

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

Факультет гуманітарних наук

Кафедра культурології



Курсова робота на тему
**Зміни тілесності та світосприйняття в західному суспільстві
в умовах COVID-19**

Виконала:

студентка III року навчання

Величко Ярослава

Науковий керівник:

Надія Павліченко Ігорівна

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I.....	4
Пандемія COVID-19: історія і симптоматика	4
Теорії походження коронавірусу	5
РОЗДІЛ II.....	8
Нестійкість світу і потреба взяти відповідальність на себе	8
Ксенофобія і перехід центру світової цивілізації з Заходу на Схід.....	11
Перехід від глобалізації до "закритих дверей"	13
Діджиталізація повсякденного життя і зміни в культурі споживання	16
Формування нової тілесності	25
Зміна обличчя міст	34
ВИСНОВКИ	39
Список використаної літератури.....	41

ВСТУП

COVID-19 - поточна пандемія коронавірусної хвороби 2019 (COVID-19), спричинена SARS-CoV-2. Спалах захворювання розпочався у грудні 2019 у м. Ухань, Хубей, КНР, та визнаний ВООЗ пандемією 11 березня 2020 року [1]. Від її початку і до сьогоднішнього дня пандемія мала і продовжує мати набагато більше значення ніж черговий медичний термін. COVID-19 є важливим чинником, який не просто впливає на економічний, геополітичний та екологічний стан в світі, а можна сказати повністю формує його. Вчені з цих сфер активно досліджують процеси, які спричинює COVID-19 і приходять до певних висновків. У даній роботі ми проводимо культурологічне дослідження і тому нам цікаво яким чином пандемія впливає на положення людини у світі. Адже надзвичайно часто в побуті можна почути фрази на кшталт: “світ вже ніколи не буде попереднім”, “скоро буде вже зовсім інша епоха”. Дійсно сперечатись з цими твердженнями досить складно.

Відтак **об’єктом** нашого дослідження є тілесність і світосприйняття людини в умовах COVID-19.

Предмет дослідження - зміни ідентичності людини епохи коронавірусу в повсякденному житті. Курсова робота ґрунтується на особистому аналізі форумів, блогів, мистецтва пов’язаного з цією темою. А також на використанні вже напрацьованої літератури з цього питання.

Актуальність теми - на цей момент COVID-19 є однією з найобговорюваніших тем в світі. Вона впливає на всі сфери нашої життєдіяльності починаючи сферою освіти і закінчуючи відношенням до свого тіла і тілесності оточуючих.

Мета дослідження - проаналізувати зміни в повсякденному житті людей в умовах COVID-19. Задля досягнення цієї мети планується виконати наступні завдання:

- в загальних рисах описати епідемію COVID-19 і історію її виникнення

- визначити зміни, які пандемія привнесла в суспільне життя
- проаналізувати, як ці зміни вплинули на світосприйняття людей і їх тілесність
- на основі проведеного дослідження зробити висновок про ступінь змін і їх подальший розвиток

Методологічні засади роботи: у дослідженні використано як вузько гуманітарні, так і загальнонаукові методи. Робота в основному базується на науковій літературі, напрацьованій за час пандемії.

РОЗДІЛ I

Пандемія COVID-19: історія і симптоматика

Як було зазначено у вступі COVID-19 - це епідемія, яка почалась у грудні 2019 року і активно поширюється світом вже більше двох років. Однак важливо наголосити, що саме пандемією COVID-19 був офіційно визнаний тільки 11 березня 2020 року. За даними Всесвітньої організації здоров'я її трьома основними симптомами є: лихоманка, сухий кашель та втома. До менших поширених симптомів відносять втрату смаку і запаху, закладеність носа, кон'юнктивіт, біль в горлі, головний біль, біль в м'язах, різні типи шкірних висипань, нудоту, діарею, озноб і запаморочення[2] Вже загальновідомо, що вірус передається повітряно-крапельним шляхом(саме тому на даний момент найпоширенішим захистом є марлеві пов'язки на обличчя), зараження можливе також і через дотик до різноманітних заражених поверхонь, а потім до обличчя(на сьогодні в суспільстві активно пропагується використання антисептиків та регулярне миття рук). Також Всесвітня організація здоров'я повідомляє, що: "Люди у віці 60 років і старше, а також ті, у кого є такі основні медичні проблеми, як високий кров'яний тиск, проблеми із серцем і легенями, діабет, ожиріння або рак, мають більший ризик розвитку серйозних

захворювань.” Тут важливо зазначити, що на сьогодні люди за 60 - це покоління бекі-бумерів, які сформувались разом з гарантованим медобслуговуванням, вірою в колективізм і командних дух. Тому в сучасному світі індивідуалізму і відсутності гарантій з боку медичного обслуговування вони ще й страждають від психологічних проблем, пов’язаних з епідемією. Так у приватному спілкування волонтери соціальної організації “Старенькі”(організація опікується людьми пенсійного віку) повідомляли мені про активний ріст кількості самогубств серед представників цього покоління. За даними університету Джонса Хокінса, США на даний момент від COVID-19 померло більш як два мільйонів людей. Однак в той же час варто зазначити: "Серед тих, у кого з’являються симптоми, більшість (близько 80%) одужують від хвороби, не потребуючи лікування в лікарні. Близько 15% серйозно хворіють і потребують кисню, а 5% важко хворіють і потребують інтенсивної терапії.” [2]. Довгий час чи не єдиним способом боротьби з пандемією був перманентний карантин. Тобто обмеження роботи установ суспільного користування, роботи громадського транспорту, а в деяких країнах і введення комендантської години. Тільки на початку грудня 2020 року була розпочата перша програма вакцинації. І на сьогодні в світі зареєстровано близько тринадцяти різноманітних вакцин.

Перший спалах захворювання був зафіксований у Китайській народній республіці звідки він поширився на весь Західний світ. Ув’язку з пандемією багато навчальних закладів було переведено на дистанційну форму навчання, більшість масових заходів також почали проводитись в онлайн-форматі, через регулярні обмежувальні заходи з’явилися нові форми спілкування і споживання товарів. Все це вплинуло на світосприйняття і тілесність людей.

Теорії походження коронавірусу

Ще з давніх часів у людей була потреба осмислювати і пояснювати всі речі і явища, які є частиною їх життя. Завдяки цьому в нашому суспільстві з’явилися

різноманітні міфи, легенди і приказки. COVID-19 не став винятком. З його появою в західному суспільстві з'явилися різноманітні теорії про його походження. Про це у своїй праці пише Іохін: "Пандемія, можна сказати, має три версії виникнення. Це Божий промисел, спрямований на те, щоб людство зупинилося і подумало про шляхи подолання нагромаджених ним глобальних проблем, які нікуди не поділися після глобалізації і зосередило увагу на подоланні ворожнечі і виробленні необхідних організаційних форм нового світоустрою. Це явище природи, яке продемонструвало людству, наскільки воно безпорадно і мізерно перед її могутністю. І це справа рук людських, що вказує на те, наскільки близько воно підійшло до межі свого самознищення. Але це судження загального характеру." [40, с.39]

Перша теорія, яка стосується божого промислу звичайно не є широко розповсюдженою в сучасному суспільстві. Це пов'язано з тим, що сьогодні релігія втратила той вплив і значення, яке мала в Середньовіччі. Однак все ж в неї є свої прихильники і це переважно люди, які належать до релігійних кіл або представники духовенства. Прикладом на підтвердження моїх слів може бути наступний прецедент: "Божим промислом назвав пандемію коронавірусу патріарх Московський і всієї Русі Кирило. На думку настоятеля, спалах нової інфекції на планеті покликаний зруйнувати ідеали споживацького товариства." [51] Імовірно така віра пов'язана з конструктом, який закладений через легенду про світовий потоп. З вірою в те, що людство має бути обов'язково покараним за все, що робить "неправильно".

