

Тереза Уинги

(Therèsa Winge) — адъюнкт-профессор отделения искусства, истории искусства и дизайна и преподаватель востоковедения в Мичиганском университете. Область интересов: конструкция/ деконструкция визуальных и материальных культур, одежды и нарративов.

Что надеть на апокалипсис: ожидания и реальность.

Преодоление страха с помощью черного юмора на примере мемов в соцсетях

В начале 2020 года пандемия коронавируса привела к глобальному локдауну, потребовавшемуся, чтобы сдерживать распространение инфекции. Большинство людей оказались заперты в четырех стенах и общались с другими только из дома по видеосвязи, используя такие сервисы, как Skype, Zoom, Google Meet и так далее. Работа, общение и шопинг переместились в онлайн или в видеосервисы — ими занимались, сидя за компьютером. Поэтому люди смогли носить более удобную одежду (по крайней мере, ниже талии). Когда пошел второй месяц карантина, я начала исследовать гуляющие по социальным сетям многочисленные мемы¹, авторы которых иронически сетовали, что коронавирус не апокалипсис, который сулила нам научная фантастика, и мы крайне разочарованы одеждой, ставшей для нас привычной во время пандемии, то есть пижамами или спортивными брюками и футболками.

COVID-19 вынудил многие компании закрыться временно или навсегда. Многие потеряли работу или были отправлены в неоплачиваемый отпуск, другие же начали работать удаленно. Иначе говоря, люди

по большей части сидели дома, где свободная одежда или пижама не только выглядели нормально, но еще и давали ощущение комфорта и защищенности. Однако получилось, что в интимное пространство, пространство Гестии (то есть часть дома, обычно занимаемую женщинами), вторгаются коллеги и посторонние, заглядывающие в наши дома, и тогда удобная домашняя одежда вызвала чувство неловкости и казалась неуместной. Вот почему для рабочих встреч по видеосвязи некоторые надевали только верхнюю часть делового костюма, а тех, кто работал из дома в «нерабочей» одежде, часто стыдили, хотя, строго говоря, они не находились на рабочем месте.

Мемы на тему одежды во время пандемии строятся на саркастическом и ироническом контрасте воображаемой и реальной одежды в период коронакризиса, так что юмор выступает как способ справиться со страхом перед вирусом и сопутствующей ему неопределенностью. Саркастические мемы выкладывают в соцсети, где они набирают перепосты и лайки, формируя своего рода эфемерное виртуальное сообщество. В этой статье я постараюсь показать, что за черным юмором в мемах об одежде, публикуемых в соцсетях во время пандемии, стоят более глубокие социокультурные смыслы, связанные с одеждой, реальной и вымышленной идентичностью человека в период кризиса. Анализ мемов показывает значимость реальной или воображаемой одежды как средства невербальной коммуникации и маркера идентичности.

ДУМСКРОЛЛИНГ

2020 год называют «годом катастроф», когда тревожные события (вирус, локдаун, протесты, политические конфликты, безработица, климатический кризис и так далее) следовали одно за другим, причем люди, вынужденные сидеть дома, обращались к интернету по самым разными поводам — от заказа продуктов до общения с друзьями и деловых совещаний. Привычку подолгу копаться в Сети в поисках информации о коронавирусе и его последствиях стали называть «думскроллингом» (от англ. doom [«рок, обреченность, гибель»] + scrolling [«пролистывание»]) или «думсёрфингом»: новый термин обозначал пролистывание ленты в соцсетях в поисках плохих новостей или их целенаправленное чтение в интернете (Fitzgerald 2020). Думскроллинг затягивает, особенно когда человек остается один и у него много свободного времени, но считается опасным для душевного здоровья. Думскроллинг заставляет человека повторять одни и те же действия, внушая ему все больший страх и тревогу: человек

начинает листать новости, чтобы отвлечься от кошмаров, распространяемых СМИ, но в результате узнает еще больше негативной и пугающей информации, и все повторяется снова. Думскроллинг навел некоторых на мысль, не переживают ли они настоящий апокалипсис, изображаемый в научно-фантастической литературе и кино.

Чтобы противостоять гнетущей и мрачной атмосфере локдауна, в социальных сетях придумывали необходимые людям способы отвлечься от страхов, вызванных пандемией: от изготовления разнообразных поделок и хлебопечения до поиска смешных мемов. Во время пандемии многие искали в соцсетях спасения от работы, семьи, соседей по комнате, страхов, стресса. Это особенно примечательно, так как к апрелю 2020 года популярность соцсетей выросла на 47%; резкий рост данного показателя начался еще до января 2020 года, когда разразилась пандемия (Кетр 2020).

Именно социальные сети — в большей степени, нежели любые другие интернет-платформы, — давали возможность нарушить вынужденную изоляцию в период карантина и отвлечься от ежедневных катастрофических новостей, а заодно и освободиться из западни собственного дома, который когда-то был нашим убежищем от мира, а теперь заменял нам весь мир. Поэтому ленты в соцсетях превратились в неофициальные источники новостей, способ поддерживать связь с другими людьми и внутри группы и средство коммуникации с внешним миром. Ища забавные мемы в Facebook² и Twitter или случайно наткнувшись на них в ленте, люди чувствовали облегчение и отвлекались, что способствовало широкому распространению таких мемов.

