



TEXT<sup>UP</sup>

# ДА ВЫ ШУТИТЕ!

Как сделать текст сильнее  
с помощью юмора

TEXT UP. Копирайтинг нового уровня

Екатерина Чубукина

**Да вы шутите! Как сделать  
текст сильнее с помощью юмора**

«ЭКСМО»

2021

УДК 08  
ББК 83

**Чубукина Е.**

Да вы шутите! Как сделать текст сильнее с помощью юмора /  
Е. Чубукина — «Эксмо», 2021 — (ТЕХТ UP. Копирайтинг нового  
уровня)

ISBN 978-5-04-118027-0

Умение шутить — чуть ли не ключевой навык современного копирайтера, коммерческого писателя, журналиста, сценариста и каждого, кто так или иначе связан с текстом. Екатерина Чубукина — автор курсов по копирайтингу, блогер и сооснователь школы комедийной импровизации «Точка Импро» — в своей книге рассказывает, как генерировать остроумные шутки, придумывать яркие комедийные истории, создавать комичных персонажей и писать по-настоящему вовлекающие посты в соцсетях. В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

УДК 08  
ББК 83

ISBN 978-5-04-118027-0

© Чубукина Е., 2021  
© Эксмо, 2021

## Содержание

Предисловие	5
Почему мы смеемся? Теории юмора	8
Теория превосходства	9
Теория несоответствия	10
Теория утешения	11
Шутки	12
Конец ознакомительного фрагмента.	14

# Екатерина Чубукина

## Да вы шутите! Как сделать текст сильнее с помощью юмора

### Предисловие

*– Дорогой! Неужели ты не испытываешь ко мне никаких чувств?  
– Почему это? Испытываю! Чувство юмора, например.*

Задумывались ли вы когда-нибудь о том, как нам повезло? Мы чувствуем юмор. Умеем шутить. Мы все немножко избранные.

Нас такими сделали – восприимчивыми, способными замечать несоответствия и понимать, что это смешно. Мы любим смех и говорим, что он продлевает нам жизнь. По сути, так и есть: шутки для нас – это и оружие, и доспехи, и инструмент. И способ наладить отношения, стать лучше, расслабиться или продать.

Подумайте только – юмор сегодня на каждом углу. Его активно используют для достижения самых разных целей: в писательстве, стендапе, блогинге, рекламе и PR. Ведь юмор – это прежде всего про коммуникацию, а у того, кто умеет шутить, в руках исключительный козырь. Нам так нравятся шутники! С ними всегда интересно, приятно и как-то по-особенному живо. Мы тянемся к таким людям. И сами хотим такими быть...

Что ж, а вот теперь – привет!

Меня зовут Екатерина Чубукина, и я учу людей вызывать улыбки при помощи текста. Я больше десяти лет изучаю юмор и копирайтинг, и вот – решилась написать эту книгу, чтобы объединить две любимые темы. Зачем?

Сегодня умение шутить – чуть ли не ключевой навык для каждого, кто так или иначе связан с текстом. Особенно явно это можно ощутить в социальных сетях. Неизвестные ребята просыпаются знаменитыми после удачного вайна или парочки смешных постов. Не отстают и бренды – и небольшие компании, и крупные корпорации все чаще публикуют у себя на страницах развлекательный контент, а для копирайтеров стала абсолютно нормальной задача «дать больше фана».

В эпоху информационного бума мы все хотим выделяться. И самый простой способ привлечь внимание – быть легким и классно шутить.

Люди изрядно подустали от «суперуспешных» авторов. Все мы ищем искренности, простого общения и возможности посмеяться, а поэтому там, где присутствует юмор, собирается активная и отзывчивая аудитория.

