

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ КАК ИНДИКАТОР ОБЩЕСТВЕННОЙ РЕАКЦИИ И ИНСТРУМЕНТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

А. А. Кутузова

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, Москва, Россия
kutuzova-aa@tanepa.ru

Е. М. Шульман

Московская высшая школа экономических и социальных наук, Россия
Королевский институт международных отношений Чатем-Хаус,
Лондон, Великобритания
daria.lieven@gmail.com

Пандемия COVID-19 как главный инфоповод современности нашла отражение не только в большом количестве научных исследований, но и в народном творчестве, развернувшимся на просторах виртуального пространства. Одним из способов осмысления интернет-аудиторией эпидемиологической ситуации в мире стали интернет-мемы, изучение которых позволяет лучше понять потребности и проблемы постоянно расширяющейся интернет-аудитории. Целью статьи является исследование интернет-мемов как индикатора общественной реакции и инструмента обратной связи в период пандемии COVID-19 на примере контента российского медиапространства с 2020 по 2021 год. В процессе движения к поставленной цели был реализован ряд задач: обозначены сущность интернет-мема, его функции и особенности как инструмента общественной реакции; на основании полученной теоретической информации создан алгоритм дешифровки знаковой структуры интернет-мема; с помощью составленного алгоритма проанализированы интернет-мемы о пандемии, популярные в российском интернете. Инструменты и механизмы обратной связи рассматриваются в работе в контексте теории политических коммуникаций, основанной как на классических положениях Ласуэлла, так и на их последующей критике. Методологической основой работы является семиотический анализ, примененный с учетом лингвокультурологических особенностей предмета исследования. В результате теоретического и практического изучения обозначенной темы мы пришли к следующим выводам. Интернет-мем как медиаобъект примечателен тем, что занимает определенный статус в интернет-пространстве: обладая знаковой природой (вербальная и визуальная составляющие), он содержит актуальный и ярко выраженный юмористический посыл, созданный на основании уже существующих культурных шаблонов. Это позволяет мему выполнять не только развлекательную и коммуникативную, но и социальную функцию. Будучи

инструментом сублимации и компенсации негативного социального и экзистенциального напряжения, он может служить не только каналом коммуникации между индивидами, но и инструментом обратной связи в процессе политической билатеральной коммуникации между государством и обществом. Подтверждением этого тезиса являются интернет-мемы о пандемии COVID-19, создаваемые российскими интернет-пользователями с начала распространения коронавирусной инфекции и ставшие чрезвычайно популярными в социальных сетях и мессенджерах. Высмеивались и сама пандемия, и государственные меры по предотвращению ее распространения. Этот предмет комической интерпретации мема трансформируется параллельно тому, как меняются вводимые государством меры. Процесс создания авторами подобного контента следует одной и той же схеме: уже известный в виртуальном пространстве шаблон редактируется с учетом существующей социально-политической повестки, в результате чего измененные детали или утоняющие надписи наполняют его новым юмористическим содержанием. Поскольку чаще всего интернет-мемы о пандемии носят ярко выраженный саркастический характер, их семиотическая дешифровка может быть полезной для анализа текущей общественно-политической ситуации: она помогает определить реакцию граждан на правительственные меры, а значит, позволяет использовать это знание в будущем для принятия более взвешенных политических решений и выстраивания более успешных коммуникативных стратегий для их внедрения.

Ключевые слова: политическая коммуникация, обратная связь, каналы обратной связи, интернет-мем, пандемия COVID-19, коронавирус, государственные меры, интернет-коммуникация, российское медиапространство, контент-анализ.

INTERNET MEMES AS A PUBLIC REACTION INDICATOR AND A FEEDBACK TOOL DURING THE PANDEMIC

Anastasia A. Kutuzova

Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Moscow, Russia
kutuzova-aa@ranepa.ru

Ekaterina M. Schulmann

Moscow Higher School of Economic and Social Sciences, Moscow, Russia
Royal Institute of International Affairs, London, United Kingdom
daria.lieven@gmail.com

The COVID-19 pandemic is the main informational topic of our time. It is reflected both by the members of modern academia and by the broader audiences.