Черный юмор в мемах

С началом карантина ощущалась острая нехватка хороших новостей и юмора. Поэтому возникновение, распространение и переосмысление шуток в интернете, особенно в соцсетях, во время пандемии коронавируса удовлетворяли потребность людей в том, чтобы преодолеть страх и избежать пустоты долгих, одиноких дней. Когда подавляемые тревоги и напряжение удалось направить в русло юмора и смеха, переносить изоляцию стало легче.

Как утверждает Брюс Джанофф, функция черного юмора — «высмеять положение человека во Вселенной» (Janoff 1972: 11). Поэтому черный юмор обычно классифицируют как сатиру. Джордж Тест выделил четыре компонента сатиры: агрессия, оценка, смех и игра, причем агрессия и оценка обязательно присутствуют и в сатире, и в черном юморе (Test 1991: 69–70). Настаивая в сложной ситуации на нелепой

логике и суждениях, человек воплощает принципы черного юмора. В статье «Нормально, что иногда вам это смешно» для газеты New York Times Алекс Уильямс пишет:

«Юмор в истории человечества всегда играл особую роль — служил утешением и отдушиной. Куча народу живет в изоляции, людям предписывают с подозрением относиться к любому незнакомцу в радиусе менее двух метров. Шутки о коронавирусе тоже распространяются как своего рода эпидемия, давая тем, кто находится в самоизоляции, ощущение связи с внешним миром, а может быть, и вообще со здоровым смыслом» (Williams 2020).

В начале 2020 года в соцсетях появились шуточные мемы о людях, запасавшихся туалетной бумагой и использующих в качестве санитайзера для рук крепкий алкоголь. Вскоре им на смену пришли мемы о преимуществах ношения маски (пусть даже их рекламирует злодей, например Бейн из фильма «Темный рыцарь: возрождение легенды», The Dark Knight Rises, 2012) и о соблюдении социальной дистанции при помощи одежды (фижм). Свой вклад внесла даже королева Елизавета, 5 апреля 2020 года в зеленом платье выступившая с обращением к нации, где она в продуманных выражениях выразила сочувствие к полному страху миру (Igoe 2020). Однако находчивые и располагавшие свободным временем пользователи начали проецировать на платье королевы, как на зеленый экран, изображения лидера, нужного нам для борьбы с вирусом: от капитана Пикара из сериала «Звездный путь: новое поколение» (Star Trek Next Generation) до ТАРДИС Доктора Кто, летящей сквозь время (видимо, к тем временам, когда пандемии не было), Йоды из «Звездных войн» (Star Wars) и даже милых кошечек и собачек.

Наряду с более привычными мемами про котиков и тому подобными в соцсетях стали преобладать мемы с черным юмором, помогавшие пережить пандемию и другие катастрофы 2020 года. В книге «Расцвет и закат американского юмора» Джесс Бир высказывает предположение, что страшные трагедии или серьезные трудности побуждают людей черпать силы в юморе и в том числе прибегать к черному юмору, так как «мрачное выражение гнева, вызванного тяжелыми обстоятельствами» порой дает возможность находить в тех же обстоятельствах извращенное наслаждение (Bier 1968: 88–89). Такого рода юмор называют черным или юмором висельника, потому что формы сатиры, иронии и сарказма используются, чтобы представить в юмористическом свете некий аспект ситуации, необязательно комичной или смешной. В начале 2020 года встревоженных людей особенно привлекали выдержанные в духе черного юмора мемы о том,

кто как «справляется» в этом году, когда всюду хаос и все вышло из-под контроля. Юмор, особенно актуальный для тех, кто пытался побороть тревогу, страх и стресс, давал возможность поделиться с другими и почувствовать, что ты не одинок, что все переживают схожие трудности.

Лори Пенни, колумнистка журнала *Wired*, в статье от 30 марта 2020 года заметила:

«Коронавирус изменил все. Вдруг происходит огромный и пугающий переворот, катаклизм, после которого возвращение к нормальной жизни невозможно, причем совсем не такой, каким мы его себе представляли. Я ожидала *Half-Life*. Я ожидала „Войны миров Z“. С 2003 года я одевалась, как героиня „Матрицы“. Я не ожидала, что переживать нечто подобное придется в уютных носочках и халате, за тысячи миль от дома, стараясь не паниковать и мечтая о нормальной чашке чая. Сценарий для этого апокалипсиса писал скорее не Дэнни Бойл, а Дуглас Адамс».

Сравнивая Дэнни Бойла, режиссера «28 дней спустя» (*28 Days Later*, 2008), и Дугласа Адамса, автора серии романов «Автостопом по галактике» (*The Hitchhiker's Guide to the Galaxy*), Пенни имеет в виду, что мы склонны представлять себе апокалипсис в более мрачных красках, каким его рисует научная фантастика.

