

3. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21.12.1993 № 3759-ХІІ // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення : 20.11.2022).

4. Черніна Д. Телесторія : як починалося українське ТV. *Телекритика*. 28 бер. 2019. URL : <https://telekritika.ua/uk/telestoriya-jak-pochinalosja-ukrainske-tv-2/> (дата звернення : 13.11.2022).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-70>

Осіпова З. О.

*аспірантка І року навчання за спеціальністю «Політологія»,
Маріупольський державний університет*

ГУМОР ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА В ЕПОХУ ПОСТМОДЕРНУ

Гумор виступав об'єктом наукового осмислення з часів античності, ще Платон у сьомій книзі «Законів» писав, що «без комічного не можна пізнати серйозного» [3, с. 689]. Проте традиційно гумор є об'єктом дослідження лінгвістики, психології, антропології, філософії та соціології, але в якості переважно механізмів, які викликають сміх. Лише в ХХ столітті дослідники починають вивчати проблему «комічного» в історичній та політичній площині. І саме політичний аналіз дає можливість досліджувати контекст жарту, ситуацію, яка його створила, переводити гумор в площину рефлексій з приводу подій політичного життя: особливості ставлення до політичної системи, увлечення про неї, активність, участь тощо.

Слід зазначити, що у своїй теоретичній та практичній трактовці політичний гумор виступає в багатьох іпостасях: як форма соціальної розрядки; як маркер політичного розвитку держави; як інструмент політичної боротьби; як форма критичної реакції на політичні рішення; як засіб комунікації держави та суспільства тощо [1, с. 114].

В епоху постмодерну, яка, на думку Ж. Бодрийяра [7, с. 25], характеризується експонентним споживанням сенсів, гумор відокремлюється в якості символічно-знакової системи політичного симулякра.

Вивчення гумору в контексті постмодерністського суспільства розпочав французький теоретик постмодерну Ж. Ліповецькі. Він

зазначив, що гумор виступає показником демократизації політичної культури, оскільки виконує подвійне демократичне завдання: він дозволяє індивіду забути, хоча б на хвилину, про мертву хватку долі, про реальність життя, про умовності і легковажно затвердити своє вільнодумство [6, с. 176]. Ж. Ліповецькі виділив три основні категорії: знеособлення, десубстанціалізацію та персоналізацію. На його думку, гумор проникає в усі сфери, перетворюючи вищі ідеали на пародію. Оскільки постмодерн не визнає авторитетів, жорстких дуальностей та опозицій, тому самому серйозному може надаватися комізм. На зміну героїчній і універсальній фазі загальної рівності, навіть обмеженій помітними класовими протиріччями, приходять гумористична і партикулярна фаза демократії [6, с. 312].

У ситуаціях соціальних потрясінь, зокрема політичного транзиту, у взаємодії політичних еліт і суспільства гумор застосовується активніше, у якості критичної реакції на політичні рішення, він стає складовою частиною політичної комунікації, виступаючи продуктом життєдіяльності громадянського суспільства, його різних проявів, одним з дієвих засобів демократизації суспільства [1, с. 138].

Таким чином, якщо історично гумор був, скоріше, інструментом, котрий десакаралізує владу (що проявлялось в «народно-сміховій культурі»), то в епоху постмодерну об'єктом політичного гумору може стати будь-який елемент політичного життя, при цьому гумор перестає бути виключно сатиричним та злим, стає розважальним та іронічним. У ролі каталізаторів такої трансформації виступають ЗМІ, соціальні мережі, саме режим ліберальної демократії, в рамках якого політичні лідери змушені шляхом різних маніпуляцій підтримувати образ «свого хлопця». Найбільш значущі події соціуму ретранслюються в мережу у вигляді вербальних і візуальних сполучень.

Іншим аспектом існування політичного гумору стає його технологічний характер, тобто використання у якості соціально-політичної технології. Іронія та сарказм використовуються на різних рівнях комунікації: між виборцями та кандидатом, між політиками, між можновладцем та громадянами тощо. Кепкування, стьоб, тролінг стають атрибутами політичної комунікації.

Як політико-комунікаційна технологія, гумор використовується, з одного боку, з метою маніпуляції свідомістю громадян (підірвання авторитета того чи іншого політика, висміювання політичних конкурентів), з іншого, з метою інформування суспільства, зняття напруги і конфліктності, привернення уваги до політики, сприяння розвитку інтелектуальних здібностей учасників комунікації, підвищення рівня політичної культури як політиків, так і громадян [2, с. 260].

