

СОЦИАЛЬНАЯ ПРИРОДА ЮМОРА

Довлетов Шукурулла Атаназарович, самостоятельный
соискатель УрГу

YUMORNING IJTIMOYIY TABIATI

Dovletov Shukurulla Atanazarovich, UrDu mustaqil izlanuvchi

SOCIAL NATURE OF HUMOR

Dovletov Shukurulla Atanazarovich, Independent Researcher
UrSu



<https://orcid.org/0009-0003-4745-4288>

e-mail:
shdovletoff@proton.me

Аннотация: Статья посвящена исследованию роли юмора как социокультурного явления, которое формируется и развивается в контексте социальных взаимодействий и структур. В работе анализируется концептуальная природа юмора, его функции в обществе и особенности восприятия различных типов анекдотов в зависимости от культурных, гендерных и возрастных факторов. Исследуя юмор как инструмент социальной связи, автор рассматривает его влияние на взаимодействие между группами, а также его роль в социальной трансформации и адаптации.

Ключевые слова: анекдот, юмор, культура, социология, восприятие, интерпретация.

Annotatsiya: Maqola ijtimoiy aloqalar va tuzilmalar kontekstida shakllanadigan va rivojlanadigan ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida hazilning rolini o'rganishga bag'ishlangan. Ishda hazilning konseptual tabiati, uning jamiyatdagi funksiyalari va hazilning turli turlarini qabul qilish xususiyatlari madaniy, gender va yosh omillariga bog'liq holda tahlil qilinadi. Hazilni ijtimoiy bog'lanish vositasi sifatida o'rganib, muallif uning guruhlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirga ta'siri hamda ijtimoiy o'zgarishlar va moslashuvdagi rolini ko'rib chiqadi.

Kalit so'zlar: latifa, hazil, madaniyat, sotsiologiya, qabul qilish, talqin.

Abstract: The article is dedicated to the study of humor as a sociocultural phenomenon, which is formed and developed in the context of social interactions and structures. The paper analyzes the conceptual nature of humor, its functions in society, and the perception of different types of humor depending on cultural, gender, and age factors. By exploring humor as a tool of social connection, the author examines its influence on group interactions, as well as its role in social transformation and adaptation.

Key words: anecdote, humor, culture, sociology, perception, interpretation.

ВВЕДЕНИЕ. Анекдот, будучи частью фольклорной традиции, воплощает собой форму вернакулярного дискурса, выполняющую также функции социального взаимодействия, как разновидность гетероглосного жанра. Анекдоты, имея низкую регистровую классификацию, направлены на удовлетворение

опосредованных социальных потребностей. При этом они реализуют две ключевые прагматические функции: сброс или снижение психоэмоционального напряжения, а также изобличение, выявление и осмеяние социальных пороков и явлений.

ЛИТЕРАТУРА И МЕТОД. В исследовании особое внимание уделяется соотношению юмора с социальными нормами и ожиданиями, а также его способности отражать и комментировать текущие общественные проблемы. На основе эмпирических данных и теоретического анализа мы предлагаем новые подходы к пониманию юмора как динамичного элемента социальных структур, способствующего как сплочению, так и конфронтации в обществе. Данная работа вносит вклад в область социологии юмора и может стать основой для дальнейших исследований, направленных на анализ взаимосвязи между юмором и социальными изменениями.

При исследовании природы анекдотических традиций в контексте особенностей восприятия, возникает очевидная проблема их интерпретации, изучение которой поможет объяснить феномен смешных и несмешных анекдотов. Вопросы в данной области занимались Т.В.Артемяева, Я.Г.Гаранина[1,с.173-180], Н.Г.Беретарь[2], Ю.И.Ульянова [4].

ОБСУЖДЕНИЕ. Так чем же обусловлено понимание анекдотов? Предлагаем рассмотреть основные варианты, лежащие на поверхности: возрастные, гендерные и

социокультурные отличия в понимании юмора и на основании этого – проанализировать, как каждое из этих различий формирует уникальные перспективы и ожидания в отношении анекдотов, составить полное и объективное представление о влиянии данных факторов на восприятие комических ситуаций. Обратим внимание, что из предложенных трёх целевых групп, лишь одна – возрастная, имеет тенденцию к изменениям, тогда как гендерная и социокультурная остаются постоянными.