"Природнича теорія" більш поширена у порівнянні з попередньою. Узв'язку з неймовірно швидким технічним розвитком людині дійсно доводиться в рази менше витратити ресурсів на задоволення своїх побутових потреб (таких як: голод, гігієна та сон). До цього також варто додати автоматизацію багатьох приладів, що викликає в сучасних представниках людства відчуття контролю над всім, що їх оточує. Коронавірус забрав в нас цю можливість або принаймні обмежив її. І разом з тим це все підсилюється низькою обізнаністю громадян у вірусології. Підтвердження моїх слів може бути популярність наступних питань

на форумах: "Чи є спосіб природній спосіб боротьби з вірусом? Це помста планети за те, що ми їмо м'ясо / забруднюєм навколишнє середовище / спричинюємо глобальне потепління?" [51]. Ця теорія, на мою думку, пов'язана зі звичкою людей шукати причинно-наслідкові зв'язки на рівні космосу, всесвіту, адже це надає значимості нашому існуванню.

І третя теорія у оголошеному вище списку є найбільш поширеною. Віра в рукотворність вірусу, на мою думку, пов'язана зі стрімким технічним розвитком. Це переконує багатьох в спроможності "людини" винайти вірус і демонструє нашу підвищену увагу до геополітики. Прикладом на підтвердження моїх слів може бути ситуація, описана одним з користувачів форумів. "Я пішов до міської ратуші для обговорення питань, пов'язаних з вірусом і хлопець підвівся і сказав, що всі члени комісії знають правду і не мають права говорити її, тому що всі вони під примусом і втратили б роботу і так далі." [52]. Хлопець був переконаний в тому, що вірус винайшов уряд США. Ця ситуація є досить показовою. Адже організатори почали заспокоювати чоловіка, що було пов'язано з необхідністю дотримання встановлених правил(було заборонено викрикувати, всі питання необхідно було писати на листочку для уникнення паніки). І через недостатню обізнаність людей, такі заходи по відношенню до чоловіка почали викликати ще більше занепокоєння серед оточуючих. Ця теорія підкріплюється й інформаційною війною урядів країн, які за зручної нагоди раді звинуватити один одного у створенні біологічної зброї.

Підсумовуючи даний підрозділ варто зауважити, що ці три теорії є потребою людини пояснити все, що з нею відбувається на "рівні всесвіту". Вони є цікавим вираженням сучасного суспільства, однак їх хибність чи правильність ми дізнаємось тільки з часом. Тому в рамках культурології нам буде набагато цікавіше продовжити своє дослідження в рамках питання: "як коронавірус ВЖЕ вплинув на наше світосприйняття?". Що ми і зробим у наступному розділі.

РОЗДІЛ II

Нестійкість світу і потреба взяти відповідальність на себе

Як всі ми пам'ятаємо перші новини про COVID-19 з'явилися раніше ніж сам вірус торкнувся Заходу. В січні-лютому 2020 року вірус в західному соціумі представлявся віддаленим, ефемерним конструктором. Існувало загальне враження, що він ніколи не торкнеться МЕНЕ. Багато, хто на основі попереднього досвіду асоціював його з вірусом Еболою(гостра вірусна висококонтагіозна природно-осередкова хвороба, яка характеризується часто тяжким перебігом, високою летальністю, вираженою інтоксикацією, зневодненням, ураженням кровоносних судин багатьох органів з розвитком тяжкого геморагічного синдрому [3]). В 2014 році цей вірус активно обговорювався в ЗМІ, у центрі уваги була кількість летальних випадків. Станом на 11 серпня 2014 року від цієї хвороби померло 887 осіб, а найбільшого поширення вона набула в країнах Західної Африки. Якщо порівнювати його з коронавірусом, то тоді Захід порівняно легко пройшов цей етап. На мою думку, саме ця "легкість" досвіду сучасного суспільства стосовно вірусних хвороб і стала однією з причин неуважного ставлення до COVID-19 на момент його появи.

"Легкість" змінилась досить різким і неочікуваним закриттям кордонів і введенням карантину. Що звичайно підняло значну паніку серед громадян і підвищило рівень стресу в суспільстві. На початках непослідовні дії урядів багатьох західних країн, відсутність достатньої кількості інформації та відсутність гарантій соціального захисту і привело до теми даного підрозділу. Більшість людей почало відчувати нестійкість світу. Звичайно впродовж 2020 і 2021 років це почуття підсилювалось і введенням постійних карантинно-обмежувальних заходів. Основною проблемою було те, що ці заходи наклали локдаунів часто оголошувались непередбачувано для суспільства, а карантинні обмеження для закладів харчування діяли досить вибірково, нормальною

практикою стали бари, що влаштовували вечірки за “закритими дверима”. Прикладом на підтвердження моїх слів може бути офіційний пост на фейсбук-сторінці київського мера Віталія Кличка у якому написано: “Київ запровадить більш суворі обмеження. В нас немає іншого вибору. Інакше будуть сотні смертей щодня!”[4] Далі в пості перелічуються карантинні обмеження під час локдауну, зокрема і закриття громадського транспорту, всіх навчальних закладів, що прямим чином впливає на життя і роботу всіх громадян міста. Пост був опублікований 31 березня - всього за тиждень до впроваджуваних заходів.

Крім почуття невпевненості і незахищеності західне суспільство вкотре під дією COVID-19 відчуло відсутність сильних лідерів і державного механізму. Яка вже поступово переростає у потребу тотальної відповідальності за своє життя і безпеку. Так під час вищезгаданого локдауну робітникам соціальнозначимих підприємств видавали спеціальні перепустки для проїзду в транспорті. Невдовзі після початку обмежень перепуски почали нелегально продавати в Інтернеті. Цей приклад чудово ілюструє недовіру громадян до дій влади.

Ще однією з причин появи відчуття нестійкості стала відміна масових заходів. Так було перенесено Олімпійські ігри 2020(мали проводитись Токіо) і відмінено Євробачення 2020(мало проводитись в Роттердамі). Для учасників і глядачів - це стало шоком і обернулось втратою віри у будь-яку стабільність світу. Адже відміняються події, які виконують важливі міжнаціональні, об'єднавчі, соціальні функції. Для деяких учасників це відгукнулось завершенням їх кар'єри. Прикладом може слугувати 35-річний батутист Тецуя Сотомура. Олімпіада в Токіо мала стати тріумфальним завершенням його кар'єри. Однак не стала, а чекати рік для нього було занадто довго. Цікаво, що слова Тецуя чудово відображають настрої суспільства станом на 2020 рік. Процитуюмо їх тут: "Дуже багато невизначеності. Ніхто не знає, наскільки ймовірним є те, що ігри відбудуться. Якщо в наступному році нас чекає скасування, то я просто втрачу рік без результату. Це була ще одна причина

піти” [4]. На той момент ніхто в суспільстві нічого не міг точно гарантувати чи прогнозувати.