The latter actively express their opinions in the virtual space, and one of their ways to comprehend the epidemiological situation in the world is the Internet meme. The scientific study of this phenomenon reveals the needs and the problems of the Internet audience, which is constantly expanding. The article aims to research Internet memes as public reaction indicators and feedback tools during the COVID-19 pandemic. The empirical material of the article is the content of the Russian media space from 2020 to 2021. To reach the aim, at the beginning of the article, the authors define the essence of the Internet meme, its functions, and its specifics as a tool of social reaction; based on the obtained theoretical information, they create an algorithm for decoding the symbolic structure of the Internet meme. In the main part of the article, using the created algorithm, the authors analyze popular Russian Internet memes about the pandemic. They consider feedback tools and mechanisms in the context of political communication theory, based both on Laswell's classical positions and on their subsequent critique. The main method of the work is semiotic analysis applied given the linguistic and cultural features of the object. As a result, the authors arrive at the following conclusions. The Internet meme is a media object with a certain status which determines its popularity in the online space: it has a sign nature (verbal and visual components), contains an actual and humorous message created based on already existing cultural patterns. Therefore, memes fulfill not only entertainment and communication functions, but also a social one. The meme is a tool of sublimation and compensation for a person's negative social and existential tension. As a consequence, the Internet meme can serve as a channel of feedback between individuals and also in the process of political bilateral communication between state and society. The authors confirm this thesis by analyzing Internet memes about the COVID-19 pandemic that have been created by Russian internet users since the beginning of the coronavirus infection. They have become popular in social networks and messengers in Russia. Most of these Internet memes focus both on the existence of the pandemic and on the state measures to prevent COVID-19's spread. The very subject of ridicule on the part of the Internet meme changes parallel to the way the state introduces, changes, or abolishes certain protective measures. The creation of such content follows the same scheme: the meme author has a pattern already known in the virtual space, and s/he edits it focusing on events in society. As a result, the changed details of an image or an added inscription fill it with new humorous content. A lot of the Internet memes about the pandemic are sarcastic. Therefore, their semiotic decoding can be useful for public authorities: it reveals the cause of people's discontent, the reaction of the population to governmental measures, and thus allows the use of this knowledge for better policy decisions and more efficient communication strategies for their implementation.

Keywords: political communication, feedback, feedback channels, Internet memes, COVID-19 pandemic, coronavirus, government measures, Internet communication, Russian media space, content analysis.

В жизненном пространстве современного человека интернет-коммуникация уже давно обрела статус обыденности. Тем не менее именно она сегодня служит наиболее благоприятной средой формирования новых уникальных языковых явлений [Ягодкина 2019, 150–151]. Одним из них является интернет-мем. Будучи одновременно и зеркалом потребностей интернет-аудитории, и индикатором ее настроений, этот виртуальный феномен все чаще вызывает интерес у представителей научного сообщества [Голованова, Маджаева 2020, 48–49]. В силу того, что большая часть мира сегодня озабочена распространением COVID-19, в данной статье мы намерены проанализировать мемы о пандемии и государственных мерах по ее предотвращению в российском медиапространстве в период с 2021 по 2021 год. Предварительной же ступенью к обсуждению этой темы является теоретическое изучение сущности мема и его места в коммуникативном пространстве в целом и среди инструментов политической коммуникации в частности.

Особенности интернет-мемов как инструмента общественной реакции

Классическая формула акта коммуникации Гарольда Ласуэлла «кто – говорит что – по какому каналу – кому – с каким эффектом?», легшая в основу современной коммуникативной теории, с равной точностью описывала журналистику, пропаганду, государственное информирование и даже бытовые слухи [Lasswell 1948]. Она подвергалась критике за отсутствие элемента обратной связи – того самого, который является центральным в коммуникациях политической системы с внешним миром, где производимое политической системой решение вызывает реакцию в общественной-политической среде, а реакция, в свою очередь, формирует новый запрос [Easton 1965]. С этой точки зрения интернет-коммуникация, в особенности коммуникация на политические темы и посвященная государственным решениям, представляет собой особенно интересный случай, как подтверждающий классические представления об общении системы принятия решений и внешнего мира на новом техническом уровне, так и проходящий как будто поверх или параллельно традиционных социально-политических коммуникативных каналов.

Интернет-высказывания, с одной стороны, привязаны к персоналии высказывающегося – блогера, комментатора, перепостившего, –

и в этом смысле создание интернет-мема и его пересылка мало отличаются от зарождения в глубинах социума анекдота или частушки, их «обкатывания» и совершенствования при каждой передаче и последующего распространения наиболее совершенного – лаконичного, выразительного – варианта и его закрепления в коллективной памяти и сознании. С другой стороны, специфическое сочетание анонимности и быстроты распространения – того, что в сети называется «вирусностью», практически убирает из схемы Ласуэлла элемент «кто говорит». Кто создает мем и, что важнее, кто говорит мемом? Не тот, кто его перепостил, но сама сеть – сложноструктурированное, плотное пространство коммуникации.

По этим причинам попытка концептуального осмысления феноменов интернет-пространства сопровождается рядом сложностей. Неугасающая актуальность и виртуальная природа мема затрудняют формулирование его дефиниции. С формальной точки зрения интернет-мем охватывает достаточно широкий круг медиаобъектов: от изображений и аудиодорожек до текстовых постов и видеороликов. Однако такой характеристики недостаточно. Тот факт, что среди картинок и надписей могут быть и элементы массовой культуры (сцена из фильма, строчка из песни и т. п.), и просто копии предметов искусства, размывает границы интернет-мема и заставляет задуматься о его содержательном критерии. Как мы считаем, термин «интернет-мем» сегодня описывает не сам медиаобъект, но его специфический статус в интернет-пространстве, подразумевающий разрастающуюся популярность на цифровых платформах, а также считываемый определенной аудиторией юмористический посыл.