Позднее этот мем переосмыслили косплееры, постившие изображения своих персонажей в соответствующих костюмах, а рядом себя в пижаме и с домашними животными. Постепенно число таких мемов выросло, но визуальное содержание менялось в сторону более актуальных проблем и реалий, например Чудо-женщину или Лару Крофт сравнивали с медсестрой или врачом в защитной одежде. Костюм супергероя сопоставляли с защитным костюмом медицинского работника — оба героически боролись за спасение жизней.

Что касается мемов о несоответствии ожиданий и реальности применительно к одежде для апокалипсиса, их юмор заключается в абсурдности сравнений. Поначалу образ апокалипсиса, где всем нам достанутся роли крутых супергероев в брутальном боевом снаряжении, выглядит комично, но нынешняя пандемия вынудила почти всех всего лишь благодушно слоняться по дому в пестрой пижаме или домашней одежде. Дополнительный комизм заключается в сравнении обычного человека с персонажем апокалиптической саги, словно бы у людей в гардеробе лежит наготове подходящий костюм и оружие, — напоминание, что до пандемии коронавируса мы часто поглощали апокалиптические образы, воспринимая их как приятное развлечение.

Мемы об одежде в период пандемии

Способность одежды транслировать значимые и неочевидные визуальные смыслы — от соответствия общепринятым нормам до индивидуальных характеристик, таких как социальный статус, политическая позиция, принадлежность к конкретной культуре и прочим, — часто недооценивают и преуменьшают. В период пандемии одежда казалась неизменно присутствующим фактором — от масок или домашней одежды для работы по видеосвязи до протестной символики и костюмов протестующих. Например, защитные маски оказались в значительной степени политизированы: прогрессивно настроенная часть населения сыпала научными аргументами в пользу их ношения, тогда как консерваторы подпали под влияние конспирологических теорий и боялись лишиться гражданских прав, что нашло отражение в кампаниях против ношения масок и попытках от них отказаться. Поэтому неудивительно, что в соцсетях мы обнаружим мемы, неожиданно показывающие, что одежда значит больше, чем большинство людей раньше предполагали.

Мемы об одежде, демонстрирующие контраст между воображаемым и реальным апокалипсисом, строятся по одинаковой схеме: слева — изображение персонажа в костюме, подходящем для встречи апокалипсиса, справа — человек в обычной домашней одежде, какую в основном носили во время пандемии; обе части изображения сопровождается пояснительный текст. С левой стороны, например, написано: «Как я планировал(а) одеться по случаю апокалипсиса» или «Так я думал(а) встретить апокалипсис», — и помещено изображение персонажа популярной на Западе антиутопии или апокалиптической саги, чаще всего научно-фантастической. Персонажи одеты в некое подобие боевого снаряжения в темных тонах и принимают угрожающую позу либо демонстрируют свое физическое превосходство. А в правой части мема — надпись: «А вот как я на самом деле одет(а)» или «А так я выгляжу на самом деле» — и фотография обычного человека в просторной пижаме или другой удобной одежде в более светлой, а то и вовсе пастельной гамме, причем выглядит он либо спокойным, либо радостным, либо попросту выдохшимся. Применяя один и тот же прием контраста между левой и правой частями изображения, такие мемы создают эффект «шутки для своих», поскольку читатели/зрители быстро понимают, чего ждать, и внимание сосредоточивается на образах людей в той или иной одежде. Сопоставление образов по этой схеме с использованием схожего текста обыгрывает

комизм неожиданных визуальных отношений внутри изображения как целого. Расшифровывая такое изображение, мы наблюдаем несоответствия, сопряженные с типичными установками людей, читающих и размещающих у себя подобные сарториальные мемы.

В мемах об одежде для апокалипсиса фигурируют в основном персонажи популярной научной фантастики, которых легко узнать по внешности или костюму (Eicher 2000). Именно костюм каждого персонажа, центральный элемент мема, наглядно подчеркивает разницу между воображаемой устрашающей экипировкой на случай апокалипсиса и удобной одеждой, какую мы носим в период пандемии. Образ в левой части мема невербально транслирует представление о силе, мощи и способности изменить окружающий мир. С правой же стороны чаще всего изображали людей в пижамах, помещая сюда

Мемы об одежде для апокалипсиса: ожидания (слева) и реальность (справа).
Описание некоторых мемов