Важливо зазначити, що Олімпійські ігри 2021 наразі також знаходяться під дамокловим мечем. Петиція про їх відміну станом на 14 травня вже набрала 350 тисяч підписів. Важливим фактором є також, що петицію ініціював не пересічний громадянин, а адвокат і політик Кэндзи Уцуномія. Ця ситуація ілюструє не тільки нестійкість світу, але й готовність людей брати відповідальність на себе. Утвердження в переконаннях, що вже немає сенсу сподіватись на лідерів країн і довіряти їм, потрібно брати ситуацію під свій контроль. Це підтверджують і коментарі під статтею у якій йдеться про дану новину. "Підтримую петицію про скасування ОІ! Хоча і не японка, але мій голос теж треба врахувати. Життя японців теж важливі. І не треба бенкет під час чуми влаштовувати!!!" [5]. Тут важливо зазначити, що попередні Олімпійські ігри скасовувались тільки у зв'язку з Першою і Другою світовими війнами. Що знову ж таки підкреслює значимість їх відміни для суспільства.

В контексті цього підпункту надзвичайно важливо згадати про покоління-Z, адже наразі це переважно підлітки і молоді люди світогляд яких тільки будується. Тому коронавірус імовірно спричинить найбільший вплив саме на це покоління. Зокрема це стосується працевлаштування. Ні для кого не секрет, що рівень безробіття у світі зараз росте, а покоління-Z це саме ті, хто зараз виходить з університетів у пошуках робочих місць без досвіду цієї самої роботи. Тут доречно навести цитату з статті в якій описується вплив COVID-19: "Тривале безробіття змушує все більше людей шукати фрілансерку роботу в Інтернеті, і багато з них згодом опиняться постійними фрілансерами." [6]. Фріланс - це фактично нестабільність і готовність брати всю відповідальність за свій соціальних захист на себе. Це та сторона в яку наразі міняється людська ідентичність і те до чого йде все суспільство.

Ще одним доказом появи відчуття нестабільності в світ, яка впливає на дітей може бути стаття, яку опублікував UNICEF. Її назва "Ресурси для підтримки емоційного благополуччя дітей під час пандемії COVID-19" [7]. Стаття

підкреслює появу нестабільності в світі, неочікувані зміни з якими дітям надзвичайно важко впоруватись. Тут також прослідковується потреба батьків взяти на себе соціальний захист дітей, працювати над їхніми емоціями і спокоєм.

Підсумовуючи даний підрозділ варто сказати, що COVID-19 став причиною різкої зміни нашого соціального життя. Через несподіваність його появи і неспроможність лідерів держав швидко та ефективно впоратись з ситуацією в західному суспільстві посилилось відчуття нестійкості світу і з'явилась потреба брати відповідальність за свій соціальний захист на себе. В подальших підрозділах ми також розглянемо як ковід вплинув на повсякденне життя.

Ксенофобія і перехід центру світової цивілізації з Заходу на Схід

Як вже було зазначено вище спалах епідемії почався на Сході, в Китайській народній республіці. За останніми даними вірус походить з Уханського ринку і має зоологічне коріння(існують припущення, що перша людина заразилась, з'ївши літаючу мишу). Ця інформація на початку пандемії породила ксенофобні настрої в суспільстві. Підтвердженням цих слів можуть слугувати меми, поширені зараз в Інтернеті. На одному з них зображений пошталійон Печкін(персонаж з мультфільму Простоквашино), який приніс посылку і стучить в двері. Над ним надпис: "Вам тут посылка з Китаю". З іншого боку жінка, яка зі спотвореним обличчям кричить в паніці.

Тут також буде доречно навести особисті спостереження. Моя подруга Джен (громадянка Південної Кореї і має азіатську зовнішність) розповідала, що не раз зустрічалась з ксенофобними настроями по відношенню до себе під час своєї подорожі до України в грудні 2020 року.

Такими настроями в суспільстві скористався і уряд Сполучених Штатів Америки. Зокрема госсекретар США Майк Помпео оголосив вимогу до Китаю заплатити компенсацію у розмірі дев'яти трилїонів доларів, яка за його словами має компенсувати збиток, завданий світу.[8] Про появу і розширення

ксенофобних настроїв в західному суспільстві згадує й В.Я.Іохін: "Зокрема, по Китаю вони спробують завдати удару не тільки шляхом пред'явлення претензій за наслідки COVID-19 і поширення юрисдикції американських судів на суверенні держави, а й за допомогою психологічного впливу на покупців, щоб не купували «небезпечні» для життя китайські товари.”[9] Важливо зазначити, що подібна ситуація відбувалась і з австралійськими ЗМІ, які активно поширювали ксенофобні настрої. В одній з статей говориться: "Позови про цензуру, критика неінформування громадськості та денонсація жорстких заходів, вжитих поліцією та місцевим урядом Уханя, слідували чітко сформованій оповідальній системі звітування про Китай”[10, 72] Австралійські ЗМІ активно критикували авторитарні засоби Китаю у боротьбі з коронавірусом і в той же час використовували схожі методи, виправдовуючи їх необхідністю і вимушеністю. А коли Китай почав робити успіхи у боротьбі з COVID-19 це спричинило дискомфорт для австралійських ЗМІ.

Такі настрої були актуальними і для російського суспільства. Таку ситуацію у своїй статті описує Корольов і Євгафова “... але і прояви якоїсь ксенофобії: спочатку насторожене ставлення до китайців, потім - до іноземців, потім - до наших «поверненці», а там вже - до сусідів по комуналці як потенційним вірусоносієм.” В цій цитаті цікаво те, що поступово недовіра до представників певної нації переростала у загальну недовіру до “іншого”. З власних спостережень за станом в Україні можу зауважити, що моє оточення і я сама стикалась з ситуаціями, коли родичі уникали контакту через страх заразитись. Але в той же час самі контактували на роботі зі своїми клієнтами, пацієнтами.

Однак найбільшим парадоксом цього підрозділу є те, що незважаючи на наростання ксенофобних настроїв в західному суспільстві з появою COVID-19 центр світової цивілізації змістився з Заходу на Схід. Про це у своїй статті згадує М.М.Гузев: "Коронавірус - глобальна цивілізаційна проблема. І справляються з нею країни Азії на порядок успішніше, ніж країни Заходу.”[10, с.90] На цьому тлі він також досить доречно згадує слова академіка Н.Н.Моєєєва про «захід PAX AMERICANA». Зимою-весною 2020 року в

інтернет просторі були поширені статті про упіхи Китаю у боротьбі з COVID-19: "Як Китай дав демократіям урок боротьби з коронавірусів", "Найбільша помилка Європи": "Що Китай знає про коронавірус", "Як китайська держава мобілізувала громадянське суспільство для боротьби з COVID-19", "Чому реакція Китаю на коронавірус може навчити решту світу", які констатували успішність Китаю у боротьбі з хворобою. А також звучали з відтінком певного захоплення цими досягненнями і нерідко подавались у порівнянні з "поразками Заходу".

Цікаво що в цих неоднозначностях можна виявити, що в світогляді соціуму і наукових кіл COVID-19 став таким собі "лакмусовим папірцем" через який на наших очах пропускають різні політичні системи. Підтвердженням моїх слів може бути думка, яку в своїй статті висловлює Ф.І.Гіренюк: "Америка - це капіталізм. Китай - це соціалізм. Коронавірус - це суддя." [10, с.40] Загалом на сьогоднішній день можна зустріти багато статей пов'язаних з коронавірусом написані саме в контексті цього питання. Зокрема про це у своїй статті згадує і Гігенюк: "Пандемія коронавірусу виявила дві стратегії входження людини в числовий світ. Перший шлях - китайський. Другий - західний." [10, с.51]

Таким чином можна зробити висновок, що COVID-19 сприяв посиленню ксенофобних настроїв в суспільстві по відношенню до національностей азіатської зовнішності, однак також виявив недоліки і переваги різних систем державного устрою. А головне ознаменував перехід світового центру з Заходу на Схід.