Основными цифровыми каналами сегодня являются такие социальные сети и мессенджеры, как Twitter, ВКонтакте, Facebook и др. Их эффективность как платформ коммуникации обусловлена простотой использования. Интернет-мем органично встроился в правила этой новой коммуникационной манеры. Он может быть создан самостоятельно и анонимно, легко загружается в чат, перенаправляется по необходимости в другие диалоги, а главное – позволяет в лаконичной и универсальной форме выразить не только мысль, но и эмоцию, с ней связанную.

Эта двойная содержательная нагрузка соответствует знаковой природе мема: во взаимном влиянии вербальной и визуальной составляющих создается многоуровневый смысл, требующий от интернет-пользователя интеллектуального усилия – дешифровки мема – для его понимания. Сложность этой задачи состоит в том,

что мем зачастую совмещает несколько дискурсивных полей (профессиональное, художественное и т. д.). Как пишет И. В. Бугаева, пользователь должен с помощью всех своих опыта и знаний восстановить «спрессованные» в интернет-меме связи и компоненты [Бугаева 2011]. Помочь же ему в этом может сама структура мема. Интернет-мем зачастую создается на основании всем известных шаблонов [Блинова 2019]. Их визуальная красочность и включенность в культуру на эмоциональном уровне вызывает у интернет-пользователя ассоциативную реакцию, чем минимизирует его собственные интеллектуальные усилия.

Специфика интернет-мема определяет и его роль в современной коммуникации. Согласно Г. Тэджфелу, естественной потребностью каждого является обретение собственной социальной идентичности. Социальная идентичность – это знание индивида о своей принадлежности к тем или иным социальным группам, что сопровождается принятием их ценностных установок, переживанием эмоциональной привязанности к ним, а также самоидентификацией [Tajfel 1972, 292]. Обмен мемами сегодня играет не последнюю роль в процессе самоидентификации интернет-пользователей. Факт понимания мема позволяет интернет-сообществу и каждому его участнику разделить виртуальное пространство на две группы: «ин-группа» (свои) и «аут-группа» (чужие). Благодаря поддержке информационного обмена и сохранению имиджа группы [Бурдые 2002], сообществу «своих» удастся не только сохранить уже существующие внутригрупповые связи, но и закрепить внешнюю границу сообщества по критерию распознавания его специфических мемов.

Эта двунаправленность мема соответствует тенденциям современной культуры, в которой четко усматривается тяга к билатеральной коммуникации между обществом и государством. В связи с этим мем может быть рассмотрен не просто как средство развлечения, но и как инструмент обратной связи [Канашина 2019].

Остановимся на этом чуть подробнее. Можно ли считать мемы инструментом обратной связи в том смысле, в каком это понимается в политической теории? С одной стороны, мемы и интернет-картинки трудно отнести к функции артикуляции интересов – если они и содержат реакцию на решение, то не содержат собственного запроса. При этом, как мы помним из схемы Истона, политическая система воспринимает именно запросы как материал для выработки последующих решений. Обратим внимание, однако, на то, что в «коммуникационной петле» (feedback loop), по Истону, оба общающихся сосуда (система принятия решений и среда, в которую

решения поступают) влияют друг на друга: общество меняется под влиянием государственных решений, машина власти погружена в общественную среду и находится от неё в динамической зависимости. Кроме того, не всякая политическая коммуникация есть диалог, и диалогической моделью не исчерпываются виды обратной связи в политических системах [Мелконян 2017]. С этой точки зрения и безавторность, и безадресность интернет-мемов не только не препятствуют их коммуникативной функции, но являются свойствами, усиливающими их проникновенность и уже упомянутую виральность. Мем, подобно анекдоту, неопровержим, неотразим никаким аргументом и в короткий срок своей жизни (о чем речь ниже) вездесущ и незабываем.

Подобная социальная значимость мема как юмористического феномена косвенно подтверждается при ознакомлении с теориями происхождения юмора. В рамках теории утешения [Bain 1859] мемы помогают снизить эмоциональное напряжение индивида: он видит, что вызывающий эмоции мем популярен и у других пользователей, и, как результат, ощущает приятное единство с сообществом. В рамках же теории несоответствия [Beattie 1996, 321] интернет-мемы помогают индивиду обнаружить нестыковки между действительностью и представлениями о ней, что процессуально доставляет ему положительные эмоции.

Из всего этого следует, что интернет-мем как инструмент обратной связи может служить, во-первых, снижению уровня социального напряжения, во-вторых, осмыслению существующих в обществе норм и проблем. Каждая из этих задач достижима для мема только при одном условии – при его злободневности [Канашина 2019], своевременном отклике на события или инфоповоды общественно-политического характера, произошедшие недавно или происходящие прямо сейчас.

Это требование актуальности своей оборотной стороной имеет краткий «жизненный цикл» интернет-мемов. Современная «инстант-культура», культура момента, характеризуется чрезвычайно быстрым появлением и исчезновением культурных элементов [Зиновьева 2015, 178–184]. Аналогичной чертой наделен и мем: при всей его узнаваемости время от роста его популярности до его забвения стремительно уменьшается. Чем чаще создаются мемы, тем быстрее они устаревают.

