

# Ковид в русских и итальянских мемах: от отрицания до взаимной поддержки

АНДРЕА  
МАРСИЛИ,  
АННА  
ЩЕТВИНА

**П**андемия коронавируса оказалась сильным стимулом для самого разнообразного цифрового творчества: арт-флешмобы в соцсетях, записи в блогах в духе «10 рецептов домашнего хлеба для “чайников”», сложносоставные советы о приеме имбиря и чеснока – а еще мемы. Во время пандемии появилось столько мемов, что исследователи и практики стали выделять их в отдельный жанр – карантинные (*quarantine*). Вроде бы коронавирус – довольно тяжелая тема, над которой кажется неуместным смеяться, – так почему же мемы оказались так популярны?

На уровне здравого смысла мемы могут ассоциироваться с шутками и смехом, но это далеко от реальности. С их помощью люди выражают разные эмоции и чувства, выстраивают солидарность, находят форму для выражения того, что сложно описать словами. Чтобы понять роль карантинных мемов, в октябре–ноябре 2020 года мы провели ретроспективное исследование в двух странах – России и Италии. Мы исходили из интуитивного предположения, что мемы помогают людям осмыслить пандемию. Как относиться к вирусу и ограничениям – всерьез или расслабленно? О чем волноваться, а что не стоит принимать близко к сердцу? Как действовать в контексте пандемии, где теперь проходит граница между тем, что хорошо и плохо? Карантинные мемы работают с этими вопросами – а иногда и предлагают четкие ответы.

Мы считаем, что это явление – реакция на кризисную ситуацию и одновременно конструирование самого кризиса. Но что значит «конструирование кризиса» – уж не обвиняем ли мы мемы во всех пандемийных бедах? Совсем нет – говоря о такой роли мемов в пандемии, мы опираемся на идею медиа-исследователя Антуна Де Рикера, который предположил<sup>1</sup>, что явления, которые в повседневном языке называются «кризисом», можно рассматривать как социальную практику. Кризис, беда,



Андреа Марсили – исследователь городского и уличного искусства, а также современных низовых субкультур.

Анна Щетвина (р. 1997) – независимая исследовательница интернета, координатор клуба любителей интернета и общества. Сфера научных интересов – культуральная история веба, *digital disengagement*, культурная апроприация технологий.

**1** DE RYCKER A. *Reconceptualizing Crisis. «Doing Crisis» as a (Re)contextualized Social Practice* // PATRONA M. (Ed.). *Crisis and the Media Narratives of Crisis across Cultural Settings and Media Genres*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2018.



катастрофа не просто приходят и наступают откуда-то извне, а конструируются социально, то есть с помощью определенных действий, использования конкретных пространств и предметов, особых навыков, через наделение происходящего рядом конкретных смыслов, которые разделяются и поддерживаются людьми. Если мы считаем пандемию кризисной ситуацией, посвященные ей мемы можно считать одной из практик, через которую люди выстраивают понимание и способы поведения.

**Мемы могут ассоциироваться с шутками и смехом, но это далеко от реальности. С их помощью люди выражают разные эмоции и чувства, выстраивают солидарность, находят форму для выражения того, что сложно описать словами.**

Италия и Россия оказались в фокусе нашего внимания по нескольким причинам. Хотя мемы – глобально узнаваемый и широко используемый формат цифрового контента, тематически они укоренены в определенных культурных кодах. Мемы отсылают к конкретным знаменитостям, традициям и явлениям, которые могут быть известны только отдельным группам интернет-пользователей. Работа с несколькими странами позволяет одновременно увидеть закономерности в использовании мемов как глобального формата и сохранить чувствительность к местному контексту. Выбор конкретно этих двух стран был связан с нашей коллаборацией: Анна большую часть жизни провела в России, а Андреа – в Италии, и наши знания языка и контекста своих стран помогают в интерпретации мемов из этих регионов.

В результате исследования появилась возможность выделить несколько способов адресации пандемии, которые мы обозначили как *стратегии фреймирования*: отчуждение, избегание, обеспокоенность, анализ/критика, одомашнивание, субверсия, признание эмоций и эскапизм. Посмотрев, как эти стратегии существуют во времени, мы поняли, что процесс производства коронакризиса не был линейным и однозначным. Практика карантинных мемов – это длительный процесс, в котором различные представления о происходящем возникали и накладывались друг на друга, коррелируя с новыми ограничениями и новостями о коронавирусе.

Такое исследование карантинных мемов, с одной стороны, показывает нам спектр разных фольклорно воспроизводимых отношений людей к вирусу и пандемии, конструирование восприятия кризиса. С другой стороны, результат этого исследования – иллюстрация того, что мемы как практика не существуют

в статике, а динамично меняются одновременно с другими сферами медийной жизни и повседневности.

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## ЧТО ТАКОЕ МЕМЫ И КАК ИХ ИССЛЕДУЮТ

Интернет-мемы на первый взгляд могут показаться не самой важной частью современной культуры. Потенциал символического фреймирования и культурных репрезентаций у кино и высокого искусства хорошо описан, а вот мемы в 2021 году скорее остаются периферией исследований и критики. Но кое-что мы уже можем сказать об этой сфере. Интернет-мемы – это небольшие единицы цифрового контента, которые могут принимать разные формы – картинок, видео, гифок, мелодий или движений. Они легко распространяются и творчески адаптируются к разным контекстам и ситуациям. В исследованиях *memes studies* объектами интереса обычно оказываются семантика мемов, их политическое влияние, сообщества, которые выстраиваются вокруг этого контента. Рассуждая о возможных определениях, Лимор Шифман акцентирует внимание на том, что эти объекты всегда связаны с некоторым полем. Знания об этом поле влияют на новые техники выразительности и форматы, которые люди используют при создании мемов<sup>2</sup>. Можно сказать, что эта практика похожа на своеобразную игровую площадку, в рамках которой люди переставляют детали визуального конструктора – меняют стили, играют с содержанием и отсылками. Известный пример – мем «Loss», его суть сводится к четырехчастной геометрической структуре, которую люди пытаются найти где угодно. Когда они находят и «клеят» находку словом «Loss» или другим узнаваемым способом, мем воспроизводится. Эта своеобразная игра в узнавание вообще очень характерна для данной практики.