Ожидания	Реальность
Элис (Милла Йовович) из серии фильмов «Обитель зла» (Resident Evil, 2002, 2004, 2007, 2010, 2012, 2016)	Майлз (Дэниел Рэдклифф) из фильма «Пушки Акимбо» (Guns Akimbo, 2019) в тапочках в виде зверей, пижаме и халате в шотландскую клетку
Тринити (Керри-Энн Мосс) из серии фильмов «Матрица» (The Matrix, 1999, 2003)	Кошка в пушистой голубой пижаме-комбинезоне
Зена (Люси Лоулесс) из телесериала «Зена — королева воинов» (Xena: Warrior Princess, 1995–2001)	Неизвестная женщина в бигудях, пижаме и халате
Макс (Мел Гибсон) из фильма «Безумный Макс» (Mad Max, 1979)	Джефф Лебовски/Чувак (Джефф Бриджес) из фильма «Большой Лебовски» (The Big Lebowski, 1998)
Лара Крофт (Анджелина Джоли) из фильма «Лара Крофт: расхитительница гробниц — Колыбель жизни» (Lara Croft: Tomb Raider — The Cradle of Life, 2003)	Джессика Дэй (Зоуи Дешанель) из телесериала «Новенькая» (New Girl, 2011–2018) в розовой пижаме
Лорд Гумунгус (Кьелл Нильсон) из фильма «Безумный Макс 2: воин дороги» (Mad Max 2, 1981)	Некто в клетчатой пижаме
Риддик (Вин Дизель) из фильма «Хроники Риддика» (The Chronicles of Riddick, 2004)	Вин Дизель на балконе в спортивных брюках с низкой посадкой, показывающих, что он (вопреки обыкновению) не в лучшей форме
Фуриоса (Шарлиз Терон) из фильма «Безумный Макс: дорога ярости» (Mad Max: Fury Road, 2015)	Шарлиз Терон в гараже в свободной футболке с Hello Kitty и спортивных брюках, держащая собачку в миниатюрной розовой переноске
Баффи (Сара Мишель Геллар) из телесериала «Баффи — истребительница вампиров» (Buffy the Vampire Slayer, 1997–2003) в темной одежде с колом в руке	Баффи в пижаме с изображением суши и роллов, имеет озадаченный вид

персонажей поп-культуры или фотографии с фотохостингов; они олицетворяют бессилие, беспомощность и хрупкость. Пока люди сидели дома на карантине, возникали ситуации, когда одеваться так, будто куда-то собираешься, казалось неуместным и нелепым; к тому же многие искали уюта (в вязаных вещах, еде, разных занятиях), чтобы избавиться от страха и стресса, одновременно сознавая, чего от них ожидают.

Можно выделить три основные вариации апокалиптических сарториальных мемов, где ожидаемые/воображаемые образы противопоставлены одежде, которую люди в реальности носили во время пандемии, но все три воспроизводят стандартную схему: слева — ожидания, справа — реальность. Первая и наиболее распространенная версия представляет собой изображение персонажа апокалиптической научной фантастики с левой стороны и другого персонажа либо неизвестного человека в комфортной одежде, готового разве что ко сну, — с правой. Во втором варианте по такому же принципу противопоставлены два изображения одного и того же персонажа. Наконец, в третьем слева изображен персонаж научно-фантастического апокалиптического фильма, а справа — актер или актриса в реальности, в обычной удобной одежде. Во всех версиях слева обычно изображен главный герой, реже — действительно сильный или устрашающий персонаж, а справа — персонаж или некий человек в пижаме, чей вид выражает усталость или замешательство.

Если говорить о мемах, где слева изображены персонажи научно-фантастических фильмов в своих костюмах, а справа — играющие их актеры в реальной жизни, юмор заключается в контрасте между маскулинным, сильным персонажем и не столь выигранным образом реального актера или актрисы в повседневной жизни — порой даже в ленивой, усталой позе. Такие мемы встречались реже, вероятно потому, что были ближе к реальному ощущению бессилия, ведь люди чувствовали и понимали, что даже их герои и антигерои не избавлены от стресса и тревог.

Несколько особняком стоит мем с Баффи из телесериала «Баффи — истребительница вампиров», где с левой стороны Баффи изображена как охотница на монстров и вампиров в джинсовой куртке и ботинках, а справа — в пижаме с рисунком в виде суши. Этот мем не пользовался широкой популярностью — может быть, по той причине, что в целом содержал куда меньше черного юмора. Персонаж Баффи не зависит от того, во что она одета; даже в любимой пижаме с суши Баффи способна победить любого монстра, демона или вампира, встретившегося на ее пути. Поэтому в комментариях к этому

мему пользователи часто были склонны укорять самих себя: он напоминал, что некоторые персонажи не теряют способности действовать и силы даже в пижаме.

Анализируя сарториальные мемы об апокалипсисе, построенные на контрасте между ожиданиями и реальностью, можно заметить, что позднее появились схожие мемы, восхвалявшие представленных в таких мемах персонажей. Например, в схожем по смыслу, но не столь популярном более позднем меме изображение косплеера (реже — персонажа научно-фантастического фильма) сопровождалось текстом: «Одевайся для апокалипсиса, который тебе нравится, а не для того, который происходит». Этому более вдохновляющему мему не хватало универсальной привлекательности и комического эффекта, достигаемого за счет сопоставления двух изображений, где подчеркивалось бессилие реального персонажа по сравнению с вымышленным.