Перехід від глобалізації до "закритих дверей"

Для двадцять першого століття слово "глобалізація" стало одним з основних. З появою дешевих авіарейсів, розширенням кількості міжнародних грантових програм та полегшенням процедури отримання закордонних паспортів почало здаватись, що західний світ якщо і не на шляху до спільної нації, то як мінімум

десь в далекому майбутньому можлива поява однієї великої держави. Не припинялись розмови про втрату національних ідентичностей і традицій. Однак з оголошенням про COVID-19 кордони між державами швидко закрились, а соціальні комунікації обірвались. У більшості людей з'явилося певне відчуття вакууму. Світові новини стали скоріш відголосками, на перший план вийшли новини власної держави, адже політика кожної країни у відношенні коронавірусу досить відрізнялась і відрізняється.

Це також посилило і відчуття нерівності в суспільстві. Особливо це стосується біженців. Оскільки карантинні обмеження дозволяли ділові поїздки, однак зробили неможливим виїзд з небезпечних для життя зон(територій охоплених війною та природними катастрофами). Цікавим є також зауваження про 2021 рік: "...Ситуація ще більш ускладниться, коли кордони відкриваються для тих, хто зробив щеплення або отримав негативний результат аналізу на наявність коронавірусу, так як багато мігрантів в силу об'єктивних обставин не зможуть зробити ні те, ні інше" [11].

Однак цікаво й те, що напротивагу відчуттю роз'єднаності і вакууму в суспільстві з'являється розуміння спільності і взаємозалежності один від одного. Ще ніколи соціальна відповідальність не торкалась так сильно кожного з нас. В умовах пандемії дотримання карантинних норм і свідомість кожного громадянина прямим чином впливає на загальну епідеміологічну ситуацію в країні. Прикладом може бути випуск ТСН, що вийшов влітку 2020 року. У випуску показано одеські клуби, які активно працюють під час карантину без жодної соціальної дистанції і маскового режиму. Тут для нас важливим є аналіз коментарів під випуском і реакцій інших людей на ситуацію. На цю мить під випуском близько п'ятиста коментарів і кожен з коментаторів висловлює активну громадянську позицію. "Через таку молодь , ще довго будуть страждати люди.", "Самі ходять без масок, одягають лише тоді коли інтерв'ю беруть, а інколи і так", "Весь світ дотримується карантину, а от в Україні власникам клубів і ресторанів закони не писані"[12] Громадяни активно висловлюють свою позицію стосовно дій влади і дій інших громадян. На мою

думку, COVID-19 частково сприяв відкладенню відчуття “я і мої інтереси” і появі відчуття “я і інтереси суспільства”.

Також у зв'язку з тим, що люди літнього віку перебувають у зоні підвищеного ризику з початком пандемії з'явився ряд соціальних ініціатив, які забезпечували людей цієї категорії харчовими пайками. Разом з ними з'явилися соціальні відеореклами, постери. З власних спостережень також варто додати, що в багатьох людей покоління Z і X(моє оточення і оточення моїх батьків) з'явилося відчуття страху за життя рідних, які перебувають у цій віковій категорії. Внаслідок продовжилось зростання відчуття “я і інтереси інших” в західному суспільстві, незважаючи на те, що культура поваги до старших притаманна більше східним національностям. Ще одним прикладом може бути соціальні оголошення в метро, які звучать наступним чином: “Носіть маску правильно - не наражайте себе і ІНШИХ на небезпеку“. З власних спостережень варто додати, що нерідко пасажери дозволять собі робити зауваження іншим пасажирам, які знімають маску під час поїздки в метро. Що є ще одним підтвердженням правильності такого припущення.

Однак розглядаючи питання відходу від політики глобалізації в західному суспільстві варто зауважити й думку інших авторів. Наприклад В.К.Корольов і О.В.Євганова вважають, що глобалізація вже давно не є актуальною політико-культурною проблемою. Вони зауважують: "«Ядра» багатьох «етно-національних» культур в життя їх носіїв не піддаються руйнуванню уніфікацією глобалізації, зберігають свій вплив навіть в умовах зростаючого впливу західної культури; при всіх комунікативно-міграційних процесах люди, в основному, зберігають свою етнокультурну ідентичність.” [10, с.130].

Але якщо говорити про розподіл національностей між державами все ж важливо зауважити і про активний відтік трудових мігрантів, які в умовах пандемії були змушені повернутись в свої країни. З цього можна зробити припущення, що в найближчі роки мультикультуралізм країн все ж частково зменшиться. В.Я. Іохін в цьому питанні взагалі звертається до питання того, що коронавірус не припинив глобалізацію, а виявив її відсутність. “Але хто б

восени 2020 року не прийшов до влади в США, геополітичну ситуацію можна буде охарактеризувати девізом: «глобалізація померла (не померла), хай живе гегемон»." - так вважає автор. Він переконаний, що COVID-19 чітко виявив гегемонію США у світі.

Підсумовуючи даний підпункт можна зауважити, що з приходом COVID-19 в наше життя віра в глобалізацію відійшла на другий план, звільнивши місце для індивідуалізму і національних інтересів.

Діджиталізація повсякденного життя і зміни в культурі споживання

З приходом в західне суспільство COVID-19 слово “дистанційний” стало одним з найбільш вживаних. Багато навчальних закладів перейшло на дистанційне навчання, всі ділові переговори почали проводити в ZOOM-конференціях, навіть такі практики як консультація психолога, а подекуди і терапевта стали відбуватись на відстані. На мою думку, в контексті даного підпункту важливо розглянути три сфери на які найбільше піддались всемогутньому “онлайну”. Це *навчально-робоча сфера, сфера послуг і сфера спілкування*.

Як вже було зазначено вище з початком коронавірусу багатьом навчальним закладам довелось перейти на дистанційне навчання. В залежності від навчального закладу воно або було введено на час всього карантину(наприклад: Київських національний університет "Києво-Могилянська академія"), або вводилось ситуативно саме під час локдаунів(наприклад: школи). Найпопулярнішими платформами для проведення онлайн-занять стали Zoom, Skype і Teams. Тут цікаво прослідкувати тенденцію наскільки такі новації залишаться в нашому житті. Наприклад: "За даними GlobalWebIndex на кінець червня, лише чверть інтернет-користувачів по всьому світу очікують, що після пандемії будуть працювати з дому частіше, ніж до коронавірусу.”[13] Звичайно частково така ситуація пов’язана з роботодавцями, які диктують свої умови праці.