Я убеждена, что любой текст становится сильнее, если в нем есть над чем улыбнуться. Потому что:

- между скучным и веселым автором читатели скорее выберут веселого;
- юмор делает любой текст характерным. Когда информации вокруг слишком много, становится крайне важно быть не похожим на других;
- юмор сближает читателей с автором: «Мы смеемся над одинаковыми вещами! Мы похожи!»;
- юмор провоцирует эмоции – главный двигатель продаж. Поэтому шутки так здорово работают в рекламе. Человек посмеялся = человек запомнил;
- то, что смешно, сильнее распространяется. Смешные мемы и истории собирают больше лайков, комментариев и сохранений, чем весь остальной контент вместе взятый.

Почти все, что вы сегодня видите смешного, когда-то было текстом: стендапы, видеоролики, комедийные фильмы и сериалы. И я верю, что моя книга поможет вам убедиться: искусство создавать юмористические тексты – это то, чем вы можете овладеть.

Эта книга для вас, если вы:

- пишете статьи, рассказы, повести или романы и мечтаете делать это виртуозно;
- создаете сценарии (для спектаклей, фильмов, сериалов, клипов, рекламы и так далее) и хотите делать своих героев объемнее, интереснее, ближе к зрителю;
- занимаетесь копирайтингом и хотите отойти от шаблонов и писать по-настоящему вовлекающие тексты;
- ведете блог и хотите, чтобы читатели, подписчики и фолловеры пересылали друг другу ваши тексты, сопровождая их армией смеющихся эмодзи;
- хотите разобраться, как работает юмор: почему шутить вслух легче, чем на бумаге? Существует ли формула шутки? Почему нас веселит черный юмор? Почему история про поход в магазин может быть интереснее истории про поход в жерло вулкана? Ответы вы найдете на страницах этой книги.

Я писала книгу, опираясь на свой десятилетний опыт игры в театре комедийной импровизации, опыт ведения популярного инстаграм-блога, а также на все то, что я знаю о копирайтинге, писательском мастерстве и литературе. Не побоюсь назвать новаторской информацию, которой делюсь, – она была собрана на стыке блогинга, писательства и драматургии. Я также позволила себе ввести несколько авторских терминов. Например, термин «комедия наблюдений» вы вряд ли встретите где-нибудь еще.

В конце книги я собрала для вас полезные приложения: краткий справочник по художественным приемам, которые помогут сделать текст выразительнее, и примеры из творчества писателей с исключительным чувством юмора – от Антона Павловича Чехова до Хелен Филдинг.

Давайте договоримся, что:

**1) вы забудете фразу «У меня нет чувства юмора»;**

Если эти слова хотя бы раз возникали у вас в голове, то я готова с вами поспорить. Чувство юмора – это мышца, которую можно качать и укреплять, точно так же, как любую другую мышцу. Почему-то все согласны с тем, что нельзя родиться искусным скрипачом. Тут все ясно: не узнаешь правил, не проведешь сто тысяч тренировок – шедевр из-под твоего смычка не зазвучит. А вот про чувство юмора многие думают, что оно либо есть, либо нет – тут уж как повезло, и не надо дергаться.

Но вспомните комиков, которых вы регулярно видите по телевизору, в Instagram или на YouTube. Родились ли они с этим божественным даром – метко шутить? Вряд ли. Сравните их первые робкие выступления со свежими работами – и вы увидите огромную разницу. Научиться шутить можно. Но, как и с игрой на скрипке – только при условии наличия хорошей теоретической базы, регулярных тренировок и полного погружения в дело.

**2) вы будете тренироваться.**

Спойлер: иначе ничего не получится. В книге я собрала инструменты и советы, которые помогут вам написать свой первый юмористический текст уже сегодня. Во многих случаях достаточно посмотреть на образец, и, следуя простой инструкции, создать нечто похожее.

Некоторые советы направлены на тренировку качеств, необходимых юмористу, а некоторые – на раскрытие творческого потенциала. Как я писала выше, мышца под названием «чувство юмора» нуждается в тренировках. Над чем же конкретно придется поработать?