Текст в мемах такого типа варьируется, но смысл его одинаков. Надпись слева обычно гласит: «Как я планировал(а) одеться по случаю апокалипсиса», — тогда как справа значит: «А вот как я на самом деле одет(а)». Возможен и другой вариант: «Я всегда думал(а), что встречу апокалипсис так» (слева) и «А вот как вышло на самом деле» (справа). Первое утверждение относится к мысленному образу будущего, а второе словно застыло в реальном времени и пространстве. Таким образом, в меме подчеркивается контраст между представлениями об одежде, в которой встречаются апокалипсис, и реальностью, иными словами, становится ясно, что ожидали вовсе не такого апокалипсиса и не его большей частью рисовала научная фантастика. Текст, помещенный над обеими картинками, наводит и на мысль, что люди, проецирующие на мем свои ожидания и страхи, задумывались, как пережить апокалипсис, что с их стороны чрезвычайно предусмотрительно и до некоторой степени свидетельствует о настроениях людей, постящих такие мемы.

Сарториальные мотивы как проекции воображаемых идентичностей

Идентичности, представленные в мемах о контрасте ожиданий и реальности, отображены визуально и складываются прежде всего из особенностей костюмов персонажей с обеих сторон. Человеку, читающему или размещающему у себя мем, не приписывается никакая из двух ролей — обе они скорее служат основанием для общей неудовлетворенности обстоятельствами, вышедшими из-под контроля.

Обе идентичности вымышленные, причем одна отдаленно связана с нынешним восприятием пандемии как апокалипсиса, пусть и радикально отличающегося от картин, нарисованных в популярных научно-фантастических фильмах, видеоиграх и литературе.

Мемы не только говорят о разочаровании, сопряженном с удобной одеждой, в какой люди переживают этот «апокалипсис», сидя дома, но намекают, что разочарование вызвано отчасти и самой пандемией. В популярной литературе, телесериалах и фильмах в жанрах научной фантастики и фэнтези главные герои, сражающиеся в апокалиптическом мире с инопланетянами, суперзлодеями, предводителями армий и зомби, обычно одеты в темные костюмы и носят устрашающее оружие. Такие персонажи олицетворяют способность к активным действиям, силу и мощь, что подчеркивается их одеждой и снаряжением, равно как и агрессивными позами. Хотя в мемах персонажи вырваны из первоначального контекста, мы, зная сюжет фильма или книги, автоматически наделяем их чертами, которыми они обладают по замыслу автора. Иначе говоря, образ персонажа в левой части мема превращается в своего рода фетиш, проецируемый человеком на себя, тогда как правая часть выражает разочарование от несовпадения с этим образом, от несоответствия между обещанным и реальным апокалипсисом и от утраты контроля над собственной жизнью.

Будь то Тринити из «Матрицы» в облегающем комбинезоне из латекса и с приглаженными черными волосами или Зена из «Зены — королевы воинов» в кожаном платье с корсетом и разрезной юбкой, с левой стороны изображены персонажи в устрашающем одеянии, дополненном к тому же оружием и/или угрожающей позой. По сюжету эти персонажи предстают как умные и внушающие ужас воины, стражи и герои (злодеи в подобных мемах встречаются реже), поэтому, как предполагается, способны взять под контроль любую ситуацию. Их одежда и аксессуары подкрепляют их роль в соответствующем повествовании, визуально подчеркивая их силу.

В правой части мема изображены персонажи в пижамах или другой одежде, обычно предназначенной для сна, причем вид у них сонный и озадаченный. Не всегда это узнаваемые персонажи, но сам образ передает все те же разочарование, вялость, раздражение, вызванные сопутствующими пандемии страхом и изоляцией. Правая сторона мема наглядно отражает чувство неудовлетворенности и подавленности, испытываемое многими людьми, столкнувшимися с «реальностью», где нет смысла «одеваться», потому что выходить из дома небезопасно.

Один из излюбленных персонажей, регулярно фигурирующих в части мема, иллюстрирующей «реальность», — Большой Лебовски, известный своим пристрастием к удобной одежде — халату и шлепанцам, — в которой он обычно ходил. Обычно для мема используется кадр, где Большой Лебовски стоит у полок с молочными продуктами в магазине, куда он пришел за сливками для любимого коктейля; на нем поношенная белая майка, шорты, выдавший виды коричнево-песочный халат, темные очки и шлепанцы, волосы растрепаны. Его неряшливый облик создает комический эффект, так как Большой Лебовски появляется в домашней одежде в общественном месте. В этом меме присутствуют ирония и сарказм, он будто говорит, что одежда отражает переживаемый нами кризис: вместо обещанного жестокого апокалипсиса с битвами или очищением планеты реальность заперла нас дома, где нам приходится утешаться доступными радостями жизни.

Выбор изображений для левой и правой половин мема и схожий текст сформировали ожидания относительно того, кто может быть изображен с той или другой стороны и каково визуальное содержание мема в целом. Именно общий смысл мема делает его смешным в глазах многих совершенно разных людей, одновременно переживающих схожую новую для них ситуацию, когда в силу обстоятельств у них появилось время на размышления. Исследуя такие мемы и их распространение в соцсетях, мы видим, как люди пытаются побороть страх, но, что еще важнее, признаются в собственном бессилии и неспособности повлиять на происходящее из своего заточения в домашних стенах.