Однак для багатьох дистанційна робота - це складно в соціальному і самоорганізаційному плані. Прикладом на підтвердження моїх слів можуть слугувати коментарі наступного змісту: "Повернувся в офіс, там нормально обладнане робоче місце, де ніхто не відволікає, дітей на голові немає, межі роботи / будинку адекватно розділені, до офісу 15 хвилин по свіжому повітрю уздовж Дніпра. Будинок для відпочинку буде :)"[14], "Особисто я — так. Робота з дому взагалі прикольно, але для мене психологічно виснажливо. Є потреба живого спілкування з колегами, не тільки через skype/zoom/hangouts etc.”[14]

Цікаво в цьому контексті розглянути поняття zoom-бомбінг про який у своїй статті згадує Дар’я Кронштадтська: “... «зум-бомбінг», коли уроки навмисно зривали, і скарги на низьку якість доступного освітнього контенту”[15]

З власних спостережень за братами шкільного віку можу зазначити, що така практика була популярною і в Україні. Часто учні заходили під невідомими акаунтами в конференцію в якій відбувався урок і викрикували матерні вислови. Оскільки у викладачів не було технічної можливості контролювати ситуацію, що виникла, урок виявлявся зірваним. З цих цього прикладу можна зробити висновок, що шкільна освіта ще однозначно не готова навіть до змішаної форми навчання в майбутньому. Оскільки функція школи - освітньо-виховна. Така форма робить неможливою виховну функцію і надзвичайно ускладнює освіту. Оскільки діти шкільного віку ще “не навчилися вчитися”. Це, до речі, підтверджують це не тільки приклади країн пострадянського простору. “... за оцінками американських експертів, до осені 2020 р школярі США, незважаючи на всі зусилля вчителів, в результаті «пандемічний» змін втратять еквівалент декількох місяців навчання в мовних компетенціях і математики.”[15]

Але важливо зауважити, що COVID-19 все ж змінив відношення сучасного суспільства до роботи онлайн. З особистих спостережень можу зазначити, що в декілька разів частіше почала використовувати платформу Zoom для обговорень з колегами. Також в Київському національному університеті театру і кіно імені Карпенка-Карого частина викладачів, не зважаючи на можливість

проводити лекції офлайн все ж продовжують надавати перевагу онлайну. Головною причиною такого вибору є часовий і фізичний ресурс, який за таких умов можна не витратити на дорогу до навчального закладу. Підтвердженням того що коронавірус залишив діджитал слід є й статистика: "За даними GlobalWebIndex, трохи більше чверті інтернет-користувачів планують користуватися такими платформами та інструментами частіше, ніж вони користувалися ними до епідемії." [13] Іншим прикладом може бути заява генерального директора Twitter Джека Дорсі, який надіслав повідомлення співробітникам про те, що їм буде дозволено працювати дистанційно навіть після закінчення пандемії [16].

Особливим феноменом на початку першого карантину стала неформальна освіта. Безліч освітніх онлайн-платформ почали пропонувати на час карантину пройти свої курси безкоштовно, або розширювали час випробувальних термінів. Всі ці акції проходили під гаслом "залишайтеся вдома", який начебто мав на меті підтримати політику голів держав стосовно карантинних обмежень. Однак насправді ця ситуація стала чудовою рекламною кампанією для таких платформ. Люди, які до цього часу не цікавились такою освітою отримали часову і фінансову можливість її спробувати і оцінити її переваги. Як наслідок наразі надзвичайно зріс попит на освіту такого роду. Чудовим прикладом може бути освітня платформа Вуї: "...Вуї отримав збільшення кількості нових студентів, які використовують продукт на 200%, за даними Mrinn Mohit, головним операційним працівником компанії." [17]

Не менше змінилась і *сфера спілкування*. Основною вимогою, яку коронавірус продиктував суспільству була соціальна дистанція і ізоляція. Для багатьох це стало справжнім випробуванням, адже 21 століття завжди вимагало від людини активної соціальної комунікації, головне гасло "знайомства = можливості = гроші". Загальний стан в суспільстві під час карантину можна прослідкувати за наступними коментарями: "Мені важко на самоті, тому що я в принципі соціально залежна людина. Я екстраверт, обожаю спілкування з людьми живу, зустрічі, тусовки." [18], "Зараз мені, звичайно, не так комфортно.

Можливо, підсвідомо спрацьовує схема: якщо є обмеження, то відразу хочеться того, що заборонено." [18] Справжнім порятунком в ситуації, яка склалась стали соціальні мережі. Вони й до цього займали в суспільстві значну роль, але спілкування в них велось переважно з друзями, по роботі й часто це були не довгі переписки, а скоріш засіб швидко проінформувати або домовитись про зустріч. COVID-19 сприяв їх переосмисленню і пошуку нових форм використання. Наприклад на самоізоляції з'явилися різноманітні марафони в телеграм-каналах. Як от фото-марафон в соціальній мережі Телеграм в кому я також частково приймала участь. Протягом двох тижнів організатор марафону вислав кожного дня завдання за яким треба було зробити фото. Це були переважно різні техніки(наприклад зробити фото в низькому ключі, зробити фото в високому ключі, з використанням фільтрації і так далі). Ввечері учасники вислали готові фото, які організатор коментував. Офіційною метою марафону було покращення навичок у фотографії, але насправді цілком очевидно, що це був скоріш новий вид комунікації. Учасники активно спілкувались на теми, які виходять далеко за межі фотографії. Ця марафонна практика поширювалась і після зменшення карантинних обмежень.

Крім онлайн марафонів увагу варто звернути і на телеграм-чати за інтересами. Адже в телеграм-марафонах досить схожа побудова структури спілкування. В залежності від кількості підписників є від 3 до 10 найактивніших учасників спільноти. Які зазвичай відповідають першими на питання, яке задає будь-який учасник групи, при цьому цікаво, що для них не важливо на яке саме питання відповідати. Вони також активно вступають в дискусію і висловлюють власну думку. Звідси можна зробити висновок, що така категорія користувачів має найбільшу потребу у спілкуванні. Інша категорія учасників - це "отримувачі інформації", вони звертаються до чату переважно, аби отримати відповідь на питання, які їх цікавлять. Для таких користувачів коронавірус абсолютно не змінив їх частоту і мету використання чату. Ще одна категорія досить схожа на попередню - це "шукачі можливостей", в чатах вони зазвичай шукають робоче місце, замовлення, клієнтів або рекламують себе. З початком коронавірусу

відсоток таких користувачів зріс. Це пов'язано зі скороченням кількості робочих місць, зростанням популярності соцмереж, що також є впливом пандемії. Остання категорія це так звані “мертві душі” - учасники, які проявляють повну пасивність в чаті. З появою COVID-19 їх участь ніяким чином не змінилась.

Про зріст популярності соцмереж у зв'язку з коронавірусом свідчать і статистичні данні: "За минулий рік аудиторія соціальних мереж зросла більш ніж на 10%, і на початок липня 2020 року нараховувала 3,96 мільярда користувачів. Тобто вперше можна сказати, що тих, хто користується соцмережами, зараз більше, ніж тих, хто ними не користується.”[13] Звичайно статистику не можна пов'язувати виключно з коронавірусом. Але можна зробити висновок, що COVID-19 однозначно пришвидшує цей зріст. Підтвердженням цього є статистичні данні і розрив у зрості у вигляді трьох відсотків у порівнянні з 2020 роком. "Число користувачів соціальних мереж за останній рік збільшилося більш ніж на 13%. До початку 2021 року в соцмережах зареєструвалося майже півмільярда нових користувачів.”[19]

В контексті даного підрозділу важливо зауважити, що COVID-19 вплинув і на зріст кількості онлайн-знайомств. На сьогодні є надзвичайно популярними додатки для онлайн-знайомств (Tinder, Plenty of Fish, Bumble). Головною метою такого знайомства через додаток у фінальному результаті є побачення вживу. Було б цілком логічно, аби під час пандемії через це популярність таких додатків знизилась. В Tinder навіть з'явилося спеціальний мерч-повідомлення: "Соціальне дистанціювання не обов'язково означає роз'єднання, ми сподіваємося стати місцем для спілкування в цей непростий час, але при цьому вважаємо за необхідне підкреслити, що зараз не час зустрічатися з вашим "метчем" в реальності. Будь ласка, обмежтеся поки що спілкуванням тут" Однак попит на такі додатки в умовах коронавірусу навпаки зріс. Спілкування перейшло в переписки. "Число щоденних повідомлень в американському сегменті Tinder збільшилася в порівнянні з люневими даними на 10-15 відсотків, - каже представник Tinder в інтерв'ю DW. - А в Італії та Іспанії в

порівнянні з попередніми тижнями воно виросло до 25 відсотків - і це загальноєвропейська тенденція. Тривалість бесід в чатах також зросла на 10-30 відсотків у порівнянні з лютневими показниками” [20]. Також з’явилась практика онлайн-побачень. Хоча багато користувачів зазначило, що це є досить не романтичним і некомфортним форматом. Звичайно, що популярність таких платформ більше характерна саме для покоління-Z, міленіалів і частково покоління-X. Адже саме вони перебувають зараз на стадії пошуку партнера і "будування гнізда”.