Чтобы воспроизводить мем, нужно уметь его читать и понимать его значения. Это требует особого знания, разделяемого создателями и читателями/распространителями. Кристина Морено-Альмейда, исследуя политические мемы в Марокко, акцентирует внимание на том, что тематически и по своему семантическому устройству они отсылают не к опыту одного читателя, а к некоторому общему, коллективному опыту<sup>3</sup>. То есть, когда человек читает мем, он чувствует единение, общее знание с автором и с другими людьми, которые лайкнули пост

<sup>2</sup> SHIFMAN L. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, 2013.

<sup>3</sup> MORENO-ALMEIDA C. *Memes as Snapshots of Participation: The Role of Digital Amateur Activists in Authoritarian Regimes* // *New Media & Society*. 2021. Vol. 23. № 6 (<https://doi.org/10.1177/1461444820912722>); NISSENBAUM A., SHIFMAN L. *Internet Memes as Contested Cultural Capital: The Case of 4chan's /b/board* // *New Media & Society*, 2017. Vol. 19. № 4. P. 483–501.



или переслали его кому-то еще. И это общее знание/понимание особенно привлекательно, в нем можно угадать даже конспирологическое удовольствие.

Общность опыта не просто «защита» в структуру мема – она связана еще и с тем, как мемы возникают и передаются. Важнейшая часть жизни мемов – постоянное участие, вовлеченность. Люди, практикующие мемы, могут переходить из роли читателя в роль создателя и наоборот – это культура соучастия, уход от авторства в пользу коллективной практики низового творчества<sup>4</sup>. Мем жив, пока его воспроизводят и трансформируют, лайкают и постят. Именно из-за этой активности многие исследователи предлагают рассматривать мемы как практику, а не просто как совокупность цифровых объектов. Мемы практикуются и существуют в первую очередь в действиях.

Мемы выражают разные чувства, состояния. В этом смысле мемы не только про шутки и смех – кроме смехового, мемы могут вызывать и иные эффекты. Например, иронические и саркастические мемы – они, скорее, осуждают нечто. Акцент на мгновенные сильные переживания цепляет смотрящего, заставляет его откликнуться. Анастасия Денисова, например, предлагает выделять в мемах три эмоции, которые побуждают людей к реакции: умиление, гнев или обеспокоенность<sup>5</sup>.

Комбинируя эмоциональную заряженность и инсайдерские отсылки, мемы оказываются очень сильным механизмом по установлению или закреплению норм: что правильно, а что нет, что хорошо, а что плохо. Многие из них строятся на прямых или завуалированных моральных суждениях. И наоборот, если мы не разделяем какой-то идеологии, заложенной в меме, он не покажется нам смешным. Если мы осуждаем сексизм, будем ли мы смеяться над шуткой, построенной на высмеивании «глупых блондинок»?

## КАРАНТИННЫЕ МЕМЫ КАК ПРАКТИКА

При рассмотрении карантинных мемов в качестве практик мы совместили две оптики – теорию практик Элизабет Шов, Мики Панцара, Мэтта Уотсона<sup>6</sup> и идею Антуана Де Рикера о «кризисе как практике». Де Рикер утверждает, что явления, которые на языке здравого смысла называются «кризисами», конструиру-

4 BURGESS J.E. *Vernacular Creativity and New Media*. Ph.D. Thesis. Queensland University of Technology, 2007 ([https://eprints.qut.edu.au/16378/1/jean\\_burgess\\_thesis.pdf](https://eprints.qut.edu.au/16378/1/jean_burgess_thesis.pdf)).

5 DENISOVA A. *Viral Culture, Memes in Society and Politics* // Westminster Papers in Communication and Culture. 2020. Vol. 15. № 1. P. 74–79.

6 SHOVE E., PANTZAR M., WATSON M. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*. Thousand Oaks: Sage, 2012.

ются через практики. Пандемия – как раз подобная кризисная ситуация, в которой привычный порядок жизни сильно пошатнулся. Люди использовали мемы как коллективный способ наделять смыслом наступление кризиса и его разные этапы.

Но что такое практика? Например, как мы отделяем практику от просто действия? Элизабет Шов и ее соавторы предлагают рассматривать практику как комбинацию *материалов, компетенций и значений*.

*Материалы* в данном случае – это специфические физические объекты, вещи, пространство, в которых действие осуществляется. Поскольку мемы существуют в интернете в виде простых единиц контента, они не очень требовательны к физическому материальному окружению. Мемы могут передаваться самыми разными способами – их могут показывать на экране телефона другу при офлайн-встрече. В этом смысле материальный контекст мемов очень разнообразен. Но, кроме физических объектов, мемы задействуют особые интерфейсы – например, группы в социальных сетях или мессенджеры. Чтобы описать мемы как практику, нужно описать соответствующие интерфейсы и их особенности. Для этого исследования мы решили сфокусироваться на группах в социальных сетях, в которых люди публикуют и обсуждают мемы.