Способность действовать

В большинстве версий апокалиптического мема фигурируют суровые и сильные персонажи, встречающие апокалипсис в устрашающем одеянии и резко контрастирующие с человеком в уютной пижаме или комфортной одежде, сидя дома размышляющим о своей праздности. Даже если зритель не знаком с деталями оригинального сюжета, он заметит, что апокалиптические персонажи наделены гетеронормативными маскулинными чертами, находящими отражение в их костюме, снаряжении/оружии и позе. Количество постов и перепостов с такими мемами в первые месяцы пандемии показывает, скольким людям он показался актуальным, потому что они отождествляют свое положение с воплощенными в нем бессилием и бесцельностью. Вероятно, в этом меме заключено нечто большее, чем просто желание вообразить себя сексуальным и сильным, когда мир катится к чертям — и это не взрыв, но всхлип.

Некоторые вариации на тему того же мема явно свидетельствуют о стремлении обрести способность действовать и власть в то время, когда многие ощущают себя беспомощными и неумелыми и когда удобная одежда только подтверждает их уязвимость. Например, мем со злодеем Гумунгусом из «Безумного Макса 2», за спиной которого бушует битва, наводит на мысль, что сильному персонажу необязательно обладать сексуальной привлекательностью или даже быть главным героем, чтобы служить образцом «подобающего», соответствующего ожиданиям одевания для апокалипсиса. Публикуя такого рода мемы с черным юмором, где место героя занимает злодей, люди выражают желание *хоть как-то* действовать и контролировать ситуацию во время пандемии.

Приключения

За рассматриваемыми мемами угадывается и еще один смысл — желание в период «апокалипсиса» пережить приключение, ассоциируемое обычно с приличествующей случаю одеждой и экипировкой. Научно-фантастические фильмы и сериалы предрекают, что, когда наступит апокалипсис, нас ждут приключения, у нас появится миссия или цель, мы будем подобающе одеты, и нас даже поведет за собой харизматичный герой, во главе с которым мы победим любого врага. Но никакого приключения, будь то боевые гонки, атака зомби или охота на монстров, не происходит, поскольку пандемия отняла у человека возможность *сражаться* с «невидимым врагом», то есть с коронавирусом: приключение состоит не в том, чтобы покинуть дом в поисках чего-нибудь будоражащего, а в монотонном ожидании в четырех стенах.

В приключениях на первый план, как правило, выходит герой, и пандемия COVID-19 не была исключением. Героическим предводителем борьбы с эпидемией в США стал доктор Энтони Фаучи. В отличие от известных приключенческих историй, в той, например, где пестрая компания пускается в путь, чтобы бросить Кольцо Всевластия в огонь Мордора, или в той, где древние сутры спасают от злых духов, чтобы освободить душу Сунь Укуна, приключение в период пандемии состояло не в том, чтобы единомышленникам собраться для сражения с видимым врагом, а скорее в том, чтобы в одиночку избегать невидимого. Доктор Фаучи или другие авторитетные руководители рекомендовали всем оставаться дома и избегать контактов с людьми и распространения инфекции, поэтому пандемическое «приключение», никогда, впрочем, не воспринимаемое как нечто захватывающее, протекало очень медленно. В обстановке затянувшейся

пандемии и изоляции многие не одевались тщательно, чтобы отправиться во враждебную неизвестность, а в комфортной одежде отдыхали от работы или жизни в целом.

Черный юмор

Очевидно, мемы об одежде на случай апокалипсиса призваны были популяризовать юмор как средство преодоления страха, но такие мемы лишний раз подчеркивают функцию одежды как инструмента невербальной коммуникации, действия и конструирования идентичности, пусть даже вымышленной и виртуальной. В мемах с оттенком черного юмора содержится более глубокий социокультурный подтекст, многое говорящий об одежде и идентичности в кризисный период, равно как и о нашей способности находить прибежище в мрачных шутках. В книге «Мятежный смех: народный юмор в американской культуре» (*Rebellious Laughter: People's Humor in American Culture*, 1997) Джозеф Боскин утверждает: «Юмор расширяет свои функции, подстраиваясь под меняющиеся обстоятельства или переживая утрату смысла и общей цели» (Boskin 1997: 89). Таким образом, мемы повествуют о распространении пандемии в ранний период самоизоляции и активно гуляли по социальным сетям, пока не утратили актуальности, потому что коронавирус начал вызывать куда более серьезные опасения.

Мемы описывали контраст между ожиданиями и реальностью, демонстрируя воображаемую идентичность тех, кто создавал такие мемы, и тех, кто размещал их на своих страницах. Примеряемый на себя вымышленный образ воплощали персонажи в левой части мема, олицетворяющие силу, защиту и мощь, тогда как изображенные с правой стороны выглядели сонными, незащитными и измученными и при этом явно бессильными — они одеты так, как вынудила их пандемия, а не воображаемый апокалипсис. К тому же мемы свидетельствовали о стрессе и скуке, испытываемых многими людьми, о жажде действия и приключений, хотя бы воображаемых. Мемы помогали людям ощущать себя частью сообщества, сознающего свое бессилие и стремящегося приносить пользу и даже продуктивно работать.