Зовсім інша ситуація притаманна поколінню бейбібумерів. Сьогодні - це літні люди, які в переважній більшості вже залишилися без партнера ув'язку з його чи її смертю. У вступі я вже зазначала, що в Україні з початком коронавірусу серед таких людей активно почала поширюватись паніка і кількість суїцидів. Причиною цього є їх обмежений доступ до Інтернету, а іноді і телебачення, що у свою чергу призводить до низької проінформованості стосовно пандемії. На фоні такої ситуації збільшується й ейджизм у сторону літніх людей. Підтвердженням цього є слова директора Інституту геронтології ім. Д.Ф.Чеботарьова Національної академії медичних наук України академіка Владислава Безрукова: "Досить часто можна почути звинувачення, що в усьому винні старі люди. Це через них ввели жорсткий карантин, бо вони у групі ризику, хворіють і всіх заражають. І так висловлюються не лише десь на ринку чи у транспорті, а й у медіапросторі.”[21] Так як і з багатьма змінами, які викликав коронавірус не можна стверджувати, що ейджизм по відношенню до літніх людей з’явився саме з його появою. Але однозначно можна зробити висновок, що з його появою відношення до літніх людей в суспільстві виявилось ще яскравіше і значно зросло. Ще одним доказом може слугувати те, що весною 2020 року лейтенант-губернатор Техасу в інтерв’ю Fox News дозволив собі висловитись, що США має вийти на роботу і літні люди готові пожертвувати собою заради хорошого економічного майбутнього своїх дітей і онуків.[22] Загалом можна підсумувати, що в умовах пандемії розширюються

прірва між поколіннями, яка імовірно не позбудеться цих тенденцій і після закінчення пандемії.

COVID-19 висунув нові вимоги і до сфери обслуговування, а з її трансформацією змінився і спосіб купівля і споживання товарів. Головними трендами нової епохи стали: кур'єрська доставка, покупки в Інтернеті і покупки онлайн-товарів. Доказом на підтвердження цього є безрезневе дослідження Zeitgeist: "...76% споживачів у США / Великобританії сказали, що вони все ще роблять більше покупок в Інтернеті порівняно з періодом до пандемії." [23] Це пов'язано і з тим, що зменшились витрати на реальні розваги, як от: похід в кінотеатр чи подорожі закордон.

Цікаво, що навіть з послабленням карантинних обмежень кількість відвідувачів кінотеатрів у порівнянні з докоронавірусним періодом досить низька. Цьому сприяє і розвиток стрімінгових платформ таких як: Amazon і Netflix. На це є декілька причин. За карантинний період люди звикли сидіти дома, звичка отримувати все "тут і зараз" надзвичайно швидко приживається в суспільстві. Другою причиною є вартість перегляду. Місяць підписки на стрімінгову платформу дорівнює одному квитку в кінотеатр. Хоча деякі користувачі переконані, що все ж кінотеатри залишаться у нашому житті. Прикладом може бути коментар користувача форуму Quora: "Не думаю, що це станеться. Ходити до кінотеатру - це більше, ніж просто перегляд фільму. Ви можете з'їсти свої улюблені закуски, коли ви виходите з дому, то вдихаєте свіже повітря. Netflix не може цього надати, тому я не думаю, що Netflix замінить кінотеатри." [24] Однак після детального аналізу цього коментаря і інших схожих за змістом на цій платформі слід зауважити, що люди скоріше мають на увазі емпіричний досвід пов'язаний з виходом з дому і досвід спільного перегляду. Що наблизить сприйняття кінотеатру в суспільстві до сприйняття театру. Але на мою думку, крім досвіду спільного перегляду і виходу з дому на стороні театрів ще й досвід отримання енергетики від акторів, розуміння унікальності і неповторюваності дійства, що відбувається на сцені, а також його обмеженість в часі (вистави йдуть тільки якийсь період, а якщо

повторюється, то з великою вірогідністю зміни акторського складу). Такої переваги в кінотеатрів немає, тому можна зробити висновок, що коронавірус для них став “початком кінця”. Звичайно під цим я не маю на увазі кінофестивалі. Адже їх цінність в суспільстві в першу чергу соціальна(знайомство з колегами по індустрії, воркшопи, пітчинги).

Крім отримання розваг вже безповоротно змінилась і споживацька культура їжі. Мова йде про доставку як готових страв, так і про покупки продуктів в магазині. Кількість міського населення невинно зростає плюс більшість жителів міст - це міленіали і представники покоління-Z. Для цих поколінь характерна увага до роботи і кар’єри, хатні справи, зокрема і приготування їжі відходять на другий план. Цьому сприяє і розширення площі міст. Тепер середньостатистичному жителю міста, аби “піти додому на обід” потрібно подолати чималу відстань, а з розвитком харчової сфери розрив між готовою стравою і продуктами зменшувався. Все сприяло зростанню споживацької культури "їжі за межами дому". З карантинними обмеженнями і закриттям закладів звичка отримувати готові страви без зайвих зусиль нікуди не зникла. Як наслідок з’явилась наступна статистика: "За оцінками сервісу Glovo, український ринок доставки виріс в 2020 році в 6-7 разів в порівнянні з минулим роком.”[25] Моделі поведінки в суспільстві прищеплюється досить швидко. Тому експерти зауважують, що люди звикли замовляти їжу додому і ріст цієї тенденції збережеться і після закінчення картину. Наразі сервіси роблять наступні прогнози: “В 2021 році швидка доставка готової їжі з ресторанів виросте ще в 3-4 рази за рахунок зростання цифрових сервісів “ [25], ”Триватиме зростання доставки з супермаркетів: в 6-8 разів. Багато ритейлерів і ресторатори будуть організовувати власні доставки.” [25], "Попит на доставку їжі та продуктів у 2021 році буде рости, навіть якщо пандемія закінчиться.” [25] Окрім способу отримання продуктів змінилось і відношення до їх споживання. Збільшився попит на товари для дому, адже люди стали проводити більше часу в своїх квартирах і будинках.

Пандемія і обмеження вивільнили багато часу і як наслідок люди почали набагато ретельніше піклуватись про своє фізичне здоров'я. Цей висновок можна зробити на основі статистичних даних про покупки певних категорій товару. Наприклад: "Ми бачимо сплеск до покупки спортивного інвентарю - від гантелей (+ 38% в березні в порівнянні з лютим 2020 року) до бігових доріжок і велотренажерів (+ 45% в березні в порівнянні з лютим 2020 року)" [26].