#### *Интеллект*

Хороший юморист должен быть отлично образован. Невозможно шутить метко и тонко, не зная классических произведений, значений самых разных слов, важных исторических событий и последних новостей. Чем больше всего вы знаете, тем с большим количеством людей находитесь в одном информационном поле – и тем больше внимания можете привлечь к своим текстам.

#### *Наблюдательность*

Юморист – это человек, который метко подмечает то, чего не видят другие. В этой книге вы найдете упражнения для тренировки наблюдательности.

#### *Эмпатия*

Чтобы классно шутить, нужно понимать, какая шутка и в какой ситуации будет уместна. Юмористу важно тонко чувствовать людей, их расположенность, отношение, душевное состояние. Такт и толерантность необходимы, если вы не хотите распугать аудиторию неуместными «остротами».

#### *Смелость*

Преодолеть себя и начать шутить, особенно если вы никогда этого не делали, – серьезный шаг, который требует отваги. Многие стесняются писать даже «обычные» тексты, в страхе, что над их откровенностью посмеются. Писать юмористические тексты бывает страшно вдвойне. Смелость и небольшая доля пофигизма поможет двигаться вперед и не застревать в сомнениях, кто и что подумает про ваш текст или шутку (если вы, конечно, не собираетесь шутить на скользкую тему).

#### *Трудолюбие*

Если вы только начинаете работать с текстами, будьте готовы к тому, что придется хорошенько потрудиться. Вам придется находить, наблюдать, придумывать, обыгрывать, удивлять... Но вот что радует – при упорной работе можно рассчитывать на мощный отклик.

Давайте договоримся всего о двух вещах: вы не будете сомневаться в своих возможностях и приготовитесь хорошенько поработать.

По рукам?

Тогда поехали!

## Почему мы смеемся? Теории юмора

Чтобы шутки доходили до людских сердец и возвращались к вам смехом, хорошо бы понимать, откуда вообще берется смех. От чего именно смеются люди? Существуют ли законы или какая-нибудь формула юмора? Давайте разбираться.

Если бы на нашу планету прилетели инопланетяне, чтобы изучить, как общаются жители Земли, то им пришлось бы работать с чем-то вроде: «Бла бла бла хахаха бла бла хахаха бла бла». Дело в том, что при обычном разговоре с приятелями мы смеемся или улыбаемся каждые двадцать секунд, порой даже не замечая этого. Для нас смешок – это и реакция на неожиданность, и способ объяснить, что мы шутим, и возможность снять напряжение, и инструмент поддержки. Мы смеемся постоянно, и жизнь, в которой смеха нет, просто невозможно представить – да и не хочется. Неудивительно, что юмором люди интересуются со времен античности – ученые и философы, комедиографы и комики изучают природу юмора до сих пор.

Отношение к юмору все время менялось. Мы привыкли, что юмор – это что-то доброе и чаще всего приятное. Но до XVI века это слово не ассоциировалось со смехом вообще.

### Минутка этимологического занудства

Слово «юмор» произошло от латинского «*humor*», что значит «жидкий». Греческий врач Гиппократ, считающийся основателем медицины, полагал, что хорошее здоровье зависит от правильного баланса четырех жидкостей, или «гуморов» организма, а именно крови, флегмы, черной и желтой желчи. Позднее греческий врач Гален высказал мысль о том, что от пропорций этих жидкостей в теле зависит темперамент человека. Мол, преобладание крови приводит к формированию сангвинического характера, слишком много черной желчи – к формированию меланхолической личности и так далее. Помимо того, что соотношение жидкостей в организме считалось основой устойчивых черт характера, его также стали рассматривать как причину изменчивых настроений. Так слово постепенно приобрело психологические коннотации<sup>1</sup>.