Таким образом, основываясь на тезисе о том, что знаковая природа интернет-мема делает его способом реагирования пользователей на текущую общественно-политическую ситуацию, мы предла-

гаем в данной работе осуществить анализ мемов о пандемии в российском медиапространстве с помощью следующего алгоритма:

- поиск в визуальной части мема уже известного информационного шаблона;
- исследование отдельных смыслов визуальной составляющей мема, исходя из наличествующих в нём элементов (персонажи, события и т. д.);
- интерпретация смыслового наполнения визуальной составляющей мема;
- выявление дискурсивных элементов вербальной составляющей мема;
- смысловая оценка вербальной составляющей мема;
- соотнесение смыслов вербальной и невербальной составляющих мема;
- определение общего смысла мема.

Пандемия COVID-19 через призму интернет-мемов

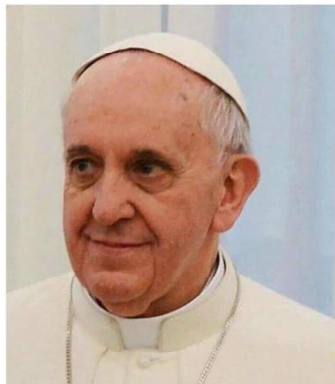
Период пандемии COVID-19 для глобальной сети вообще и российского ее сегмента в частности характеризуется активным ростом числа интернет-мемов. Карантин ограничил и испугал современного человека с его приоритетом визуального восприятия: лишенный непосредственного взаимодействия с миром и другими людьми индивид оказался вынужденным искать новые невербальные виртуальные способы сублимации своих переживаний. Мем, в котором визуальный компонент доминирует над вербальным [Хорошилов 2015, 40] и который апеллирует в первую очередь к эмоциональному интеллекту, в таких условиях стал коммуникационно незаменимым.

Анализ основных каналов распространения мемов в российском медиапространстве (группы в социальных сетях и мессенджерах; сайты и тематические подборки в СМИ) позволяет говорить о том, что интернет-мемы в России в период пандемии посвящены не только самому наличию вируса или высокой скорости его распространения, но и мерам борьбы с «коронай» со стороны органов государственной власти [Мусийчук, Мусийчук 2020]. Мемы об этом предложены нами ниже в хронологическом порядке и проанализированы на основании разработанного выше алгоритма.

В целях борьбы с инфекцией в самом начале пандемии на федеральном уровне был введён режим самоизоляции, в рамках которого большинству людей пришлось перейти на дистанционный

формат работы [Указ Президента РФ 2020; Письмо Министерства труда и социальной защиты РФ 2020]. Это событие моментально стало одной из главных тем для создания мемов (ил. 1).

Работа в офисе



Работа из дома



Ил. 1. Интернет-мем homeoffice. Из открытых источников:
https://pikabu.ru/story/staryiy_mem_na_novyiy_lad_7308945?cid=164611606

Мем homeoffice создан по шаблону «ожидание / реальность»: объединение изображений на основании их несоответствия. На картинке изображены два внешне схожих человека, однако их тождество иллюзорно: слева изображен Папа Римский Франциск, а справа – персонаж сериала «Игра престолов» Его Воробейшество. Их объединяет высокий религиозный статус, только Папа Римский выглядит ухоженно, а внешний вид Его Воробейшества оставляет желать лучшего.

Пандемический контекст и иронический характер мем приобретает во взаимодействии с его вербальной составляющей. К каждой части изображения добавлена надпись. Согласно ей хорошо выглядящий Папа Франциск работает в офисе, в привычном до начала пандемии режиме, а неухоженный персонаж справа трудится удаленно, из дома.

Объединение визуального и вербального смыслов позволяет утвердить двоякий смысл мема homeoffice: во-первых, офисный работник в дистанционном формате перестает за собой следить, так как теряет необходимость выходить из дома; во-вторых, недостаточная готовность предприятий к удаленной работе привела к тому, что дистанционно офисные сотрудники стали работать еще больше, чем до начала пандемии [Костина, Макаренко, Матвеев 2020, 1440].

В силу того, что в России существует множество других профессий, для которых дистанционный формат вызывает еще большие трудности, в медийном поле появились мемы и другого содержания (ил. 2).



Ил. 2. Интернет-мем «Правительство заставляет работать из дома».
Из открытых источников: <https://ok.ru/b10.drive/topic/151614230950125>

Визуальная сторона данного мема состоит из соединённых в коллаж четырёх изображений абсурдного содержания. Мы видим взрослых мужчин, которые занимаются странной деятельностью: двое развлекаются с детскими игрушками (поезд, самолетик), один достаточно агрессивным способом снимает кафель в комнате, а последний персонаж как-то умудрился заехать на машине в подъезд.

Вербальная составляющая мема состоит из нескольких пояснительных надписей. Наверху в виде восклицательного предложения обозначено требование правительства работать дома, а каждое из изображений мужчин подписано соответствующей профессией: машинисты, пилоты, археологи и таксисты.