Заклученный в этих мемах юмор ненадолго отвлекал от сопряженных с пандемией страхов, особенно в первые месяцы, когда о вирусе сообщали противоречивые сведения, внушавшие все больше беспокойства. Более того, черный юмор порожден ощущением бессилия, вызывающим желание спрятаться в уютной и безопасной обстановке дома, надев удобную пижаму. Поэтому подобные мемы — своего рода сарториальная сатира, с помощью черного юмора помогающая

обрести способность действовать, так что одежда, представленная в каждой из частей мема, превращается в средство невербальной коммуникации.

Клевый прикид для апокалипсиса

Период пандемии повлек за собой множество разочарований, нашедших отражение и в выборе одежды, от пижамы до уютных вязаных вещей — тенденция, которую ласково называли «пижамным шиком» или «пандемической пижамной модой». В «апокалиптических» мемах обычный человек во время пандемии сравнивается с беспечным, но крутым персонажем, сражающимся с апокалиптическими врагами как в буквальном, так и в переносном плане. Хотя в таком юморе угадывается упрек самим себе, попытка идентифицироваться с героическими персонажами отражает отношения между «я» и воображаемыми намерениями, будто бы апокалипсис требует облачиться в боевое снаряжение.

Главные герои научно-фантастических саг одеты превосходно, и воспринимают их обычно как крутых, негибких, сильных личностей. Неудивительно, что с началом карантина люди стали задаваться вопросом, уж не переживают ли они апокалипсис, обещанный научной фантастикой. Когда они столкнулись с реалиями коронавируса, их повседневные ожидания в корне изменились вне зависимости от того, работали ли они удаленно, сидели ли дома без работы или оказались на передовой, как медицинские работники или сотрудники продуктовых магазинов. Дни сливались один с другим на фоне объявлений о вызванных вирусом смертях, протестах, природных катастрофах и случаях насилия. Люди или были загружены работой, как никогда, или скучали в праздности, когда им оставалось только сидеть в интернете или смотреть передачи. Растрепанные волосы, отсутствие макияжа, неряшливая одежда говорили не только об изоляции в стенах дома, но также о депрессии и унынии, явно охвативших людей: выросло число тех, кто страдал душевными заболеваниями, пил или употреблял наркотики, думал о самоповреждении или самоубийстве (Abbot 2021). Так, 42% взрослых в США и почти 20% — в Великобритании жаловались на проблемы с психическим здоровьем, причем у многих во время пандемии обнаружили признаки депрессии (Ibid.).

С левой стороны в мемах часто изображены неотразимые персонажи, воспринимаемые как символы силы, мощи и умения влиять на происходящее, причем их костюм и экипировка подчеркивают

маскулинную сексуальность. Резкий контраст представляет собой правая часть мема, где мы видим людей в удобной, но отражающей их бессилие одежде или пижаме, — они воплощают беспомощность, отказ от борьбы и даже подавленность — покорность обстоятельствам пандемии, принимающую сарториальные формы.

Примечательно, что такие мемы свидетельствуют и о желании иметь «клевый прикид» и подобающую экипировку на случай «апокалипсиса». «Крутой» имидж многих из персонажей нашел отражение в деталях их снаряжения: кожаной одежде и ботинках, элементах из металла или с металлическим покрытием и оружию. «Пижамный шик» на их фоне выглядит совершенно неуместно: вязаные изделия, пижамы, футболки, спортивные брюки или шорты и другая удобная одежда лишены аналогичных коннотаций, обычно сопутствующих подобным персонажам в научной фантастике. И все же пижамы и уютные вязаные вещи не только подходящая одежда для самоизоляции в период пандемии, но уместны в ситуации «апокалипсиса», каким обернулась пандемия коронавируса.

Заключение

Юмор — способ справиться со страхом, успокоить себя, отпустив напряжение и стресс. В начале 2020 года, когда разразилась пандемия, жизнь переместилась в онлайн-среду: люди сидели в интернете, читая плохие новости, и общались в соцсетях, стремясь преодолеть изоляцию, равно как и ощущение эмоциональной и умственной усталости, вызванное пандемией. Именно в соцсетях появились и стали распространяться мемы с налетом черного юмора, отражавшие связанные с пандемией страхи. На этой плодотворной почве выросли мемы о том, что во время апокалипсиса мы ходим в домашней одежде, а не облачаемся в стилизованный костюм по образцу персонажей научно-фантастических саг.

Мемы с черным юмором — почти бессознательная реакция на стресс и тревогу, страхи и утраты — принимали в соцсетях разные формы. Для многих пандемия стала временем, когда они пересмотрели свои ожидания, что заметно по мемам о том, как люди представляли себе одежду в период пандемии. Но, пожалуй, самый яркий пример — мемы, где противопоставлены ожидания и реальность: они наглядно отражают уныние и испуг, переживаемые тогда жителями многих стран. Такого рода «апокалиптические» мемы наводят на мысль, что манера одеваться передает самоощущение человека и накладывает отпечаток на его жизнь, даже если это воображаемая

одежда, не имеющая отношения к реальности. Наоборот, во время пандемии выяснилось, что костюм для апокалипсиса — просто обычная домашняя одежда и не надо ни устрашающего «апокалиптического», ни боевого снаряжения.