В английском языке слово продолжало развиваться, и в XVI веке его стали использовать для обозначения любого поведения, отклоняющегося от социальных норм. В литературе одним из первых слово «юмор» использовал Бен Джонсон, автор, который создал комедию «*Всяк со своей причудой*»<sup>2</sup>. Он был вторым, после Шекспира, драматургом своей эпохи. Джонсон создал персонажей, которые были «*humor*», то есть характерными, с причудами.

Только к XVIII веку слово «*humor*» приобрело современное значение. Именно это значение (и звучание) перешло в русский язык.

Самые светлые головы человечества пытались разгадать секрет смеха, разложить юмор по полочкам, подвести теоретическую базу. Теорий юмора родилось много, но в этой книге я расскажу вам про три основных:

1. Теория превосходства
2. Теория несоответствия
3. Теория утешения

---

<sup>1</sup> Мартин Р. Психология юмора / пер. с англ. под ред. Л. В. Куликова. – СПб: Питер, 2009.

<sup>2</sup> Оригинальное название: «*Everyone in His Humour*» (англ.).



## Теория превосходства

Разработана она не абы кем, а Сократом, Аристотелем и Платоном. Именно они более двух тысяч лет назад задумались о том, что же такое юмор и как работают шутки. Пришли три величайших головы к единому мнению: смешно – это когда какой-нибудь древний грек шел и поскользнулся на древнегреческом банане, а потом стукнулся древнегреческим лбом о древнегреческую мостовую. То есть людям нравится смеяться над глупостью и над тем, как человек выпутывается из трудной ситуации, – потому что в такие моменты мы чувствуем себя лучше и умнее тех, кто попал впросак. Я где-то слышала, что первой шуткой пещерного человека был рисунок с изображением спотыкающегося о камень сородича. Уверена, мы бы и сейчас над таким сородичем посмеялись. Теория получила название «Теория превосходства», потому что в ее основе – торжество (превосходство) победителя над проигравшим.

Согласно этой теории, юмор – это нечто злое и жестокое, а значит, недостойное человека интеллигентного. Кстати, именно поэтому комедии долго считались низким жанром. Аристотель считал, что «смешное есть часть безобразного»<sup>3</sup>. Так что юмор долгое время не то что презирали, но точно считали явлением, не заслуживающим уважения и внимания, – безобразным, но безобидным.

Если бы теория превосходства была единственно верной, комикам достаточно бы было просто выходить на сцену, и раз за разом падать на ней. Но мы знаем, что публику этим не удержишь – люди быстро заскучают и освистают «шутника». А значит, есть в юморе еще нечто важное, чего теория превосходства не учла.

---

<sup>3</sup> Аристотель. Поэтика. Об искусстве поэзии.

## Теория несоответствия

За юмор заступились Кант и Шопенгауэр. Благодаря им, понимание природы смеха стало глубже – они предположили, что улыбка – это реакция на абсурд или неожиданность. Человек смеется, когда видит несоответствие между тем, к чему он привык, и тем, что происходит в реальности. Так мы можем посмеяться над тем, что главный герой, генерал (!), упал прямо на шикарный многоярусный торт – мы смеемся не над его бедой, а над несоответствием статуса и события (генерал слишком важен, чтобы упасть в торт!).

В «Критике способности суждения» Кант первым сформулировал суть идеи смеха, сказав, что «смех есть аффект от внезапного превращения напряженного ожидания в ничто»<sup>4</sup>. Вот простой пример, который иллюстрирует слова Канта:

*Он встает на одно колено и протягивает ей бархатную коробочку. Она открывает ее и... обнаруживает губку для мытья посуды.*

Губка для мытья посуды не соответствует ситуации – мы ожидали увидеть кольцо. Напряженное ожидание превратилось в ничто, и родился смех.