Юмористический смысл мема возникает при совмещении текста и изображений: приказ правительства, конечно, могут выполнить и машинисты, и пилоты, и археологи, и таксисты, но такая работа будет похожа на абсурд. Машинисту придется играть с ненастоящими поездами, пилоту достанется разве что бумажный самолетик, археолог будет проводить раскопки в собственной квартире, а таксисту останется только перенести все свои заказы по перевозкам на лестничную клетку.

Этот мем можно интерпретировать как протест представителей ряда профессий против введенных государством ограничений и даже упрек государству в недостаточной осведомленности о финансовом положении своих граждан, которые не могут позволить себе переход на удаленную работу. Стоит отметить, что Министерство промышленности и торговли РФ пыталось работать с возникшей проблемой: оно подготовило программы по распределению расходов и субсидиям пострадавшим рабочим областям [Письмо Министерства промышленности и торговли РФ 2020]. Однако, как очевидно из мемов, этого оказалось недостаточно, да и со временем чрезвычайная проблематика в Правительстве ушла на задний план.

Удаленная работа как карантинная мера была зафиксирована и введена в понятийный оборот не только в правительственных документах [Письмо Министерства труда и социальной защиты РФ 2020, Федеральная служба по труду и занятости РФ 2021], но и среди интернет-пользователей. Дистанционный формат привёл к возникновению в российской медиасфере самых разных вариантов мема «Удалёнка» (ил. 3).



Ил. 3. Интернет-мем «Удалёнка». Из открытых источников:
https://www.yaplakal.com/forum2/topic2086140.html?_sm_byp=iVV7-KHMvjbrCZVTR

Шаблоном этого мема является изображение известного и даже символически значимого для России молочного шоколада Алёнка. На его обертке изображена маленькая девочка в народном платке, завязанном на старый манер. В первую очередь в глаза бросается дорисованная авторами мема на Алёнке медицинская маска. Смотря на нее, осознаешь, что девочка живет уже не в счастливом советском прошлом, а в новое эпидемиологически страшное время.

Дополнительный смысл привносится и посредством изменения вербальной составляющей обертки. Перед названием «Алёнка» небрежной рукой автора приписан слог «уд», в результате чего девочка в маске моментально превращается в «удАлёнку».

Общим смыслом данного мема является переосмысление слова «удалёнка» во время пандемии: если раньше оно ассоциировалось только с фрилансом, то теперь это данность каждого гражданина России; данность, возможно, не такая же символически важная, как «Алёнка», но не менее существенная.

Помимо введения дистанционного формата, в ранний период пандемии в некоторых регионах был введен режим самоизоляции, предполагающий наказание в виде штрафа за его нарушение [Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях 2021]. Выход на улицу был разрешен только для похода в магазин или прогулки с собакой, что не могло не вызвать общественную реакцию (ил. 4).



Ил. 4. Интернет-мем «Карантинные ограничения». Из открытых источников:
<https://maskiest.ru/blog/poleznye-materialy/shtrafy-za-narushenie-karantina-koronavirusa/>

Основой мема «Карантинные ограничения» является фото Сергея Глинского с акции протеста в Минске 19 декабря 2010 года, известной под названием «Плошча 2010» [Глинский 2010]. На кадре мы видим, как полицейский с щитом и дубинкой гонится за убегающим мужчиной в черном, предположительно митингующим.

Вербально изображение дополнено двумя надписями. Первая указывает на возглас полицейского: «Стоять!», – а вторая принад-

лежит уже убегающему, и именно она создает комический эффект изображения.

Общий смысл мема таков: ситуация с пандемией настолько накалена, что государство вынуждено контролировать выходы граждан из дома; последние же при переступании порога испытывают стресс, словно преступники, а прогулка без повода становится для них чем-то вроде «запретного плода».

В 2020–2021 годах в контексте борьбы с инфекцией на сайте Минздрава России был сформирован раздел о коронавирусе. В нем публикуются статистические данные и рекомендации по профилактике, диагностике и лечению COVID-19 [Министерство здравоохранения Российской Федерации 2021]. Одной из мер профилактики является медицинская маска [Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях 2021], активно обсуждаемая на просторах интернета (ил. 5).



Ил. 5. Интернет-мем «Маска». Из открытых источников:
<https://twitter.com/verbludvogne/status/1224313464530907136>

Шаблон «Раньше / сейчас» представляет собой одну из разновидностей мемов «Ожидание / реальность», построенных на несоответствии двух и более частей. На иллюстрации мы видим два изображения с соответствующими надписями: справа уже знакомая нам медицинская маска, подписанная словами «в тренде сейчас», а слева – слова «в тренде раньше», сопровождаемые страшной маской с клювом.

Трагикомический эффект данного мема возникает при знании о том, что представляет собой эта маска чумного доктора. Появившись в Средние века, она принадлежала врачам, которые боролись

с эпидемией бубонной чумы. Они считали, что такая устрашающая маска защитит их от инфекции, а точнее, просто-напросто отпугнет ее.