У період соціальних потрясінь, якими у сьогоденній реальності виступають військові дії, у декілька разів збільшується навантаження на психіку людини, як у зв'язку із впливом безпосередньо етіопатогенічного чинника (переживання, пов'язані із загрозою життю), так і у зв'язку з ситуацією потужного інформаційного впливу – інфовійни, інфотерору, інфошоку. І тут гумор виступає як форма компенсації, відходу від реальності, як стратегія виживання, стійкості (І. Кант зазначав: «Сміх – це афект, що виникає з раптового перетворення напруженого очікування у ніщо» [5, с. 412]), а також як форма опору та спротиву в інформаційній війні. Причому, якщо на початку війни у 2014 році, гумор був ініціативою некоординованого громадянського суспільства, то сьогодні вже представники політичного істеблїшменту використовують такі форми гумору, як меми, фото-жаби, смайли та ребуси [4] для верифікації владних рішень та подій на фронті, передачі в гротескній формі суспільно-політичних реалій.

Таким чином, гумор виступає невід'ємним і мінливим атрибутом політичного процесу, бо саме в гуморі репрезентуються найактуальніші теми та проблеми суспільно-політичного життя. А в постмодерністську епоху споживання сенсів, особливо в період соціальних потрясінь, гумор перетворюється на один з ключових елементів політичної комунікації, виконуючи функції пропаганди та контрпропаганди, перетворившись в стратегію виживання та стійкості.

Список використаних джерел:

1. Демичева А. В. Сучасний політичний гумор як поліфункціональне явище // Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса, сер.: Політичні науки. Київ, 2019. 260 с.
2. Денисюк С. Г. Гумор як політико-комунікативна технологія // Політологічний вісник. 36-к наук. праць. Київ: ІНТАС, 2011. Вип. 57. 464 с.
3. Платон. Законы // Платон. Диалоги. Книга вторая. Москва: Эксмо, 2008. 1162 с.
4. П'ять промовистих смайлів. Як Банкова повідомила про успішний контрнаступ ЗСУ. URL: <http://bit.ly/3TyCngX>.
5. Gabriel A. Almond, Sidney Verba. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. New York: Sage Publications Inc., 1989. 562 p.
6. Gilles Lipovetsky. The Era of Emptiness. Paris: LiMAC Library, 1983. 336 p.

7. Jean Baudrillard. *Simulacra and Simulations*. Paris: Editions Galilée, 1988. 164 p.

8. *Imagination Beyond Nation. Latin American Popular Culture* / Ed. by Eva P. Bueno and Terry Caesar. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1998. 254 p.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-71>

Панасенко М. О.

магістр журналістики,

Запорізький національний університет

МАНХВА ТА ВЕБТУН ЯК РІЗНОВИДИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Наприкінці 1990-х років корейські комікси поширилися настільки, що назва «манхва» тепер циркулює як неологізм у багатьох мовах. Укорінившись у повсякденному житті навіть за межами Південної Кореї, «манхва» стала простим для розуміння ярликом, який можна використовувати для різних цілей, навіть якщо вони здаються суперечливими. Корейські політики, наприклад, часто говорять про манхву, в контексті «м'якої сили» та просування або поширення корейського контенту [3, с. 249]. У той же час деякі читачі піддають критиці манхву в цілому, висловивши стурбованість з приводу «віртуальної порнографії» та потенційної шкоди іміджу Кореї за кордоном [3, с. 250]. Якими б протилежними не здавалися ці позиції, обидві мають спільні риси: широке узагальнення «манхви» і націоналізуюче посилення на «Південну Корею». Такі схильності поширені у Кореї і є винятковими для тих, хто має невиразне уявлення про таку літературу, обмежуючись милими або сексуалізованими зображеннями.

Наразі слово «манхва» використовується як в корейській, так і в європейських мовах як позначення корейських коміксів, але до 1980-х років такий термін семантично не обмежувався корейськими творами [4]. Різноманіття сюжетів перемістилося із зарубіжних країн до Південної Кореї, що особливо помітно у сунджон-манхві (комікси для дівчат). Зарубіжного інтересу до видання паперових версій не існувало, доки фанати не взяли на себе ініціативу розвивати ринок власноруч.