Канта поддержал Шопенгауэр с его «Теорией Абсурда», и современные исследователи продолжают находить подтверждение этой теории. Она, кстати, здорово работает во многих произведениях английской литературы, в основе которых лежит абсурд. К примеру, в «Алисе в стране Чудес»:

*– Какие смешные часы! – заметила она. – Они показывают число, а не час!*

*– А что тут такого? – пробормотал Шляпник. – Разве твои часы показывают год?»<sup>5</sup>*

Или в лимериках<sup>6</sup>:

*Старика, что сидел на осине,  
Муха мучила невыносимо  
И жуужжала та муха  
Прямо в самое ухо  
Старику, что сидел на осине<sup>7</sup>.*

---

<sup>4</sup> Кант И. Критика способности суждения, параграф 54.

<sup>5</sup> Перевод Александра Щербакова.

<sup>6</sup> Лимерик – стихотворный жанр английского происхождения, пятистишие абсурдистского содержания.

<sup>7</sup> Лимерик Эдварда Лира в переводе Марка Фрейдкина. Эдвард Лир (1812–1888) – английский поэт, один из основоположников «бессмысленной поэзии».

## Теория утешения

Можно было бы ограничиться первыми двумя теориями, но исследователи юмора раз за разом сталкивались с ситуациями, которые не подходят ни под первую, ни под вторую. Вот и получилась третья – особенно интересная с точки зрения психологии.

Первым ее сформулировал английский философ Герберт Спенсер. Он рассматривал смех как физиологическую реакцию организма на нервное напряжение. Точку зрения Спенсера разделял Зигмунд Фрейд: он посвятил юмору свою работу «Остроумие и его отношение к бессознательному». Согласно ей, комическое – это один из способов компенсировать постоянную неудовлетворенность человека жизнью.

Получается, что в неприятных ситуациях юмор защищает нас и спасает. Отчасти он действует так же, как плач – мы выплескиваем эмоции, и тем самым проживаем их.

Эта теория объясняет существование черного юмора – такой юмор помогает проработать страхи, связанные со смертью или другими сложными, болезненными темами. Помните популярные стишки-страшилки из серии «маленький мальчик нашел пулемет, больше в деревне никто не живет»? Этот цикл стихов тоже отлично вписывается в концепцию теории утешения.

Фрейд также говорил о магической функции юмора сближать людей. Потому что люди, которые смеются над одинаковыми вещами, похожи по характеру, а значит, у них найдется общее не только в шутках, но и в других, серьезных вещах: *«Любой остроте требуются [...] свои собственные слушатели, а смех над одной и той же остротой – признак далеко идущего психического сходства»*<sup>8</sup>.

### И что в итоге?

Со времен Платона и Аристотеля утекло много воды, появились десятки новых теорий, но все они так или иначе основаны на базе тех, о которых мы говорили выше. Люди так до конца и не выяснили, что же конкретно вызывает смех у зрителей, слушателей и читателей. В творческой сфере есть такой парадокс:

**Если все сделано по правилам, не факт, что работа (картина, пьеса, текст...) окажется сильной.**

И наоборот,

**Если работа сильная, не факт, что все в ней сделано по правилам.**

Потому что есть еще творческая магия. Это когда вроде бы и песенка простая, и мотив – ничего необычного, а вся страна ее напевает. Так и юмор – как любое творчество – настолько волшебная материя, что знание теорий и «правил» еще не гарантирует профессионального умения шутить. И все же, из всего вышесказанного мы можем вынести следующее:

*Людам смешно, когда другие попадают в нелепую ситуацию.*

*Люди смеются, когда сталкиваются с неожиданностью и абсурдом.*

*Люди реагируют смехом на стресс.*

Теперь, когда вы понимаете, что вызывает у человека улыбку (или безудержный смех), можно приступать к практике.

---

<sup>8</sup> Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. М.: АСТ, 2006. – С. 145.

## Шутки

Начнем с самой маленькой единицы юмора – с шутки. Шутка – это фраза или небольшой текст юмористического содержания. Для автора такая фраза – это еще один способ «украсить» текст, сделать смешнее и интереснее. Но шутка сама по себе может быть цельным произведением и хорошо подойдет для соцсетей, где нельзя развернуться – для Twitter, например. Схема, по которой строятся шутки, будет справедлива и для шуточных фраз, и для небольших юмористических текстов, потому что в них главным образом работает эффект удивления.