Таким образом, в этом меме можно рассмотреть скептический посыл: медицинская маска сродни маске чумного доктора, если она что-то и делает, так это пытается болезнь отпугнуть, но не защищает от нее всерьез.

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, помимо масок, для предотвращения распространения вируса рекомендовала тщательно обрабатывать руки [О рекомендациях для работодателей 2020]. И санитайзер, наравне с маской, стал атрибутом новой пандемической реальности (ил. 6).



Ил. 6. Интернет-мем «Меры предосторожности».
Из открытых источников: <https://smeyakaka.ru/post/992/>

Уже известный нам шаблон «Раньше / сейчас» в этом меме наполнен новым содержанием. Слева изображены наушники, которые являются незаменимым аксессуаром современного человека: с их помощью он слушает музыку, смотрит видеоматериалы, разговаривает с друзьями и родными, читает аудиокниги и в принципе организует свое свободное время. Справа сфотографирован антисептик, который можно найти в сумке практически у любого человека во время пандемии.

Данный мем воплощает следующий тезис: если раньше были незаменимыми наушники, то сейчас из дома не выйти без антисептика; развлечение ушло на второй план, а на первый вышел страх заболеть, – вот как человек зависим от обстоятельств.

Спустя несколько месяцев пандемии, после появления российской вакцины «Спутник V», Правительство активно занялось кампанией по вакцинации. Министерство здравоохранения РФ выступило с требованием вакцинации взрослого населения [Письмо Минздрава России 2021]. Некоторые регионы приняли решение об обязательной вакцинации сотрудников определенных сфер занятости: например, работодатели сферы услуг должны были обеспечить вакцинацию не менее 80 % сотрудников. В связи с этим предлагаем обратить внимание на мем «Вакцинация» (ил. 7).

1. ОТРИЦАНИЕ
2. ГНЕВ
3. ТОРГ
4. ДЕПРЕССИЯ
5. СЕРТИФИКАТ О ВАКЦИНАЦИИ

Ил. 7. Интернет-мем «Вакцинация». Из открытых источников: <https://letidor.ru/otdyh/vakcinaciya-i-qr-kody-13-samykh-smeshnykh-memov-o-novykh-ogranicheniyakh.htm>

В силу того, что визуальной основой данного мема является список, предлагаем сразу обратиться к его вербальному наполнению. В списке пять пунктов, первые четыре из которых вызывают у пользователя однозначную ассоциацию: отрицание, гнев, торг, депрессия – это широко известные стадии принятия горя, предложенные Элизабет Кюблер-Росс. Однако воспроизведены эти стадии не совсем в согласии с оригиналом. Вместо пятого пункта, которым у Кюблер-Росс является «принятие», автором вписаны слова «сертификат о вакцинации».

В конечном счете посредством языковой манипуляции с уже известным культурным кодом вакцинация в данном меме представлена как неизбежность: вакцинируются все, просто кто-то согласится сразу, а кто-то пройдет все стадии «принятия горя».

Еще одной привлечшей внимание интернет-аудитории антиковидной мерой стала технология QR-кодов, которые применялись властями для допуска в места общественного пользования только привитых граждан [ТАСС 2021] (ил. 8).

Скоро у всех ресторанов Москвы



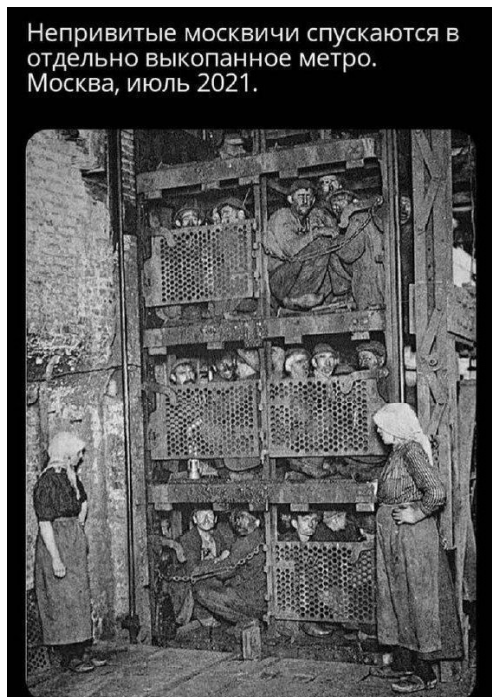
Ил. 8. Интернет-мем «QR-код». Из открытых источников:
<https://www.instagram.com/p/CQqLLZXrht7/>

В меме «QR-код» в качестве основы использован кадр из кинофильма «Иван Васильевич меняет профессию». Главный герой Шурик в попытках найти детали для починки своей машины времени встречает спекулянта. Характерным раскрытием пальто тот пытается завлечь ученого редкими деталями и механизмами. Автор мема несколько поменял визуальное оформление кадра: фоном выступает вход в кофейню «Шоколадница», а вместо радиодеталей у спекулянта множество QR-кодов.

