

Тема пандемии в медийном пространстве

Киселева А. С.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

annakiseleva50848@gmail.com

В историю человечества 2020 год вошел как год коронавирусной эпидемии, а вместе с тем — год появления новых социальных явлений и сложных задач во всех сферах жизнедеятельности человека. В связи с пандемией, вызванной коронавирусом COVID-19, произошли изменения не только в физическом состоянии граждан. Трансформация очевидна и в их психологическом состоянии, в том числе в переживании состояния эмоционально-личностного благополучия [1; 2]. Трансформации подверглись и процессы в информационном пространстве: изменились медиапривычки, повысилась медиаграмотность, появилась зависимость от источников информации.

Несмотря на сложности, которые принесла с собой пандемия, на то, что некоторые из нас потеряли своих близких, россияне в целом не потеряли чувство юмора. Психологи поддерживают шутки и называют смех лучшей защитной реакцией организма. Считается, что смех не только поднимает настроение, но и улучшает физическое состояние человека. Поэтому мы не перестаем смеяться над собой и окружающими. По статистике люди, которые любят смеяться, меньше болеют, реже испытывают раздражение, практически не знают, что такое депрессия, и живут намного дольше.

За последние 20 лет человечество сталкивалось с самыми разными вирусами, птичьим и свиным гриппом, лихорадкой Эбола. Кто-то усматривает в этом закулисные политические игры мирового масштаба, видя экономические последствия подобных эпидемий, например, обвал бирж или падение цен на нефть. В итоге, постоянно получая информацию о новых заболеваниях в мире, люди научились относиться к этому с юмором и не воспринимать все слишком серьезно. Шутки на тему коронавируса, продолжают покорение мира, несмотря на все меры серьезной борьбы с тяжелой болезнью, которые предпринимает человечество. Веселые картинки про COVID-19 появляются в Сети примерно с той же скоростью, что и вирус распространяется по Земле.

Считается, что многие люди не принимают шутки на данную тему, ведь над здоровьем не шутят. Нельзя с такими людьми не согласиться, но известные юмористы, комики не сойдутся с ними во взглядах. Еще одна причина, по которой люди шутят на тему COVID-19 – недостаток информации. Что? Зачем? Почему? Требования люди должны выполнять, а объяснений по-прежнему мало.

Смешные изображения в интернете, посвященные разным аспектам пандемии COVID-19, являются самыми популярными у россиян. Их лайкают в пять раз чаще, чем другие мемы. Чуть больше половины картинок носят добрый юмористический характер — например, шутки над собой, отношениями, самочувствием и даже экономикой во времена пандемии. Но также в интернете появляются изображения злые и сатирические, особенно часто они касаются карантинных мер и проблем с медициной.

Объявлена пандемия, людей просят сидеть дома и выходить на улицу только в случае крайней необходимости. Одни паникуют, а другие, хоть и относятся к данной ситуации серьезно, не забывают о юморе.

"Карантин", "изоляция", "гречка", "удаленка", "вирус" – возможно, именно эти слова войдут в список самых популярных слов в 2020-2022 годах. Весельчаки в интернете решили не поддаваться панике. Вместо опустошения полок в ближайшем продуктовом, они создают новые мемы.

Одна из самых популярных первых шуток считается: «А у вас в семье в магазин тоже ходит тот, кого не жалко?». И на самом деле шутка оказалась актуальной, по статистике люди старались придерживаться требований и выходили на улицу изредка, для того чтобы обезопасить себя. А всё потому, что люди не понимали, как им быть, и как правильно поступить, новый вирус стал для всех удивлением.

Также, еще одна очень популярная шутка: «В России зафиксирован первый случай смерти от коронавируса. Мужчина задушил свою тещу после 3-х дней совместного домашнего карантина...». Шутка, конечно же, так и осталась шуткой, в России не было

зафиксировано такого случая. Но карантинное время давалось всем тяжело. Как верно отмечают исследователи, в результате вспышки коронавирусной пандемии в числе прекариата оказались миллионы сотрудников [3, с. 1062].

Также большую популярность набирают шутки про COVID-19 и домашних животных. Одни радовались, что у них есть собаки. Именно с собаками разрешено выходить на улицу для прогулки. Другие шутили, про кошек, что кошки были в удивление оттого что хозяева не оставляли их одних дома.

Помимо просто анекдотов на просторах интернета можно найти и картинки – мемы про COVID-19 и различные видео.

Шутки в медиасфере разделились на несколько больших тем, из которых можно выделить:

1) Безопасность и самоизоляция:

Большинство граждан пришли к мысли, что безопаснее всего будет самоизолироваться от инфекции. Народ закупил защитные маски, санитайзеры для рук и предпочел бесконтактную доставку продуктов. Правда, изолироваться от мемов про коронавирус все же ни у кого не получилось.

2) Удалёнка:

Большинство компаний перевели своих сотрудников на работу из дома. Общество «получило полезный иммунитет от чрезмерного увлечения дистанционными цифровыми формами занятости», в дальнейшем многие области будут развиваться с учетом опыта, который мы получили в период коронавирусной пандемии, когда миллионы сотрудников были переведены на дистант [4, с. 74-75], и порядка 20 % удаленных работников, как предсказывают некоторые авторы, больше никогда не вернуться к полноценной офисной работе [5, с. 5].

Несмотря на это многие жалуются, что выполнять задачи, находясь дома, стало значительно сложнее. Веселые картинки про инфекцию и самоизоляцию с ноутбуком – отдельная категория шуток. Приколы коронавирус преподносит и тем, чьи фирмы отказываются обеспечивать сотрудников home office.

3) Мешок гречки и километры туалетной бумаги:

Особенной вид "искусства" у народа – мемы на тему запасливых сограждан. Люди иронизируют над пустыми полками в супермаркатах и не представляют, что будут делать соотечественники с килограммами гречки. Охоту за рулонами бумаги высмеивают с особым рвением. Приколы коронавирус точно помогут победить.

Смейтесь и будьте здоровы!

Список используемой литературы:

1. Карапетян Л. В., Глотова Г. А. Психологические детерминанты эмоционально-личностного благополучия российских трудящихся // Организационная психология. — 2018. — Т. 8. — № 4. — С. 8-23.
2. Карапетян Л. В. Эмоционально-личностное благополучие: монография / Л. В. Карапетян, Г. А. Глотова. — Екатеринбург: Уральский институт ГПС МЧС России, 2017.
3. Кокшаров В. А., Агарков Г. А., Сущенко А. Д. Прекаризация труда, как растущая форма занятости молодых специалистов в условиях пандемии / В. А. Кокшаров, Г. А. Агарков, А. Д. Сущенко // Экономика региона. — 2020. — Т. 16, вып. 4. — С. 1061-1071.
4. Кашепов А. В. Цифровизация и новые бизнес-технологии как факторы труда и занятости населения / А. В. Кашепов. — Текст: электронный // Modern Science. — 2020. — № 8-1. — С. 71-76.
5. Беляков С. А. Влияние пандемии COVID-19 на рынок труда: социально-экономические изменения, цифровизация / С. А. Беляков, И. О. Степина, В. Е. Эйрих // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2020. — № 5(46). — С. 4-8.