*Компетенции* – это знания и умения, которые есть у участников практики. Например, навыки, которые нужны пользователю, чтобы создать смешной мем или чтобы уместно его прокомментировать. В случае карантинных мемов это так же знания о пандемии и оценка происходящего, которая будет поддержана другими участниками практики. Ведь если выразить с помощью мема нереалистичное или слишком непопулярное (но и недостаточно яркое) мнение о происходящем, он не вызовет реакции.

И, наконец, *значения* – это сеть из разных смыслов, с которыми связана практика сама по себе и отдельные ее элементы для участников. Это эмоции, ценности, иерархии, нормы, связанные с мемами и реакцией на них. Согласно Де Рикеру, при конструировании кризиса важно, как люди описывают свою позицию по отношению к кризису, какими значениями наделяют эти отношения между собой и происходящим.

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## МАТЕРИАЛЬНОСТЬ

Для исследования мы взяли по одной популярной платформе для каждой страны – *Facebook* для Италии и «ВКонтакте» для России. Мы выбрали открытые группы (паблики), посвященные юмору, с наибольшим количеством подписчиков. В *Facebook* –



четыре группы с количеством подписчиков от 300 тысяч до 4,1 миллиона. Во «ВКонтакте» это была одна, но наиболее популярная группа с 12 миллионами подписчиков (на конец октября 2020 года).

*Facebook* – самая популярная среди итальянцев платформа. Всего в его итальянском сегменте 35 миллионов профилей, что составляет почти 60% населения Италии на 2020 год<sup>7</sup>. Мемами на Facebook обмениваются разными способами, но мы рассматривали только *группы*. Группы – низовое медиа внутри платформы, на которое люди могут подписываться и в котором могут участвовать. Наиболее популярные группы, которые специализируются на мемах, иерархичны: публикуют контент только администраторы, а остальные люди читают, комментируют или репостят. В январе–ноябре 2020 года основными инструментами взаимодействия с постами были лайки, репосты и комментарии. В секции комментариев люди зачастую публикуют ответные мемы, как бы продолжая разговор на тему, которую поднял пост, или выражая свои переживания от мема – особый *mood*.

«ВКонтакте» – самая популярная социальная сеть среди российских пользователей<sup>8</sup>, его аудитория насчитывает 73,4 миллиона человек<sup>9</sup>, что составляет 83% пользователей Интернета в России<sup>10</sup>. Устройство «ВКонтакте» напоминает *Facebook* – с профилями, лентами, сообщениями и группами. Как и в *Facebook*, лайки, репосты и комментарии – основные способы взаимодействия, которые предлагает социальная сеть. Небольшая разница между платформами связана с тем, как люди выражают свою эмоциональную реакцию на пост. Если в *Facebook* можно выбрать эмоцию-реакцию, то во «ВКонтакте» на тот момент была только одна универсальная кнопка «Нравится» (в виде сердечка). Чтобы конкретизировать свою реакцию, люди оставляли комментарии с соответствующими эмоджи<sup>11</sup> – например, смеющиеся, злые или испуганные лица, иногда отдельные слова или фразы.

**7** *Digital 2020 Italia* [ноябрь 2020 года] (<https://wearesocial.com/it/digital-2020-italia>); *Digital 2020 Russia* [ноябрь 2020 года] (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-russian-federation>); *Facebook Users in Italy* [январь 2020 года] (<https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-italy/2020/01>).

**8** *Website Ranking* [декабрь 2020 года] ([www.similarweb.com/website/vk.com/#overview](http://www.similarweb.com/website/vk.com/#overview)).

**9** «ВКонтакте» рассказала о росте выручки более, чем на 20%, и аудитории в России – до 73 млн (<https://vk.com/press/q1-2020-results>).

**10** *Global Web Index's Flagship Report on the Latest Trends in Social Media* [2020] ([www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Social%20flagship%20report%20Q3%202020%20-%20GlobalWebIndex.pdf](http://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Social%20flagship%20report%20Q3%202020%20-%20GlobalWebIndex.pdf)).

**11** Эмоджи – небольшие графические изображения определенного типа. Платформы (например *Facebook* или «ВКонтакте») предлагают ряд эмоджи на выбор – обычно это лица с разными их выражениями и атрибутами, а еще предметы, части тела, звери, животные, геометрические формы.

## КОМПЕТЕНЦИИ И ЗНАЧЕНИЯ: КАК ЧИТАТЬ МЕМЫ

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

Анализ компетенций, необходимых для создания и восприятия карантинных мемов, сильно переплетен с пониманием значений. Это знания культурного контекста, новостей и других отсылок, которые авторы задействуют, чтобы сделать мем, а читатели – чтобы прочитать и отреагировать. Исследователь встает в позицию читателя и пытается развернуть сеть знаний, которые нужны для прочтения мема.

Хотя сам метод такого пристального чтения не был строго методологически структурирован, мы анализировали каждый мем исходя из ряда его характеристик:

– *Элементы* – как мем устроен на уровне изображения, из каких элементов состоит, как они сочетаются друг с другом.

– *Визуальный стиль* – элементы формы в их общности, визуальные отсылки мема к другим мемам или явлениям. Например, лягушка Пепе может ассоциироваться с фразой «Feels good bro», с неудачниками, к которым легко почувствовать эмпатию, и даже с альт-райт идеологией. Коллажи с котами, бабочками, яркими цветами – с платформой «Одноклассники», как некоей неопределенной идеей старшего поколения, а также – с постиронией.

– *Форма/шаблон* – какие вариации мема возможны/существуют, чем они отличаются друг от друга, а что остается неизменным. В исследовании мы обычно работали с одной вариацией мема – одной картинкой, которая создана по какой-то форме или логике, известной по множеству других мемов (например «девушка пробует комбучу»). Знание шаблона позволяет понять, на чем мем ставит акцент, в чем оказывается знакомым своей аудитории, а что оригинально обыгрывает.