«Скоро у всех ресторанов Москвы», – так подписан мем, и, прочитав это, интернет-пользователь понимает: вместе с внедрением нового правила появятся два типа людей – первые захотят на этом заработать, а вторые отдадут любые деньги, лишь бы попасть в любимую кофейню.

Контроль вакцинации с помощью QR-кодов вызвал волну общественного возмущения, так как некоторые люди интерпретировали эту меру как новый вид социальной дифференциации. Возмущение выражалось в том числе в мемах (ил. 9).

Основой мема «Вакцинация» является фото бельгийских шахтеров начала XX века. На нем измученные и грязные мужчины возвращаются на землю после окончания рабочего дня, доверху заполнив лифт угольной шахты. Автором мема изображение дополнено пояснительной надписью, которая радикально меняет смысл происходящего на картинке: это не шахтеры поднимаются, это неприжившие москвичи спускаются в отдельное выкопанное для них метро.



Ил. 9. Интернет-мем «Вакцинация». Из открытых источников: <https://letidor.ru/otdyh/vakcinaciya-i-qr-kody-13-samykh-smeshnykh-memov-o-novykh-ogranicheniyakh.htm>

В результате взаимодействия надписи и фото у мема появляется ярко выраженный правоборческий посыл: непривитые люди, по мнению многих из них, сегодня подвергаются дискриминации, что может дойти до попыток общества максимально сепарировать их от привитого населения.

В 2021 году из-за активного распространения коронавирусной инфекции период с 30 октября по 7 ноября в России был объявлен нерабочим [Указ Президента РФ 2021]. Поводом для общественного возмущения стала парадоксальность такой меры: были отменены все массовые мероприятия и закрыты пункты общественного питания, но границы с некоторыми курортными странами оставались открытыми (ил. 10).

Основной визуальный акцент данного мема приходится на мужчину, стоящего с поднятым вверх пальцем в знак одобрения. Этот персонаж небезызвестен: дед Гарольд стал популярен в интернете много лет назад благодаря необычному выражению лица – за натянутой улыбкой Гарольда просвечивает боль, которую ему так и не удалось скрыть.

- Извините, в кинотеатр нельзя - локдаун.
- А куда можно?
- В Египет.



Ил. 10. Интернет-мем «Нерабочая неделя в ноябре».
Из открытых источников: https://vk.com/wall-23213239_490177

Предмет этой боли для создателя мема и его аудитории становится очевидным при чтении надписи. Во время локдауна многие привычные виды досуга стали недоступными, но при этом сохранились возможности для заграничных поездок. Назвать Египет и кинозал равноценными альтернативами сложно: поездка на курорт требует намного больше усилий, вложений и времени, чем более доступный поход в ближайший торговый центр.

Выводы

Современность с ее тенденцией к глобализации значительно повлияла на формы коммуникации. Двунаправленность, а также взаимодействие виртуальных ресурсов стали приоритетом при взаимодействии не только индивидов, но и государства и общества. Одним из инструментов обратной связи для граждан является интернет-мем. Не являясь инструментом диалога и по природе своей не требуя ответа, не будучи частью механизма артикуляции интересов, мем своей злободневностью, доходчивостью и «неотразимостью», свойственным юмористическому высказыванию, формирует представление об общественной атмосфере, «общем мнении» в реакции на то или иное государственное решение.

Будучи медиаобъектом, он получает в интернет-пространстве свой особый статус посредством юмористического содержания,

визуально оформленного с учетом уже известных тому или иному интернет-сообществу культурных ассоциаций. Таким образом творческий потенциал мема вызывает волну его популярности у интернет-аудитории и позволяет не только сублимировать народное возмущение, но и дать понимание о предмете недовольства. Деконструкция этого интернет-феномена возможна за счет сепарации его визуальной и вербальной составляющих, а затем гармоничного соединения их в единое целое.

Исследование мемов в российском медиапространстве 2020–2021 годов позволяет заключить, что интернет-пользователи не в последнюю очередь обсуждали правительственные меры по борьбе с инфекцией коронавируса. Обыгрывая уже известные шаблоны, авторы мемов с помощью надписей или незначительных визуальных изменений полностью меняют посыл картинки: юмористический смысл чаще всего приобретает саркастический оттенок, вызванный недовольством и экзистенциальным переживанием интернет-аудиторией абсурдности, с одной стороны, принятых государством мер, а с другой – какого-либо объяснения таких решений. Такой анализ позволяет обнаружить точки наибольшего социального напряжения, увидеть общественную реакцию на правительственные меры, чтобы в дальнейшем откорректировать политико-управленческие решения и использовать новые коммуникативные стратегии для их внедрения.

Несмотря на краткий срок жизни отдельного мема, то впечатление, которое он создает своим сочетанным действием, часто формирует устойчивый образ исторического периода, решения или актора, который переживает сам первоначальный мем и становится частью коллективного сознания.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Блинова 2019 – Блинова О. А. Мультиmodalность в сетевом политическом дискурсе: интернет-мемы о независимости Шотландии // Научный диалог. 2019. № 10. С. 79–93.
- Бугаева 2011 – Бугаева И. В. Демотиваторы как новый жанр в интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика // Стиль. 2011. № 10. С. 147–158.
- Бурдые 2002 – Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–75.