Для систематизации нашего исследования (таблица №1), мы применим парадигму профессора С.В.Савельева, который утверждает, что коммуникативное и любое другое поведение гоминидов предопределяется тремя эволюционно значимыми целями: «Пища, размножение и доминантность остаются залогом биологического процветания любых организмов на планете» [3,с.31]. Применив данную парадигму к концепции, что жанровая дифференциация анекдотов может быть структурирована по этим трём основным тематическим категориям, коррелирующие с базовыми человеческими потребностями, мы можем заключить, что каждый анекдот или комическая ситуация направлена на удовлетворение одной или нескольких из этих ключевых эволюционных целей.

Таблица №1

ЕДА	РАЗМНОЖЕНИЕ	ДОМИНАНТНОСТЬ
Темы анекдотов		
О водке ГАИ Врачи Дети Коррупция Свадьба Тёща	Об изменах Муж и жена Секс Пошлые Поручик Ржевский О гусаках Матерные	Армия Армянское радио Про блондинку Британские учёные Про Вовочку Учёба Политика

Данная выборка составлена по облаку тегов наиболее популярных анекдотов в сети на 03.06.2024 года.

Для определения тенденции вкусовых предпочтений в анекдотах по возрастам, проследим за тем, какие типы анекдотов циркулируют в группах людей разных

возрастных категорий. Для этого будет проведен сбор и анализ анекдотов, распространённых в следующих возрастных группах: дети (до 12 лет), подростки (13-17 лет), молодёжь (18-25 лет), взрослые (26-59 лет) и пожилые люди (60 лет и старше). Данный подход позволяет выявить специфические типологии юмора,

предпочтительные для каждой возрастной группы, и оценить, как эти предпочтения могут изменяться со временем.

РЕЗУЛЬТАТЫ. Для каждого возрастного сегмента будут отобраны наиболее часто встречающиеся в этой среде анекдоты. Затем они по присущим им характеристикам будут классифицированы по типам. Выбор соответствующих критериев классификации, разработанных на основе литературных и фольклорных подходов, позволяет более точно сопоставить результаты.

Далее производится количественный анализ частотности появления заданных тематических категорий в каждом возрастном сегменте. Полученные данные помогают выявить доминирующие темы и формы юмористического повествования, характерные для каждой группы. Кроме того, качественный анализ содержания анекдотов в различных возрастных категориях позволит понять, какие общественные и психологические факторы влияют на вкусовые предпочтения в юморе.

Детский юмор (до 12 лет). В основном в данной категории используются словесные игры, антропоморфизмы и нелепые ситуации – абсурд.

- ***
- Пап, а у тебя в детстве был планшет?
 - Нет, тогда и компьютеров-то и не было.
 - А на чём ты тогда играл?
 - На улице.

Ребёнок на детской площадке находит дохлую летучую мышь, подбирает ее и бежит к маме с криками:

- Мама, мама, я ангела нашёл!!!

Мой младший брат-первоклассник каждое утро сам ездит на 19-автобусе в 28-школу, где его учат считать до десяти.

Подростковый юмор (13-17 лет) связан, прежде всего, с изменениями, происходящими в пубертатный период, такими как – становление личности и самоутверждение. Особенности юмора этого периода будут обилие сарказма, анекдоты, связанные с неловкими ситуациями, а также насмешки над взрослыми авторитетами.

- Алло! Три часа ночи! Кто вы?

.....

- Это папа вашего ученика, Елена Васильевна! Спите?

-Конечно!

- А мы тут каштаны пилим, желуди протыкаем – готовим поделку на конкурс «Прощай, осень»...
- ***

Мальчик Петя ударил молотком по пальцам трудовика и получил пять. По крайней мере, ему так послышалось.

- Звонок для учителя!

- Женщина, мне всё равно, кто вы такая! Верните звонок обратно на мой велосипед!

.....

Молодёжный юмор (18-25 лет), в основном характеризуется экспериментальностью и нетрадиционными формами комедии, в этой возрастной группе преобладает чёрный, а также ситуативный юмор.

- Как его там звали? Мультиокунь? Гиперлещ?
- Поликарп.
- Точно!

- Ура, я поступила в автошколу, скоро будет на одного пешехода меньше!
- А может, и не на одного...