– *Имплицитное знание* – какие знания о политике, повседневности, других мемах и тому подобном нужны, чтобы понять мем и посмеяться/отреагировать.

– *Эмоциональный модус* – какую реакцию пытается вызвать мем. Здесь нужна интроспекция в сочетании с наблюдением за цифровыми следами. Какие чувства вызывает мем у исследователя? Он смешной? Он ироничный? Он злой? Хочется ли, увидев мем, посмеяться над кем-то конкретным, или над ситуацией, или над собой? Или же он вызывает чувство ироничной жалости к себе? Или к кому-то еще? После этого реакция исследователей соотносится с тем, как на этот мем реагировали люди в комментариях.

– *Идея и нормативность* – что мем говорит о мире, как его описывает. Возможно, мем дает прямое высказывание по какой-то теме. Или (в большинстве случаев) имплицитно подразумевают определенное понимание хорошего/плохого, смешного/



АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

серьезного, своего/чужого. А иногда наоборот, мемы пытаются подорвать привычные категории, задаются вопросами или выказывают недоумение по поводу чего-то.

Такое пристальное чтение отдельных изображений было направлено на развертывание сети компетенций, стоящих за каждым отдельным мемом, и на первичное понимание его значений. Как и с любой другой практикой, здесь важен контекст. Открытка с блестками и пожеланием доброго утра может быть отправлена серьезно, а может – как шутка, в зависимости от того, кто, когда и кому, в каком медиуме ее отправил. Использование лягушонка Пепе в картинке может намекать на расистский подтекст, а может и не иметь особого явного значения.

Илл. 1. Мем из русско-язычного паблика «Леонардо Дайвинчик».

## КОРОНАВИРУС - ЭТО КОГДА ОДИН ЧИХНУЛ, А СТО УЖЕ ОБОСРАЛИСЬ, ПОЭТОМУ В МАГАЗИНАХ И НЕТ ТУАЛЕТНОЙ БУМАГИ



Люди уже совсем ... [ОБАЛДЕЛИ]



Таким же образом саркастичный мем о коронавирусе может высмеивать неких других, а может быть самоиронией. Чтобы понять, как мем считается в конкретной группе, мы смотрели на комментарии, которые люди оставляли к публикациям в социальных сетях. Комментарии как опора для трактовки мема важны и в самих практиках тоже. Так, в российской группе, с которой мы работали, мемы представляли собой не просто картинку, а якобы скриншот изображения и комментария анонимного пользователя к нему. Это комментарий направляет восприятие картинки – дополнительно объясняет позицию, с которой этот мем стоит читать. Например, комментарий высмеивает панику людей (*илл. 1*), которые поспешили купить товары первой необходимости перед локдауном. Этот мем можно было бы прочесть как самоироничный, но комментарий четко отделяет «нас» – читателей мема – от «других», которых «мы» осуждаем за такое поведение.

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## КТО ТАКОЙ ЭТОТ ВАШ КОРОНАВИРУС

Сбор материалов, этнографические наблюдения и анализ проводились в октябре–декабре 2020 года. Исследуя группы в *Facebook* и «ВКонтакте», мы собрали базу из 322 мемов (по 161 на каждую социальную сеть). В целом исследование было разделено на четыре этапа. Сначала мы проанализировали, в каком материальном контексте и с помощью каких действий организована практика мемов. После этого мы попробовали выстроить систему кодов, обозначающих, каким образом они описывают коронавирус. Если мем не подходил под те описания, которые мы уже ввели, мы выделяли новый код. Каждая картинка могла иметь несколько кодов. Получившуюся кодировку мы обозначили как ряд стратегий фреймирования, имея в виду, что каждая из таких стратегий предлагает свой способ адресации отношений людей к пандемии – и друг к другу во время пандемии. Всего мы смогли идентифицировать восемь таких фреймов: избегание, отчуждение, обеспокоенность, анализ/критика, одомашнивание, субверсия, эскапизм и признание эмоций.

### Избегание

Часть мемов выражала сомнение, что коронавирус вообще достоин такого внимания. Эти мемы высмеивают панику, пытаются снизить градус напряжения и показать, что страхи преувеличены (при этом опираясь на метафоры и яркие образы,



АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

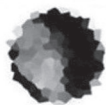
## ЧТО РАССКАЗЫВАЮТ В СМИ:



## ЧТО БЫЛО НА САМОМ ДЕЛЕ:



Илл. 2. Мем из русско-  
язычного паблика  
«Леонардо Дайвинчик».



### Это про коронавирус?

а не на проверенную информацию). Это стратегия вытеснения коронавируса и связанной с ним проблематики из общественной повестки, утверждение, что он занял слишком много места, причем безо всяких на то оснований. Коронавирус надоел, от него устали, поддерживающие фразы вызывают только желание закатить глаза, а телевизор хочется выкинуть на помойку. Иногда эти мемы прямо выражали неверие, что коронавирус существует. Например, мем иронично свидетельствует: СМИ преувеличивают опасность коронавируса (илл. 2). Итальянские мемы были менее скептически, и даже в ситуациях, где картинку

можно было прочитать разными способами, люди в популярных группах выбирали тот, который признавал коронавирус как нечто значимое. Например, один итальянский мем состоял всего лишь из фотографии человека с плакатом «Коронавируса не существует. Отключите 5G». Как это интерпретировать? На первый взгляд в самой картинке нет никакой оценочности, это просто фотография человека с плакатом – с ней можно согласиться, а можно ее высмеять. Все комментаторы (если мы убеждены, что администраторы не почистили комментарии) высмеивают человека с плакатом и считают подобное утверждение глупостью и конспирологией. «Избегающие» мемы появились и пережили пик популярности в момент, когда в обеих странах вводили первые сильные ограничения (март–апрель 2020-го). В контексте конструирования кризиса эти мемы были попыткой избежать всеобщности и серьезности пандемии, вытеснить ее как нечто важное из общественного дискурса.