У большинства шуток очень простая структура. Обычно шутка делится на две части:

### Сетап

(первая часть шутки,  
которая готовит к смеху)



### Панчлайн

(вторая часть, которая смешит)

Пример:

- *Слушай, а когда ты почувствовала шевеление ребеночка?*
- *Когда он устроился на работу и стал жить отдельно.*

В этой шутке сетап: «Слушай, а когда ты почувствовала шевеление ребеночка?» А панчлайн: «Когда он устроился на работу и стал жить отдельно».

Сетап должен создавать ожидание, а панчлайн – удивление. То есть, чтобы шутка сработала, она должна удивить читателя. Но хитрость в том, что нельзя удивить человека, если он ничего не ожидает. Шутка готовит к одному, а удивляет другим.

В примере выше начало шутки наводит нас на мысль, что мы читаем разговор беременных женщин. Возможно, диалог происходит в приемной клиники или на дружеских посиделках. Мы ожидаем услышать что-то вроде: «На 12 неделе», но картинку ломает панчлайн – оказывается, речь идет вовсе не о малыше! И шевеления – это не пинки внутри живота, а шаги ребенка во взрослую жизнь.

Шутка – это не то, что и так вертится в голове у читателя, а нечто новое, чего он не ожидает. То есть фраза «Я утром съел омлет... Какая гадость!» шуткой не является, потому что омлет вполне может быть невкусным – и ничего удивительного в этом нет.

Итак, сетап создает ожидание, а панчлайн отвечает за удивление. Сетап всегда рисует в нашей голове какую-то историю. К примеру, представьте текст, который начинается со слов

*Однажды я не вовремя зашел в спальню к родителям...*

Это рождает у нас в голове идею: «Хм, видимо, парень неосторожно ворвался в спальню, застав родителей за интимным занятием. Видеть этого он вовсе не хотел, поэтому и говорит, что зашел “не вовремя”». Мы ждем продолжения, но нас удивляет панчлайн:

*Пришлось помогать им клеить обои!*

Появляется вторая идея, которая относится к первой, но совсем не так, как мы ожидаем – парень заглянул в тот момент, когда нужна была помощь в нудном тяжелом деле, а ему вовсе не хотелось принимать в этом участие.

Вот хороший пример:

*Речь зашла о чрезмерно раннем вступлении в сексуальную жизнь. Одна из участниц столь разумно отстаивала свою позицию (я уже не помню, кстати, какую), что я начал проигрывать. В качестве крайней меры решил прибегнуть к дешевому эпатажу. Думал, хоть время выиграю. Глядя прямо в глаза незнакомой мне доселе женщине и раздуваясь от наглости, спрашиваю:*

*– Ну хорошо, а вот вы во сколько лишились девственности?*

*– В десять вечера<sup>9</sup>.*

Реплика героя – это сетап, а слова девушки – это панчлайн.

Если в шутке нет неожиданной идеи, то это не шутка. «Недавно не вовремя зашел в спальню к родителям... и случайно увидел, как они там целуются» – это не шутка. Здесь присутствует одна предсказуемая идея, в ней нет удивления, и она не смешит.

### **Точка изменения**

Между двумя историями (той, которая готовит к шутке, и той, которая заставляет нас смеяться) обязательно должна быть точка изменения – слово или действие, которое можно истолковать по-разному.

В шутке про «шевеление» ребеночка такой точкой является слово «шевеление» – его можно понять и в контексте «движения ребенка в животе», и в контексте «активные действия осознанного человека». Аналогично, в шутке про родителей в спальне, точка изменения – слово «не вовремя».

---

<sup>9</sup> Цыпкин А. Женщины непреклонного возраста и др. беспринципные истории. – М.: АСТ, 2018.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.