joking for gender equality: Subversive humor against sexism motivates collective action in men and women with weaker feminist identity. *Sex Roles: A Journal of Research*, 84 (1-2), 1-13. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01154-w>
12. Case, C.E., Lippard, C.D. (2009). Humorous assaults on patriarchal ideology. *Sociological Inquiry*, 79 (2), 240-255. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00282.x>
13. Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics*, 35, 1413-1430. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00183-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00183-2)
14. Duncan, L.E. (2010). Women's relationship to feminism: effects of generation and feminist self-labeling. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 498-507. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01599.x>
15. Kuipers, G. (2008). The sociology of humor. In V. Raskin (Ed.), *The Primer of Humor Research* (pp. 361–398). Berlin, New York: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.361>
16. Fasoli, F., Ogden, J., Johnson, S. (2022). The relationship between humor and women's body image concerns and eating behaviors. *HUMOR*, 35 (4), 531-552. <https://doi.org/10.1515/humor-2022-0028>
17. Slater, A., Cole, N., Fardouly, J. (2019). The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body image*, 29, 82-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>
18. Bast, E.S., Berry, E.M. (2014). Laugh Away the Fat? Therapeutic Humor in the Control of Stress-induced Emotional Eating. *Rambam Maimonides medical journal*, 5, 1, e0007. <https://doi.org/10.5041/RMMJ.10141>
19. Holmes, J. (2000). Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies*, 2 (2), 159-185. <https://doi.org/10.1177/1461445600002002002>
20. Hofmann, J., Platt, T., Lau, C., Torres-Marín, J. (2020). Gender differences in humor-related traits, humor appreciation, production, comprehension, (neural) responses, use, and correlates: A systematic review. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00724-1>
21. Hay, J. (2001). The pragmatics of humor support. *Humor: The International Journal of Humor Research*, 14 (1), 55-82. <https://doi.org/10.1515/humr.14.1.55>
22. Bressler, E.R., Martin, R.A., Balshine, S. (2006). Production and appreciation of humor as sexually selected traits. *Evolution and Human Behavior*, 27 (2), 121-130. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2005.09.001>
23. Tosun, S., Faghihi, N., Vaid, J. (2018). Is an Ideal Sense of Humor Gendered? A Cross-National Study. *Frontiers in psychology*, 9, 199. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00199>
24. Mickes, L., Walker, D.E., Parris, J.L., Mankoff, R., Christenfeld, N.J.S. (2012). Who's funny: Gender stereotypes, humor production, and memory bias. *Psychonomic Bulletin and Review*, 19 (1), 108-112. <https://doi.org/10.3758/s13423-011-0161-2>
25. Speier, H. (1998). Wit and Politics: An Essay on Laughter and Power. *American Journal of Sociology*, 103 (5), 1352-1401. <https://doi.org/10.1086/231355>
26. Evans, J.B., Slaughter, J.E., Ellis, A.P.J., Rivin, J.M. (2019). Gender and the evaluation of humor at work. *Journal of Applied Psychology*, 104 (8), 1077-1087. <https://doi.org/10.1037/apl0000395>
27. Pahl, B. (2017). Pussy Riot's humour and the social media: Self-irony, subversion, and solidarity. *The European Journal of Humour Research*, 4 (4), 67-104. <https://doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.pahl>
28. Shifman, L., Lemish, D. (2010). Between Feminism and Fun(ny)mism. *Information, Communication & Society*, 870-891. <https://doi.org/10.1080/13691180903490560>
29. Mallett, R.K., Ford, T.E., Woodzicka, J.A. (2016). What did he mean by that? Humor decreases attributions of sexism and confrontation of sexist jokes. *Sex Roles*, 75 (5-6), 272-284. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0605-2>
30. Glick, P., Fiske, S.T. (1997). Hostile and Benevolent Sexism. *Psychology of Women Quarterly*, 21 (1), 119-135. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00104.x>

31. Langacker, R. (2001). Discourse in Cognitive Grammar. *Cognitive Linguistics*, 12 (2), 143-188. <https://doi.org/10.1515/cogl.12.2.143>
32. Ruiz Gurillo, L. (2012). The Linguistics of Spanish Humour. *European Journal of Humour Research*, 1 (2), 112-116.
33. Klymanska, L.D. (2014). Sociological version of discourse analysis. *Metilohiia, teoriia ta praktyka sotsiologichnoho analizu suchasnoho suspilstva – Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society*, 20, 104-110 [in Ukrainian]
34. Van Dijk, T. (2008). *Discourse and Power*. N. Y.: Palgrave Macmillan.
35. Bochulynskiy, S. (2015). Conceptual and empirical features of the discursive construction of social reality. *Relihiia ta sotsium – Religion and Society*, 1-2 (17-18), 255-262 [in Ukrainian]
36. Russell, D. (2002). Self-deprecatory humour and the female comic. *Thirdspace: A Journal of Feminist Theory & Culture*, 2 (1), 1-20.
37. Ford, T.E., Ferguson, M.A. (2004). Social consequences of disparagement humor: A prejudiced norm theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8, 79-94. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0801_
38. Neff, K.D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2, 85-102.
39. Critchley, S. (2002). *On Humour* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203870129>
40. Berger, P.L. (1997). *Redeeming Laughter. The Comic Dimension of Human Experience*. Berlin: de Gruyter.
41. Neff, K.D. (2011). Self-compassion, self-esteem, and well-being. *Social and Personality Psychology Compass*, 5, 1-12.
42. Duarte, C., Pinto-Gouveia, J., Ferreira, C. (2014). Escaping from body image shame and harsh self-criticism: exploration of underlying mechanisms of binge eating. *Eating behaviors*, 15 (4), 638-643. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.08.025>
43. Holmes, M., Fuller-Tyszkiewicz, M., Skouteris, H., Broadbent, J. (2015). Understanding the link between body image and binge eating: a model comparison approach. *Eating and weight disorders: EWD*, 20 (1), 81-89. <https://doi.org/10.1007/s40519-014-0141-4>

Received on 13.02.23 and accepted 21.03.23