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## Отчуждение

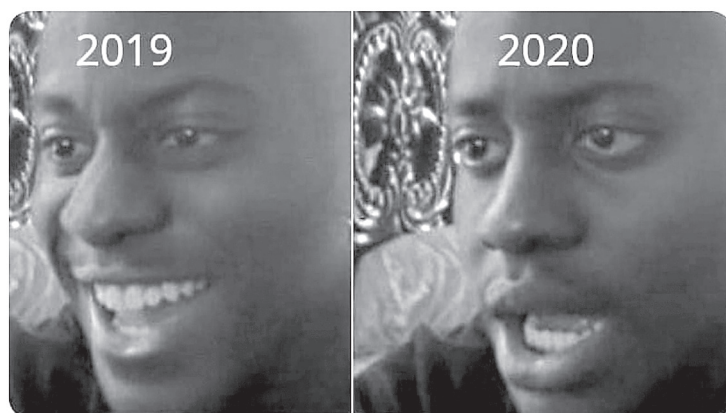
Этот способ фреймировать пандемию и связанные с ней явления рисует коронавирус как чужой, далекий, *не наш*. Эта стратегия уже признает его существование, но отрицает собственную причастность к нему. Он заражает китайцев, а не нас. Тех, кто живет в «плохих регионах», а не нас. Тех, кто отличается от нас. Это стратегия дистанцирования, страха и ксенофобии, но еще – наделения происходящего некоей определенностью.



la partestrana dell'internet



## "There are hot Asian girls in your area"



Илл. 3. Мем из италоязычного паблика «Itrashtenimento 2.0». Подпись «Горячие азиатки недалеко от вас» отсылает к рекламе порно и сервисов онлайн-знакомств. Мем показывает две реакции на подобную фразу – в 2019 году герой мема обрадовался бы, а в 2020-м – испугался.



Вирус – эфемерное, неосязаемое – в этих мемах наделялся местом действия, понятной материальностью. Другая страна, другие тела – угроза, которая находится под боком, но не перешла границу.

Такое отношение к коронавирусу было особенно актуально на первых этапах пандемии, когда еще не было понятно, насколько проблема глобальна; в глазах практиков мемов мир четко делился на «опасные» и «безопасные» места. Конечно, сначала опасной зоной был Китай, а заодно и люди азиатской внешности, проживающие в родной стране. Но потом такие же мемы стали появляться про «красные» регионы – например, Ломбардию в Италии. Общаясь под постами с мемами, люди из обеих стран агрессивно выражали неприятие по отношению к «опасным» группам, обвиняя их в происходящем.

## Обеспокоенность

В какой-то момент игнорировать пандемию стало сложно. Даже если не все люди поверили в существование коронавируса, его последствия затронули и итальянцев, и россиян – страны закрыли границы, ввели ограничения, установили локдаун. Вероятно, из-за этого с февраля–марта по май 2020 года многие мемы описывали коронавирус как что-то, с чем нельзя не считаться. Люди болеют и умирают, тревожные новости не заканчиваются, будущее оказывается туманным и непредсказуемым. На фоне этого солидарность, взаимная поддержка и немного юмора нужны, как никогда. Мемы становятся креативной формой для того, чтобы распространять новости, обозначать тему пандемии как серьезную и важную, в шуточной форме выражать свой страх перед неопределенностью.

Темы и общий настрой в мемах этого типа менялись со временем. Вначале обеспокоенность пандемией была направлена вовне – картинки выражали сочувствие другим странам и людям, советовали не сдаваться и смотреть в будущее с оптимизмом. Затем, с распространением вируса в Италии и России, они становились более информативными, сообщали о новых ограничениях, сравнивали жизнь до ковида с тем, что сейчас. Комментарии к постам такого рода – это или эмоциональные реакции, или личные истории о том, кого и как затронул ковид. Российские комментаторы были особенно эмоциональны. Посты с мемами, которые постулируют «ковид здесь, нам с ним жить», становились местом для выражения негативных эмоций, злости на ситуацию, чувства безысходности.

## 2015 ГОД:



АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## 2020 ГОД:



### Горькая правда..

*Илл. 4. Мем из русско-  
язычного паблика  
«Леонардо Дайвинчик».*

#### Анализ и критика

Другая стратегия относилась к коронавирусу как к поводу подумать на другие темы – ситуация с медициной в стране, отношение к другим эпидемиям (например ВИЧ), состояние политической системы и экологии. Такие мемы иногда предлагали оригинальные идеи или некоторую попытку анализа пандемии. К примеру, один из постов «ВКонтакте» иронизировал над тем, как из-за коронавируса стало очевиднее, насколько сильно Москва отделена от остальной России. Через «аналитические» мемы люди пытались нащупать место пандемии в мире, критически сравнивая ее саму и ее последствия с другими явлениями, системами, стереотипами. Отчасти эта стратегия выверяет



**АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА**

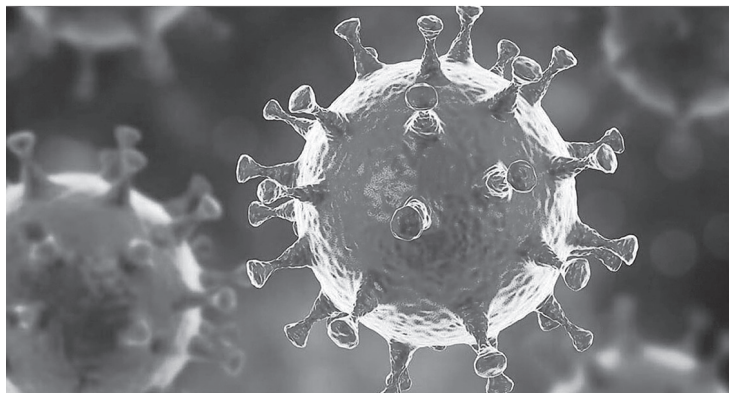
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