Багато людей також зазначають, що ця кризова і несподівана ситуація викликала у них багато негативних емоцій, тривог. Прикладом на підтвердження цього можуть бути коментарі наступного змісту: "Були дні піднятого настрою і негативного. Також бували випадки, коли я просто сидів в кутку і думав про своє минуле життя і починав плакати. Останнім часом я плачу щодня." [26] Можна зробити припущення, що дана ситуація пов'язана з різким зменшенням темпу життя, який в останнє десятиліття надзвичайно пришвидшився. А також з відчуттям невпевненості, яке з'явилося в суспільстві і вже було розглянуте в попередніх підпунктах. Під час пандемії у людей також з'явилась можливість проаналізувати, що і яким чином впливає на них і на їх ментальне здоров'я, приділити цьому питанню більше уваги. Зокрема з власних спостережень можу зауважити, що пандемія стала для мене поштовхом вперше піти на консультацію до психотерапевта. При тому цікаво, що як людина досить скептично налаштована стосовно онлайн-консультацій я цього разу адекватно поставилась до такої можливості. Надзвичайно цікаво, що в розвинутих західних суспільствах також постало питання: "Хто має нести відповідальність за МОЄ психічне здоров'я?". Результати опитування у Великобританії стали доволі неочікуваними. Британці в першу чергу покладають цю відповідальність на уряд і своїх роботодавців. При цьому саме роботодавці і працівники навчальних закладів за їх переконаннями все ж відіграють провідну роль. Фінансово захищені верстви населення, які очевидно мають доступ до якісної освіти і мають часовий ресурс, аби проводити аналіз впливів на них покладають відповідальність і на ЗМІ. "Компанії соціальних медіа несуть найбільшу відповідальність, на думку тих, хто стурбований своїм

психічним здоров'ям (40%), і відстають від постачальників медичних послуг та урядів, коли йдеться про надання більшої підтримки.”[27] Можна зробити припущення, що така статистика пов’язана ще збільшенням використання соціальних мереж, які в наш час також перетворились на ЗМІ. В першу чергу тому що ЗМІ також мають свої інформаційні канали у різноманітних соціальних мережах, а в другу чергу оскільки користувачі часто коментують певні новини на свої особистих сторінках, які бачать інші користувачі.

Підсумовуючи даний підпункт можна сказати, що з приходом COVID-19 наше життя з пришвидшеними темпами почало переходити в онлайн вимір, імовірно данні зміни будуть в майбутньому стануть причиною зникнення таких важливих центрів комунікації як кінотеатри, а також посприяють трансформації соціальних мереж і їх ролі в нашому житті.

Формування нової тілесності

У попередніх підпунктах вже зазначалось, що в суспільстві змінилось відношення до свого метального і фізичного здоров’я. Але також цікаво було б зрозуміти як пандемія вплинула на наш зовнішній вигляд і ставлення до нашого тіла. Головними змінами, які наразі можна прослідкувати є тілесності: масковий режим та підвищена увага до власної гігієни.

Медичні маски стали невід’ємною частиною нашого життя. На офіційному рівні запроваджено їх носіння в громадському транспорті, закладах харчування, лікарнях, державних установах і торгово-розважальних центрах. Запровадження маскового режиму в закритих місцях є цілком логічним і виправданим кроком держави. Адже: "Клінічні дослідження свідчать, що під час епідемії за постійного та правильного використання вони знижують ризик захворіти на повітряно-крапельну інфекцію на 60-65%.”[28] Однак найбільший парадокс полягає в тому, що ця статистика є дійсною виключно за умов правильного їх використання. Таке використання включає в себе наступні

умови: носити маску можна не більше двох годин, маска має закривати повністю ніс і рід, носити

маску потрібно білою стороною до поверхні обличчя, маски зроблені з тканини є малоефективними. За власними спостереженнями можу зауважити, що цих правил дотримується не більше десяти відсотків населення, а більшості держав відсутні механізми контролю даної ситуації. Все це породжує парадокс “імітації безпеки” і перетворює медичну маску з засобу особистого захисту на елемент одягу, і можна навіть зробити припущення свого роду - фетиш. Прикладом на підтвердження моїх слів може бути те, що весною 2020 року серед дизайнерів стався справжній масковий бум. Вони почали включати маски з тканини в свої колекції як елемент одягу. “...Марин Серр украсила его[захисний елемент] фирменным паттерном в виде полумесяцев и принтом «гусиная лапка» и дополнила аксессуаром подиумные образы”[29] Якщо розглядати маски в контексті соціальних мереж, то тут вони почали виступати певним символом епохи. Імовірно в майбутньому це стане певним індикатором цих років. В контексті цього слід розгнати наступні приклади: "Блогер Николь Райдман надела маску с узнаваемым логотипом французского бренда..."[29] На фото зображена блогерка в тканинній масці, фото професійно оброблені і очевидно мають на меті привернути до себе увагу не в контексті соціального маніфесту чи закликів до захисту, а в першу чергу у якості тренду. Це підкреслюють і коментарі під дописом. Нариланд: “Воу! Чудово виглядаєш в цій масці”, “   ”, а також “  ”. Що зайвий раз підкреслює, що маски сприймаються суспільством як “сезонний аксесуар”. Деякі дизайнери припускають можливість, що в майбутньому маски стануть невід’ємним аксесуаром, як наприклад окуляри, вони стануть частиною повсякденного образу.

Однак, на мою думку, це питання досить спірне. Зазвичай аксесуари, які залишаються в активному користування виконують певну функцію. Наприклад на сьогодні переважна більшість людей носить окуляри як засіб захисту очей від сонця, або через певні проблеми з зором. Те саме можна сказати і про

сумочки, вони в першу чергу виконують функцію зберігання речей. Звичайно можна згадати і про аксесуари на кшталт підвісок і сережок. Тут справді можна погодитись, що вони не несуть ніякої практичної користі, однак важливо зауважити, що вони й не перешкоджають ніяким звичним діям. Також носіння сережок і прикрас на шию тягне свою традицію з первісних племен, в яких вони часто виконували функцію оберегів і захисту від злих духів. На відміну від масок, які в первісних суспільствах виконували переважно ритуальну функцію і використовувались лише під час виконання цих самих ритуалів. Підтвердженням моїх слів може бути й коментар історика моди Меган Вертатенен: "У європейській культурі маска - ознака «Іншого», істоти потойбічного або просто небезпечного. Людини, чиє обличчя приховано, ми несвідомо сприймаємо як що викликає тривогу. Арлекін венеціанського карнавалу або ряджений ведмідь російських Святків підкреслено представляють «інший світ», нелюдський, ворожий ..."[30] Хоча в умовах COVID-19 маска - це в першу чергу символ безпеки, солідарності з загальноновстановленими правилами і вираження своєї турботи про здоров'я оточуючих людей, вона все ж не позбавилась шару вікових сенсів. До того ж вже згадувалось, що вона досить незручна у використанні(перешкоджає вільному диханню) і приховує міміку співрозмовника, що сприймається негативно в сучасному суспільстві, яке прагне до відкритості.