- Висит груша, нельзя скушать. Что это?
- Загадка.

Взрослые (26-59 лет). Обычно это иронический, ностальгический юмор про работу, семью и хобби.

Прожить жизнь просто. Вначале надо делать то, что говорят родители, затем то, что говорит жена, затем внуки и сиделка.

Первые 25 лет зубы работают на тебя, а потом ты работаешь на зубы.

Хочешь быть счастливым? Будь им! Главное, чтоб жена не узнала.

В пожилом возрасте (60 лет и старше) анекдоты в большинстве своем классические – это иронические шутки над возрастом внуками и жизнью на пенсии.

Пенсионный фонд – это большая финансовая пирамида. Деньги вкладывают все, а получают лишь выжившие.

Является ли достижение пенсионного возраста экстремизмом?

Наконец-то выяснилось, кто пишет на дверях Пенсионного фонда «Цой жив». Это делает пенсионер Иван Иванович Цой, которому вот уже третий месяц не выплачивают пенсию.

Таблица № 2

Возраст	Игра слов	Сарказм, неловкие ситуации, насмешки над взрослыми	Экспериментальный, нестандартный юмор	Ирония, ностальгия	Классические шутки, ностальгия
до 12 лет	+	-	-	-	-
13-17 лет	+	+	-	-	-
18-25 лет	+	+	+	-	-
26-59 лет	+	+	+	+	-
60+ лет	+	+	+	+	+

Данный подход обеспечивает объективное понимание динамики вкусового восприятия анекдотов в контексте возрастной дифференциации. По таблице № 2 мы можем наблюдать, что анекдоты, функционируя как средство внутригрупповой коммуникации в социуме, представляют собой дискурсивные элементы, которые передают культурную и опытную информацию в юмористическом формате. Например, если субъект не обладает antecedentными знаниями в какой-либо области, то вероятность понимания им юмора по этой теме значительно снижается. Переходя через этапы взросления в социальной среде, человек накапливает соответствующий данному обществу опыт. С возрастом знаний у человека становится всё больше, соответственно увеличивается и диапазон воспринимаемого юмора. Данная ситуация наглядно обыгрывается в примере общения двух друзей:

- Поразительная разница в общении с молодыми и взрослыми мужчинами. Если 22-летние готовы общаться с тобой до глубокой ночи, то мужчины за 36 в 22:00 уже спешат ко сну.
- Просто экран телефона светит в глаза жене.
Также, в этой таблице показано, что пиковое значение восприятия достигается в группе 60+, другое дело – реакция на юмор. Как мы уже отмечали – существуют возрастные, гендерные и культурные отличия в понимании юмора. Если гендерный юмор условно воспринимается обеими полами практически одинаково, за исключением особенных реакций, то культурные аспекты менее податливы в этом плане, поскольку различия затрагивают более глубокие слои идентичности и восприятия. Юмор, основанный на культурных особенностях и реалиях, может варьироваться в зависимости от исторического и социального контекста, в котором он возникает.

Если же соотносить анекдоты с таблицей № 1, то они распределяются по темам на основании сферы интересов, которая в свою очередь формируется из возрастных групп, что коррелируется с социокультурными особенностями этих групп. Это предполагает прямую взаимосвязь с тремя вышеуказанными константами.

Категория еды или жизненного обеспечения, представлена в анекдотах, где основным мотивом являются повседневные материальные потребности. Такие анекдоты отображают бытовые заботы и радости.

Тема отношений между полами, партнерства и различных аспектов любовной жизни, часто встречаются в анекдотах. Эти

сюжеты включают шутки о браке, свиданиях, ревности и других аспектах отношений, которые в конечном итоге связаны с продолжением рода и выбором партнера.

Доминантность находит своё отражение в шутках, связанных с социальной иерархией, властью, престижем и статусом. Анекдоты на эту тему могут высмеивать представителей власти, демонстрировать конфликты на рабочем месте, или же наоборот, показывать триумф «маленького человека» над системой.

Попробуем разложить анекдоты по жанровым типам и посмотреть, в какой возрастной группе они циркулируют, где в качестве расчётной единицы дисперсионного анализа будем использовать шаблон – анекдоты про...