*Илл. 5. Мем из италийского паблика «Itrashtenimento 2.0». За основу взята фотография, не связанная с пандемией, которую используют как метафору для иллюстрации неравномерного распределения внимания общественности. Подпись к человеку слева: «Когда эксперт-вирусолог говорит о коронавирусе». Подпись к человеку справа: «Когда кухонный эксперт распространяет фейковые новости по всему интернету».*

степень вовлеченности в происходящее: если медики, государство и медиа утверждают, что нужно серьезно относиться к этому вирусу и сильно менять жизнь под него, то почему к другим важным явлениям в мире мы не относимся серьезно? Стоит ли пересмотреть приоритеты? Кроме подобного вопрошания, мемы могут и прямо критиковать какие-то решения или действия государства и отдельных людей. Российские мемы критикуют полицию, которая во время вынужденной изоляции скорее действует устрашающе, нежели эффективно. Итальян-



**5 000 ЛЮДЕЙ УМЕРЛИ ОТ КОРОНАВИРУСА,  
И ВЕСЬ МИР УЖЕ НАДЕВАЕТ МАСКИ.  
35 МИЛЛИОНОВ ЗАРАЖЕНЫ ВИЧ, НО НИКТО  
НЕ СЧИТАЕТ НУЖНЫМ НАДЕВАТЬ  
ПРЕЗЕРВАТИВЫ.**



*Илл. 6. Мем из русскоязычного паблика «Леонардо Дайвинчик».*

ские мемы тоже критикуют полицию за неэффективность, но идея страха перед полицейскими не возникает. Важной темой также оказались фейковые новости и в целом вопрос экспертизы распространяющейся информации о коронавирусе. Так, многие мемы критикуют мнимых специалистов, которые публикуют слухи и непроверенные факты.

**АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА**

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

## Одомашнивание

Эти мемы можно назвать главным инструментом конструирования кризиса – через юмор они активно обживают различные изменения, которые стали происходить в мире. Не избегают и не отчуждают коронавирус, а включают его в привычные смысловые системы, связанные с повседневностью. Коронавирус в этих мемах становится практически бытовым, прирученным, как неудобный сосед, которого не выгонишь – значит, придется искать способ жить вместе. Один из самых популярных приемов здесь – объединение коронавирусных тематик с известными стереотипами, образами или поп-культурой. Например, российские мемы сравнивают новый мир со вселенной

## ИЗ-ЗА ПАНИКИ СВЯЗАННОЙ С КОРОНАВИРУСОМ «ПЯТЁРОЧКА» ПОШЛА НА КРАЙНИЕ МЕРЫ И ОТКРЫЛА ТРЕТЬЮ КАССУ



**Галя переключилась в режим  
повышенной готовности!**

*Илл. 7. Мем из русскоязычного паблика «Леонардо Дайвинчик» обыгрывает идею о том, что в магазине «Пятерочка» все время не хватает рабочих касс. Некая абстрактная «Галя» – известный персонаж мемов, обобщенный образ старшего кассира или продавца.*

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

«Сталкера»; обыгрывают образы ученика, только и мечтающего о закрытии школы на карантин, и «неубиваемого русского алкоголика», который выживет в любых условиях. Итальянские мемы цитируют Симпсонов, шутят про туалетную бумагу и сериал «Карточный домик» (на английском «The Paper House», «Дом из бумаги»). Другой способ одомашнивания пандемии – это ретроспективный взгляд на нее как бы из будущего. Так коронавирус становится не только частью настоящего, но и историей. Подобные мемы воображают мир через много лет, когда их авторы, став уже пожилыми, будут рассказывать внукам о пережитой самоизоляции. Если суммировать идею разных одомашнивающих мемов, она могла бы звучать так: «теперь мы живем в таком мире, это уже данность». Но такие картинки не просто рисуют новый мир – они объясняют, как в нем правильно жить, что теперь хорошо, а что плохо. Например, зло высмеивают противников ограничений и вакцинации. Или осуждают тех, кто не носит масок.

Илл. 8. Мем из италийского паблика «Meme dalla Terza Repubblica». Подпись: «Базовый набор “Давай встретимся, чтобы выпить кофе”». Изображение использует формат мемов под названием «стартер пак» (starter pack) – базовый набор вещей для какой-то деятельности, образа жизни или ситуации.



## Субверсия

Мемы в рамках этой стратегии высмеивают страшное, как будто бы пытаясь снизить серьезность разговора про вирус, чуть осла-



бить эмоциональную вовлеченность. Например, они описывают вирус самыми абсурдными образами: люди в них используют ветчину или аквалангистские костюмы в качестве средств индивидуальной защиты, называют вирус «короновирусом», накладывают поверх шарика с изображением вируса лицо Майка Вазовски из мультфильма «Корпорация монстров» – тоже зеленого шарика, правда из совсем другого контекста. Коллажи, странные фотографии, игра слов и смыслов – с помощью отсылок к популярной культуре и к одержимости максимальной креативностью пользователи смеются над собой и грустным миром, в котором вдруг очутились.

**АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА**

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

### Coronavirus non ti temo!



*Илл. 9. Мем из италоязычного паблика «Itashtenimento 2.0». Подпись: «Коронавирус, выходи на бой!».*

Такое использование абсурдных приемов переворачивает отношения власти. «Корона», которая загнала всех в дома, заставила работать и учиться удаленно, разъединила близких, – это большая и влиятельная внешняя сила. Описывая ее глупыми образами, люди на время как будто бы получают контроль над ситуацией – хотя бы над ее смыслами. Если не можем победить, можем хотя бы высмеять.

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

# БОГАЧИ В 2020



Илл. 10. Мем из русско-  
язычного паблика  
«Леонардо Дайвинчик».

## На рынке ценных бумаг лидирует туалетная

### Эскапизм

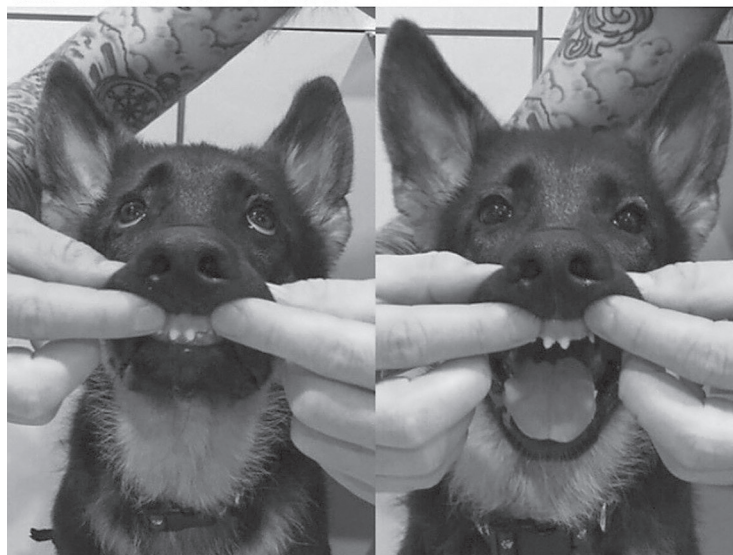
Эта стратегия встречалась реже остальных, но она хорошо их оттеняет. Эскапистские мемы отсылали к пандемии косвенно, публично отказываясь комментировать ситуацию от недостатка сил, эмоциональной истощенности. Они или рисуют утопичный мир, в котором все хорошо, или предлагают зрителям посмотреть на что-то простое, милое и хорошее, отвлечься от коронавируса и плохих новостей. В отличие от отрицающих мемов, эти картинки не комментируют коронавирус практически никак – они просто и прямолинейно предлагают уйти в другой мир, в котором все хорошо и нет проблем. Эта стратегия появилась уже во время локдауна, когда люди успели про-



**АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА**  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

*Илл. 11. Мем из ита-  
лоязычных пабликов  
«Itashtenimento 2.0» и  
«Politically Rétro». Скрин-  
шот из компьютерной  
игры с подписью «Здесь  
нет коронавируса».*

## СЕГОДНЯ У ЭТОГО МАЛЫША ПРОРЕЗАЛИСЬ ПЕРВЫЕ ЗУБКИ. НЕ КОРОНАВИРУС. НЕ ПОЛИТИКА. ПРОСТО ЗУБКИ



**Милафка**

*Илл. 12. Мем из русско-  
язычного паблика  
«Леонардо Дайвинчик».*



АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

сидеть несколько месяцев взаперти и устать от этого настолько, что хотелось сбежать в спокойный мир видеоигр и милых картинок.

## Признание эмоций

Не все мемы, которые можно назвать «карантинными», фреймировали пандемию напрямую. Одна из стратегий, которую мы нашли, работала скорее с последствиями коронавируса – с эмоциональными состояниями людей, жизнь которых изменилась. Мемы помогали выразить сложные, специфические чувства и переживания, которые понятны только тем, кто испытал этот опыт. Например, одиночество, сводящее с ума, которое переживали люди, месяцами сидя взаперти. Или тревожное ощущение, что будущее размыто, а происходящее сейчас никогда не кончится.

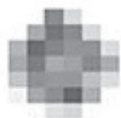


Илл. 13. Мем из италийского паблика «Trash Italiano». Подпись: «Осталось совсем немного».

Один из типов мемов, которые оказались тут актуальны, – это «добрые мемы» (*wholesome* – благотворные), – изображения, которые направлены напрямую на положительные эмоции (умиление, радостное сопереживание, чувство спокойствия и веры в себя). Например, картинки с надписями «Мы справимся» или истории отдельных людей, победивших коронавирус. Комментарии к таким мемам обычно тоже касались эмоций – люди солидаризировались с описанными ситуациями, писали, что тоже переживали подобное.

# МОИ 4 СОСТОЯНИЯ НА САМОИЗОЛЯЦИИ:

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...



Это я при карантине

Илл. 14. Мем из русскоязычного паблика «Леонардо Дайвинчик».

## КАК СТРАТЕГИИ МЕНЯЛИСЬ СО ВРЕМЕНЕМ

Говорить о некоем стабильном фреймировании пандемии через мемы не оправданно. То, как люди говорили про ситуацию в марте 2020 года, совсем не обязательно схоже с тем, что и как они говорили в сентябре. Чтобы понять, как меняется рецепция и фреймирование пандемии, мы соотнесли базу мемов с таймлайнами развития пандемии в двух странах. За начальные точки были взяты новости о первых случаях коронавируса в Италии и России. За конечную точку – дата, условно отмечающая начало второй волны коронавируса в обеих странах – 31 октября 2020 года. Мы проследили изменения, прои-

зошедшие в темах и стратегиях, и сопоставили их с событиями, произошедшими в странах в то же время.