- Голованова, Маджаева 2020 – Голованова Е. И., Маджаева С. И. О словаре эпохи пандемии коронавируса // Вестник ЧелГУ. 2020. № 7. С. 48–55.
- Глинский 2010 – Глинский С. Фото с акции протеста в Минске. 2010. URL: https://vk.com/sereza.hlinski?z=photo3746417_199860288%2Fphotos3746417 (дата обращения: 25.10.2021).
- Зиновьева 2015 – Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 178–184.
- Канашина 2019 – Канашина С. В. Интернет-мем и политика // Политическая лингвистика. 2019. № 1 (61). С. 69–73.
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях 2021 – Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.07.2021; с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/0a2ba7a26adcfa416705508b8605c0219169901/ (дата обращения: 25.10.2021).
- Костина, Макаренко, Матвеев 2020 – Костина И. А., Макаренко К. С., Матвеев В. В. Особенности перехода на удаленную работу в связи с пандемией и её перспективы после снятия ограничительных мер // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. 2020. № 3. С. 1439–1443.
- Мелконян 2017 – Мелконян Н. Виды и функции обратной связи в диалоговых политических коммуникациях // Вестник Ереванского университета. Социология, экономика. 2017. № 2 (23). С. 29–36.
- Министерство здравоохранения Российской Федерации 2021 – Министерство здравоохранения Российской Федерации: официальный сайт. 2021. URL: <https://minzdrav.gov.ru/news/koronavirus> (дата обращения: 24.10.2021).
- Мусийчук, Мусийчук 2020 – Мусийчук М. В., Мусийчук С. В. Юмор как эффективная стратегия совладения на самоизоляции в период пандемии коронавируса // Мир науки. 2020. Т. 8, № 5. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/51PDMN520.pdf> (дата обращения: 25.10.2021).
- О рекомендациях для работодателей 2020 – О рекомендациях для работодателей по профилактике коронавирусной инфекции на рабочих местах. 2020. URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/64846.html/> (дата обращения: 30.10.2021).
- Письмо Министерства промышленности и торговли РФ 2020 – О работе промышленных предприятий в условиях пандемии COVID-19: письмо Министерства промышленности и торговли

- РФ от 07.04.2020 № ЕВ-23970/17. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73768134/> (дата обращения: 25.10.2021).
- Письмо Министерства труда и социальной защиты РФ 2020 – Письмо Министерства труда и социальной защиты РФ от 23.04.2020 № 14-2/10/П-3710. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351512/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/ (дата обращения: 27.10.2021).
- Письмо Минздрава России 2021 – Письмо Минздрава России от 29.06.2021. URL: https://rosreestr.gov.ru/upload/Doc/09-upr/Метод_реком_Минздрава%20от%2029.06.2021.pdf (дата обращения: 30.10.2021).
- ТАСС 2021 – Что такое QR-коды и история их использования / ТАСС. 2021. URL: <https://tass.ru/info/11767111> (дата обращения: 30.10.2021).
- Указ Президента РФ 2020 – О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19): указ Президента РФ от 02.04.2020 № 239. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349217/ (дата обращения: 27.10.2021).
- Указ Президента РФ 2021 – Об установлении на территории Российской Федерации нерабочих дней в октябре–ноябре 2021 г.: указ Президента РФ от 20.10.2021 № 595. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_398714/ (дата обращения: 31.10.2021).
- Федеральная служба по труду и занятости РФ 2021 – Перечень мер в связи с коронавирусом (COVID-19) / Федеральная служба по труду и занятости РФ. 2021. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348585/e7a6eb8f5e7f35df9446fc6fca3ca7f6dfc40e08/ (дата обращения: 29.10.2021).
- Хорошилов 2015 – Хорошилов А. А. Фотография и визуальное восприятие // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 1, Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 1 (156). С. 33–40.
- Ягодкина 2019 – Ягодкина М. В. Мемы в интернет-коммуникации // Art Logos. 2019. № 2 (7). С. 142–152.
- Bain 1859 – Bain A. The Emotions and the Will. London: Longmans, Green & Co., 1859. 649 p.
- Beattie 1996 – Beattie J. On Laughter and Ludicrous Composition // Essays: On Poetry and Music. London: Routledge / Thoemmes Press, 1996. P. 321–487.

Easton 1965 – *Easton D.* A Systems Analysis of Political Life. New York: Wiley 1965. xvi, 507 p.

Lasswell 1948 – *Lasswell H.* The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / L. Bryson (ed.). New York: Harper and Brothers, 1948. P. 37–51.

Tajfel 1972 – *Tajfel H.* Social categorization // Introduction à la psychologie sociale / ed. S. Moscovici. Paris: Larousse, 1972. Vol. 1. P. 272–302.

Материал поступил в редакцию 31.10.2021

Материал поступил в редакцию после рецензирования 06.12.2021