

для доставки лекарств). «Макс Планк Форшунг» тоже представлен разным спектром фундаментальных и прикладных исследований: вопросы квантовой оптики и спинтроники, разработка оптоэлектронных компонентов, создание микро- и нанороботов для медицинской терапии.

Сравнительный анализ медийных стратегий в области продвижения квантовой физики выявляет глобальный характер исследований и специфику работы научных школ, а также заинтересованность государства или инновационных компаний (при описании мегагранта или престижной награды, премии). Теоретические концепции и эмпирические данные подтверждают, что взаимоотношение науки к СМИ следует рассматривать в контексте общего места науки в обществе.

Библиографические ссылки

1. *Емельянова Н. Н.* Научная информация в масс-медиа: специфика генерации и воспроизводства // *Философия науки и техники.* 2018. Т. 23. №. 1. С. 128–140.
2. *Rödder S.* Science and the Mass Media – ‘Medialization’ as a New Perspective on an Intricate Relationship // *Sociology Compass.* 2011. Т. 5. №. 9. С. 834–845.
3. *Rödder S., Schäfer M. S.* Repercussion and resistance. An empirical study on the interrelation between science and mass media // *Communications.* 2010. Т. 35. №. 3. С. 249–267.
4. *De Oliveira T. M.* Mediatization of science: reconfiguration of the paradigm of scientific communication and academic work in the digital era // *São Paulo – Brasil.* 2018. V. 12. № 3. С. 101–126.

ЮМОР В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ: ТЕМАТИКА И ФУНКЦИИ

Н. А. Федотова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
nf333@yandex.ru*

В публикации проанализирована специфика юмора в социальных сетях в условиях COVID-19. Обобщены данные о тематике и особенностях юмористических форматов, посвященных этому заболеванию. Выделены и охарактеризованы причины популярности, функции и некоторые социально-психологические эффекты юмора в социальных сетях.

Ключевые слова: юмор; смех; социальные сети; пандемия; COVID-19; функции.

HUMOR IN THE PANDEMIC ERA: THEMES AND FUNCTIONS

N. A. Fedotova

*Belarusian State University,
9, Kalvaryiyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: N. A. Fedotova (nf333@yandex.ru)*

The publication analyzes the specificity of humor in social networks in terms of the COVID-19 pandemic. The paper defines themes and specifics of humorous formats about this disease. Reasons for popularity, functions and some socio-psychological effects of humor in social media are highlighted and characterized.

Key words: humor; laughter; social media; pandemic; COVID-19; functions.

В 2020 году COVID-19 определил повестку дня во всем мире. Неудивительно, что в ситуации высокой неопределенности и тревоги о здоровье миллионы людей делятся информацией о коронавирусе. Согласно аналитической платформе Sprinklr, 11 марта (день, когда ВОЗ назвала вспышку COVID-19 пандемией) было более 19 млн упоминаний коронавируса в социальных сетях, а в отчете Twitter в начале апреля говорится, что COVID-19-связанные твиты отправлялись каждые 45 миллисекунд [1].

Digital News Report 2020 Института Reuters отмечает влияние COVID-19 на основные фоновые тенденции: изменения в способах доступа людей к новостям, низкий уровень доверия и растущее беспокойство о дезинформации. В отчете подчеркнуто, что COVID-19 усилил потребность в надежной, точной информации и напомнил, что социальные сети могут быть использованы для распространения вредоносной дезинформации [2].

Инструменты производства и каналы распространения позволяют нам делиться не только информацией, но и эмоциями через YouTube, TikTok, Twitter, Facebook, Instagram. На наш взгляд, в массиве исследований и наблюдений отдельного внимания заслуживает рекреативный контент, так как интернет изобилует шутками о коронавирусе, видео, мемами, твитами, переписанными музыкальными текстами, пародийными музыкальными клипами и прочими юмористическими форматами. Склонность с юмором реагировать на пандемию под-

тверждается исследованием, где показано, что смеющиеся до слез смайлы используют наиболее часто (Top Coronavirus Emojis, 29.02.2020 – 31.03.2020) [3].

Тематика юмора о COVID-19 весьма разнообразна. В первые месяцы в интернете активно высмеивали радикальные меры, которые люди используют, чтобы защититься от коронавируса, а также примеры поведения (часто иррационального). Юмор действовал как корректирующее средство: панические покупки, вызванные страхом остаться без продуктов и туалетной бумаги, изображались глупыми, заслуживающими сатирического порицания. Помимо этого юмор не связан с угрозой эпидемии как таковой, а позволяет осмыслить и проработать в смеховой форме нормы, вызванные новыми условиями жизни (например, карантин, гигиенические практики, удаленная работа, учеба, отношения в семье и проч.).

В отдельную тематическую группу следует выделить «черный» юмор, который включает шутки, иронию и юмористические замечания о борьбе с болезнью и/или о смерти. При этом нужно понимать, что для части пользователей интернета «черный» юмор – защитный механизм, который помогает совладать с негативными эмоциями. Однако в ситуации пандемии COVID-19 «черный» юмор может усилить беспокойство менее информированных пользователей и вызвать противоположный эффект, изображая клинический сценарий как более мрачный и пугающий, чем есть в действительности.