Таблица № 3

Размножение	Общее кол-во запросов	Доля всех запросов %	Аффинити-индекс %
Об изменах	484	0,00000577	98,33
Муж и жена	2147	0,0000255	102,68
Секс	4163	0,0000496	100,04
Пошлые	17257	0,000205	98,64
Поручик Ржевский	2838	0,0000338	101,9
О гусарах	186	0,00000221	103,29
Матерные	4085	0,0000487	99,95
ВСЕГО	31160	0,00037058	704,83

Доминантность	Общее кол-во запросов	Доля всех запросов %	Аффинити-индекс %
Армия	2270	0,0000270	99,92
Армянское радио	156	0,00000193	96,62

Про блондинку	1172	0,0000139	103,48
Британские учёные	23	0,00000027	112,73
Про Вовочку	16737	0,0001995	102,31
Учёба	50	0,00000059	96,91
Политика	391	0,0000046	103,22
ВСЕГО	20799	0,00024779	715,19

Еда	Общее кол-во запросов	Доля всех запросов %	Аффинити-индекс %
О водке	772	0,0000092	104,30
ГАИ	124	0,00000147	100,77
Врачи	2206	0,0000263	101,13
Дети	4460	0,0000531	102,47
Коррупция	43	0,00000051	95,4
Свадьба	813	0,0000096	103,29
Тёща	2568	0,0000306	101,13
ВСЕГО	10986	0,00013078	708,49

Таблица №3 даёт возможность наблюдать, что на период исследования – июнь-август 2024 года, наиболее высокими показателями аффинити-индекса обладает категория – Доминантность (715,19%). Таким образом, через призму утверждений профессора С.В.Савельева, жанровая классификация анекдотов не только становится более понятной и упорядоченной, но и даёт возможность глубже понять природу человеческого юмора и его связь с эволюционными механизмами. Более того, систематизация юмористического контента по данным трем эволюционно значимым направлениям позволяет открыть новые

горизонты в исследовании когнитивных и социальных аспектов человеческой психики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Основная генерация анекдотов происходит в среднем возрастном сегменте 18-59 лет. В зависимости от условий жизни и идеологических установок, пиковое значение жанровой тематики анекдотов в обществе может меняться. Несмотря на универсальные темы анекдотов (еда, размножение, доминантность), их восприятие и понимание определяются культурным и социальным контекстами, а также личными особенностями слушателей. Анекдоты служат зеркалом, отражающим как биологическую природу человека, так и его социокультурные

реалии. Понимание юмора требует учета универсальных тем и индивидуального, социального контекста, в котором эти темы рассматриваются.

Таким образом, анекдоты, несмотря на их базовую, биологически обусловленную тематику, воспринимаются через призму личного, социального и культурного опыта, что делает юмор многогранным и субъективным феноменом.

Автор выражает благодарность своему научному руководителю, (DSc) Чупонову Отаназару Отажоновичу за ценные советы и рекомендации в создании статьи.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Артемьева Т.В., Гаранина Я.Г. Серия Философия. Психология. Педагогика. Вестник Удмуртского университета. – № 173. – Т. 30, 2020. – С. 173-180 /373.
2. Беретарь Н.Г. Социокультурные особенности юмора в ценностной системе этноса: на материале адыгейской культуры: Дис. канд социол. н. – Майкоп, 2006. – 170 с.

3. С.В.Савельев. Церебральный сортинг. – М. Вьди. 2016. – 233 с.

4. Ю.И.Ульянова. Индивидуально-психологические особенности чувства юмора в профессиональной деятельности социальных работников: Дис. канд. психол. н. – М. 2012. – 182 с.

5. Курбанбаева, М. (2024). Использование русских народных сказок в процессе изучения языка и формирования гуманизма у детей. *Tamaddun nuri jurnali*, 5(56), 520-522.

6. Курбанбаева, М. (2023). Важность формирования навыков самостоятельного мышления при подготовке конкурентоспособных кадров. *Tamaddun nuri jurnali*, 5(44), 95-96.

7. Курбанбаева, М. (2023). Влияние современного жаргонизма на изучение русского литературного языка иноязычной молодежью. *Tamaddun nuri jurnali*, 4(43), 52-55.

8. Курбанбаева, М. (2023). Пословицы и поговорки со схожим значением в русском и узбекском языках и общность народной мудрости. *Tamaddun nuri jurnali*, 4(43), 15-18.