Когда мы собирали базу данных, мы отмечали дату, когда та или иная картинка была опубликована. Соотнеся эти даты с таймлайном развития ограничений, мы увидели, что самым важным событием, которое повлекло за собой активное осмысление, стал локдаун. В Италии он начался 8 февраля 2020-го, а постепенные смягчения начались 4 мая. На этот период приходится наибольшее количество публикаций постов с мемами о пандемии в день. В России мы видим аналогичную ситуацию: 16 марта закрываются школы и постепенно ужесточаются меры, в этот момент происходит бум постов на соответствующую тематику. Затем количество постов постепенно снижается, вероятно, из-за того, что в июне 2020-го важной темой для обсуждения стали поправки в Конституцию. В группах, которые мы исследовали, эта тема стала громким инфоповодом и потеснила переживания, связанные с карантином. Однако посты о коронавирусе продолжают стабильно публиковаться практически каждый день в течение всего периода, который мы изучали в данном исследовании.

Стратегии фреймирования, которые мы выделили, тоже появлялись и исчезали постепенно. Например, избегающие и отчуждающие мемы характерны для периода до карантина, когда в странах были официально зарегистрированы первые кейсы заболевания, но каких-то серьезных перемен в жизни людей еще не произошло. Во время локдауна, оказавшись взаперти, люди перестали пытаться отрицать или отчуждать роль вируса, а переключились на активное осмысление той новой повседневности, в которой они оказались. Анализ и критика помогли выверить масштаб, в котором о пандемии вообще стоит говорить и думать. Одомашнивающие и признающие эмоции посты легитимировали те мелочи жизни и эмоциональные состояния, которые изменились во время карантина. А когда сидеть дома стало невыносимо, популярными стали такие способы говорить о коронавирусе, как субверсия и эскапизм – возможно, потому что обычных шуток стало недостаточно и возникла потребность в более радикальном высмеивании перемен или в перемене дискурса.

На небольшой выборке, с которой мы работали, сложно проследить смену стратегий так, чтобы делать какие-либо глобальные обобщения. Для более точного понимания того, как стратегии сменяли друг друга, нужно анализировать сразу много групп и мемов. Но даже на использованном нами материале мы видим, что стратегии – это не нечто однородное, они возникают и практикуются как реакция на внешние события и динамику изменений, которые происходят с практикующими мемы людьми.

## MEME THE PAIN AWAY: ЗАКЛЮЧЕНИЕ

АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА

КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

Мы не знаем, можно ли переносить эти результаты на другие регионы и аудитории. Может быть, в Бразилии или в локальных пабликах во Владивостоке стратегии были совсем другими. Может быть, за остаток 2020-го и в 2021-м появились новые. Все же изученные нами триста мемов – небольшой кусочек мемного мира. Но, даже работая с таким срезом, мы можем видеть, как одни и те же фреймы пандемии повторяются, воспроизводятся. Это позволяет говорить о том, что мемы – не ситуативные картинки, не отдельные единицы контента, которые важны только в контексте досуга и развлечений. Через практику создания, распространения, реакций мемы формируют и воспроизводят смыслы. Каждая стратегия фреймирования из описанных нами – это определенное понимание того, что такое пандемия и как автор и воображаемая аудитория с ней соотносятся. В этом смысле мемы вполне могут быть объектом исследования социальных репрезентаций и объектом критики, в том числе социально-политической. Например, критики расистских шуток об азиатках, высмеивания чужой (а не своей) боли и так далее.

Само начало разговора об этой сфере в России важно – и на уровне научных изысканий, и на уровне аналитики. На настоящий момент даже в международном поле мы практически не знаем исследований, которые рассматривают эту практику диахронически. В мемах часто видят статичный слепок мировосприятия, тревог, надежд, норм. Но в нашем исследовании мемы – это не слепок, это поток. И подход, в котором выделение стратегий связано с прослеживанием их изменений во времени, кажется здесь очень удачным. Мы видим, что какие-то смыслы кристаллизуются (например в виде фреймов), но затем возникают новые и новые, а потом вдруг старые приходят и опять становятся актуальными. В этом смысле, если исследователь будет смотреть только на мемы апреля 2020 года и популярные только в одной социальной группе в Италии, он увидит в основном добрые мемы, поддерживающие, признающие эмоции. Увидит и скажет: «В этой группе людей мемы служат для поддержки друг друга, заботы об эмоциональном состоянии». Но такое исследование даст срез лишь одного из процессов. Упущенными окажутся злобные расистские мемы февраля 2020-го; мемы, отрицающие важность ковида вообще, и другие фреймы – все, через что эти же люди уже прошли к апрелю 2020-го. Мы не можем характеризовать социальную группу, посмотрев на мемы, которые они распространяют в конкретный момент. Мемы – это процесс, а не результат.



АНДРЕА МАРСИЛИ,  
АННА ЩЕТВИНА  
КОВИД В РУССКИХ  
И ИТАЛЬЯНСКИХ МЕМАХ...

И, наконец, важный итог исследования – то, как через ретроспективный анализ мемов мы видим перемены состояний людей. Эти посты – как круги на воде от камушков новостей и ограничений. Ввели локдаун – и людям страшно, им хочется шутить про отсутствие будущего, смерть и постапокалипсис. Затем наступает лето 2020-го, а локдаун не заканчивается, и очень обидно. Наконец, сил на обиду не остается, и хочется уйти, убежать в фантастические миры уютных игр и кино, в которых спокойно. Через несколько лет люди, пережившие пандемию, вряд ли смогут точно вспомнить, что переживали тогда. А может, и не захотят возвращаться к травматическим воспоминаниям. Практика мемов является не просто отдушиной и верным спутником, но и своеобразным виртуальным архивом. Обращаясь к нему в будущем, мы сможем вспоминать, какими мы были в 2020 году, – и понимать других.