Одна из масштабных попыток систематизировать и обобщить тематику шуток о коронавирусе принадлежит ученым из Университета Амстердама. Они создали Mem-portal, куда присылают шутки, мемы, смешные видео о коронавирусе пользователи всего мира. Анализ массива данных позволит выявить, какие различия существуют между юмористическими выражениями в разных странах и культурах. Какие тенденции видны с точки зрения природы и формы? Есть ли определенная динамика в шутках о коронавирусе: от беззаботных в начале до более мрачных форм по мере того, как ситуация становится более сложной? [4].

Условия пандемии придают определенную специфику функциям юмора.

1. Физиологическая функция. Смех связан с высвобождением эндорфинов, которые улучшают настроение, снижают стресс, увеличивают количество иммунных клеток и антител, борющихся с инфекциями, и

в целом повышают сопротивляемость болезням. Результат 15-летнего исследования в Норвегии, основанный на анализе данных более чем 53 500 участников, выявил снижение уровня смертности от инфекционных болезней, когда люди больше смеются. Это позволяет считать чувство юмора ресурсом, защищающим здоровье [5].

2. Психологическая функция. Юмор является выходом для бессознательных, подавленных чувств, таких как тревога или страх перед неизвестным, а смех действует как освобождающий клапан. Таким образом, шутя о коронавирусе, мы преодолеваем неопределенность, сложность ситуации и так ослабляем напряжение и нервозность. Юмор – один из адаптивных инструментов преодоления трудностей и борьбы с неопределенностью. Такой эффект возможен, поскольку «смех – это смена видения, смена стекол, позволяющая видеть мир с такого расстояния, с которого он будет выглядеть безопасным и смешным» [6, с. 31].

3. Объединяющая функция. В условиях нынешней пандемии мы более изолированы, чем когда-либо прежде. Очевидно, это может сказаться на нашем психологическом благополучии из-за минимизации социальных контактов и утраты чувства единства. Юмор в социальных сетях отчасти является решением этой проблемы.

Юмор – явление социальное. Мы склонны смеяться больше, когда видим, что смеются другие, когда смех социально приемлем. Поэтому во время изоляции через социальные сети мы стремимся проявить и ощутить единение с другими через общий объект для осмеяния в том числе. Такие платформы, как Twitter, позволяют оставаться на связи друг с другом, даже если это всего лишь реакция «Ха-ха» на мем, отправленный в групповом чате.

Помимо этого, объединяющая функция юмора связывает нас с настоящим, отражает позицию общества по конкретным вопросам. Мы шутим о том, что происходит «здесь и сейчас», мы утверждаем себя в общем переживании ситуации. Это особенно актуально во время кризисов, когда необходимо чувствовать, что мы не одиноки и можем поделиться своими заботами с другими.

4. Мобилизующая функция. Обмен юмором через социальные сети в период тревожных событий может становиться катализатором общественных действий и мобилизовать сообщества для решения социально значимых проблем. И, что немаловажно, юмор помогает повысить индивидуальную и коллективную стойкость, необходимую для переосмысления и перестройки мира после COVID-19.

Обобщая сказанное, видим, что юмор – своего рода ментальная броня, которая позволяет нам управлять неуправляемым, дает ощущение, что все преодолимо. При этом важно понимать, что изучение ценности и специфики юмора COVID-19 в социальных сетях – предмет дальнейшего наблюдения исследователей. В полной мере оценить сегодня этот феномен не представляется возможным, так как пандемия продолжается и мир переживает ее вторую волну.

Библиографические ссылки

1. *Yammine S.* Going viral: how to boost the spread of coronavirus science on social media [Electronic resource]. URL: <https://www.nature.com/articles/d41586-020-01356-y> (date of access: 05.09.2020).
2. Reuters Institute Digital News Report 2020 [Electronic resource]. URL: <http://www.digitalnewsreport.org> (date of access: 03.09.2020).
3. *Tolette A.* Coronavirus Humor: Memes & Social Media Challenges [Electronic resource]. URL: <https://www.synthesio.com/blog/coronavirus-memes-twitter-tiktoks-instagram-challenges/> (date of access: 05.09.2020).
4. Research into ‘corona humour’ [Electronic resource]. URL: <https://www.uva.nl/en/shared-content/faculteiten/en/faculteit-der-maatschappij-en-ge-dragwetenschappen/news/2020/04/corona-humour.html?cb> (date of access: 04.09.2020).
5. *Galehouse M.* Go ahead and laugh, even during a pandemic [Electronic resource]. URL: <https://www.tmc.edu/news/2020/04/go-ahead-and-laugh-even-during-a-pandemic/> (date of access: 05.09.2020).
6. *Карасев Л. В.* Философия смеха. М. : Рос. гуманит. ун-т, 1996. 224 с.

РЕГУЛИРУЮЩИЕ ОРГАНЫ ДЛЯ НОВЫХ МЕДИА

Ху Сяоянь

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
942762919@qq.com*

Рассматривается опыт сочетания государственного регулирования и саморегулирования новых медиа и в целом деятельности в сети интернет в США, Великобритании, России и Китае с целью обеспечить безопасность киберпространства в интересах как государства, так и граждан, частных