Парадоксальным образом, в левой части мемов обычно изображены персонажи научной фантастики — эталон одежды, снаряжения и даже поведения, нужных, чтобы пережить почти любое апокалиптическое событие, однако они не сталкивались с необходимостью изолироваться в домашних условиях. Эти образы контрастируют с правой частью, где мы видим людей, одетых в пижамы или другую удобную одежду, часто имеющую такой вид, будто в этот день или в ближайшую неделю они не планируют выходить из дома. Подобные мемы в очередной раз указывают на значимость одежды как средства невербальной коммуникации и конструирования идентичности, куда более неожиданной, чем в привычных картинах «апокалипсиса».

Перевод с английского Татьяны Пирусской

Литература

- Abbot 2021* — Abbot A. Covid's Mental-health Toll: How Scientists are Tracking a Surge in Depression // Nature. 2021. February 3. www.nature.com/articles/d41586-021-00175-z (по состоянию на 16.08.2022).
- Adams 1980* — Adams D. The Hitchhiker's Guide to the Galaxy. N.Y.: Harmony Books, 1980.
- Bier 1968* — Bier J. The Rise and Fall of American Humor. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1968.
- Blackmore 2000* — Blackmore S. The Meme Machine. N.Y., NY: Oxford University Press, 2000.
- Boskin 1997* — Boskin J. Rebellious Laughter: People's Humor in American Culture. Syracuse: Syracuse University Press, 1997.
- Dawkins 1976* — Dawkins R. The Selfish Gene. London: Oxford University Press, 1976.
- Eicher 2000* — Eicher J.B. Dress // Routledge International Encyclopedia of Women: Global Women's Issues and Knowledge / Ed. C. Kramarae, D. Spender. N.Y.: Routledge, 2000. Pp. 422–423.
- Fitzgerald 2020* — Fitzgerald S. The Internet Wants to Keep You «Doomscrolling». Here's How to Break Free // The Washington Post. 2020. July 30. www.washingtonpost.com/lifestyle/wellness/coronavirus-doomscrolling-stop/2020/07/29/2c87e9b2-d034-11ea-8d32-1ebf4e9d8e0d_story.html (по состоянию на 16.08.2022).
- Glaveanu & de Saint Laurent 2021* — Glaveanu V.P., de Saint Laurent C. Social Media Responses to the Pandemic: What Makes a Coronavirus

- Meme Creative // Front. Psychol. 2021. 12. www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.569987/full (по состоянию на 16.08.2022).
- Igoe 2020 — Igoe K.J. The Queen Wore a Bright Green Dress for Her Speech and Became a Meme // Marie Claire. 2020. April 6. www.marieclaire.com/celebrity/a32051285/queen-elizabeth-green-dress-meme (по состоянию на 16.08.2022).
- Janoff 1972 — Janoff B. Black Humor: Beyond Satire // The Ohio Review. 1972. 14.1. Pp. 5–20.
- Kemp 2020 — Kemp S. Digital Around the World in April 2020 // We Are Social. 2020. April 3.
- Nooney & Portwood-Stacer 2014 — Nooney L., Portwood-Stacer L. One Does not Simply: An Introduction to the Special Issue on Internet Memes // Journal of Visual Culture. 2014. Vol. 13. 23. Pp. 248–252.
- Penny 2020 — Penny L. This Is Not the Apocalypse You Were Hoping For // Wired. 2020. March 30. www.wired.com/story/coronavirus-apocalypse-myths (по состоянию на 16.08.2022).
- Solon 2013 — Solon O. Richard Dawkins on the Internet's Hijacking of the Word «Meme» // Wired. 2013. June 20. www.wired.co.uk/article/richard-dawkins-memes (по состоянию на 16.08.2022).
- Test 1991 — Test G.A. Satire: Spirit and Art. Tampa: University Press of Florida, 1991.
- Williams 2020 — Williams A. It's OK to Find Humor in Some of This // New York Times. 2020. April 22. www.nytimes.com/2020/04/22/style/coronavirus-humor.html (по состоянию на 16.08.2022).

Примечания

1. В 1976 г. в книге «Эгоистичный ген» (The Selfish Gene) Ричард Докинз ввел термин «мем» (образованный путем слияния слов «мимесис» [греч. «подобие, подражание»] и «ген»), обозначив им способ передачи культурной информации (Nooney & Portwood-Stacer 2014). Как полагает Докинз, интернет «присвоил» его термин, потому что интернет-мемы не мутируют и не меняются произвольно, что способствует их распространению (Solon 2013). Интернет-мемы ведут себя так же, как органическая материя, например могут иметь вирусную природу.
2. Здесь и далее: Деятельность компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов — социальных сетей Facebook и Instagram запрещена на территории Российской Федерации Тверским районным судом 22 марта 2022 г. по основаниям осуществления экстремистской деятельности.