Далі спробуємо розглянути маски у вигляді фетишу. У цьому дослідженні мова піде саме про сексуальний фетишизм. Для початку розглянемо, що ж включає в себе це поняття. Сексуальний фетишизм (від секс і фетиш - ідолізм, сексуальний символізм, сексуальний парціалізм) - різновид сексуальної поведінки, при якому джерелом і стимулом для статевих потягів стають неживі предмети: одяг, взуття, речі, зроблені з певного матеріалу, частини тіла людини (волосся, руки, очі, ноги і т.д.) або аномалії частин тіла.[31] Згідно з визначенням предмет може або замінювати сексуального партнера, або ставати стимулом для сексуального потягу і ігор. Традиція використання масок в БДСМ досить давня і тут доречно розглянути її саме в контексті стимулу до статевих

потягу. Деякі люди стверджують, що маска для них це можливість змінити свою особистість. Щось на кшталт перетворитись в Бетмена або Супермена і таким чином вона сприяє дослідженню різноманітних сексуальних фантазій. Чудовим прикладом може бути Джаред - виробник латексних костюмів для сексуальних ігор. Його магазин називається Latex Bordello і саме в ньому він збуває товар. На початку карантину через переосмислення подій, які відбуваються в світі він зробив серію фотографій в латексних костюмах і противогазах. На фото персонаж в латексному костюмі і респіраторі виконує буденні хатні справи. Всі ці фото Джаред опублікував в Instagram. Сенси, які він закладав автор пояснює наступним чином: "Стерильний вигляд та відчуття латексу в поєднанні з сучасною функціональністю протигазів та гумових рукавичок виражають надмірну естетику цієї субкультури те, до чого ми всі можемо ставитися на певному рівні - блискуче відображення власної підвищеної пильності та індивідуальної ізоляції під час глобальної пандемії"[32] Проаналізувавши цей коментар можна зробити висновок, що COVID-19 став символом обмежень, серед деяких людей це відчуття сублімувалось з сексуалізацією таких предметів як маски і латексні костюми. Доказом на підтвердження моїх слів можуть слугувати й коментарі інших дизайнерів, які займаються фетиш-товарами. "Порівняно з 2019 роком, продажі зросли на 466% у 2020 році", - каже дизайнер Маріано Кортес із студії фетишу Busted"[33], "Кортес каже, що аксесуари, такі як латексні рукавички та маски, стали найпопулярнішими товарами серед споживачів."[33]

Також важливо зауважити, що маска стала символом, ідифікаційним кодом епохи коронавірусу. Це явище можна порівняти з образом чумного доктора(людина одягнена в довгий чорний плащ, з капелюхом на голові і маскою у вигляді пташиного клюва на обличчі). Для нас сьогодні цей образ - це одразу відсилка до епохи чуми на підсвідомому рівні, навіть з урахуванням того, що людина, яка бачить картинку може навіть не знати точного призначення костюму. Так на початку пандемії деякі художники почали переосмислювати класичні картини, домальовуючи на їх обличчях захисні

маски, а також змінюючи назви картин таким чином, аби знайти нові сенси, пов'язані з COVID-19. Прикладом може бути житель Стамбула Ертан Атай, який домалював медичні маски на автопортрети Ван Гога, Фріди Кало, Густава Клімта, Едварда Мунка та інших відомих художників. Цікаво, що маски на обличчях художників розмальовані у вигляді їхніх же картин. Що також формує певних персонажів, їх відношення до коронавірусу і робить з робіт свого роду каламбур.[34] На колажах такого роду і картинах символом виступали не тільки звичайні захисні медичні маски, але їх інші атрибути, які можуть легко зчитуватись і символізувати дану епоху. Так на інстаграм-акаунті "mehmetgeren" автор використав частину класичної фрески Мікеланджело "Створення Адама", а саме де дві руки персонажів намагаються пальцями торкнутись одна одної і за допомогою графіки наклав на них резинові захисні рукавички.[35] З коментарем: "найкращий підпис виграє друк" і хештегом "корона". Тим самим залучаючи свою аудиторію також переосмислити через ці предмети ситуацію з пандемією. Проаналізувавши коментарі наступного змісту: "Китайська каплиця", "Безпека в першу чергу", "Соціальний клуб", "Не чіпай це!" можна зробити висновок, що коронавірус у людей в першу чергу асоціюється з Китаєм(вище вже було описане явище з появою ксенофобних настроїв в західному соціумі) та потребою ізоляції, що також звично підкреслює і сам зміст твору. Цікаво, що на відміну від попереднього автора персонажі картин не виступають героями, і сенси оригінального твору ніяким чином не впливають на колаж. Автор навпаки використовує тільки частину класичної картини, йдучи від контексту і залишаючи лише фрагмент, який може створити смішний каламбур. Публікація зроблена в березні 2020 року.

Однак переосмислення COVID-19 через маску, як символ епохи залишається актуальним і сьогодні. Для прикладу використаєм фотографію того самого автора, яка була опублікована в квітні 2021 року. На малюнку зображена темношкіра сім'я(скоріш за все це мама, тато і син), на яких немає зовсім ніякого одягу, окрім білих респіраторів на їхніх обличчях.[36] Поруч з фотографією автор зробив підпис: "У сучасному світі - сімейний портрет. У

сучасному світі ми живемо складній ситуації і спогадах. У майбутньому, коли ми озирнемось назад, ми не будемо пам'ятати дні, ми будемо пам'ятати моменти.” Аналіз роботи яскраво говорить про те, що окрім того, що респіратор/маска вже став символом коронавірусу, в соціумі починає з'являтися відчуття можливості майбутнього після COVID-19, а також важливості аналізу цієї катастрофи і переосмислення її для подальшого розвитку людства. Важливість розуміння цього досвіду автор підкреслює в описі роботи: ”...ми не будемо пам'ятати дні, ми будемо пам'ятати моменти“, що означає, що досвід швидко забувається і залишається в наших спогадах лише точковими моментами. А також можна зробити припущення, що автор переосмислює тілесність, адже герої зображені повністю оголені, але в той же час на малюнку відсутні геніталії і чітка промальовка грудей, також в захисних приладах на їх обличчях відсутнє скло для очей, що не дає глядачу можливості ідентифікувати чітко героїв. В той же час як респіратори на їх обличчях зображені деталізовано. Можна зробити припущення, що автор хотів показати: “сьогодні тілесність відходить на другий план, це епоха без облич”.

В контексті даного підпункту було б цікаво також розглянути, як з проявою ізоляції і вільного часу люди почали переосмислювати своє тіло через мистецтво. Прикладом може бути флешмоб, який запустив музей Гетті, Лос-Анджелес весною 2020 року. Умови флешмобу були наступними: обрати улюблений витвір мистецтва, взяти три речі, які знаходяться в вашому домі і за допомогою цих речей відтворити витвір мистецтва. Багато людей по всьому світу підтримали цей флешмоб. Можна зробити припущення, що для людей такого роду флешмоби стали способом подолання психологічної кризи, пов'язаної з коронавірусом і карантинном. Більшість робіт виглядає кумедно і відношення авторів до своїх витворів також жартівливе. Наприклад користувач соціальної мережі Твітер @kasahara_mei вирішив скопіювати полотно Андреа Матенья “Святий Севастіан”[37] і залишив під ним наступний коментар: "разом з Оленою @hitsuqi в умовах ізоляції ми плещемо бурхливою фантазією та ідеями. Ось сьогодні раптом вирішили, що потрібно допомогти всім, хто,

сидячи вдома, нудьгує по виставках і музеях. Так що, тримайте "музей йде до вас". Не питаєте де оригінал"[37]. У відповідь цей твіт отримав майже чотири тисячі лайків і близько дев'яноста коментарів. У коментарях користувачі підтримали флешмоб і почали надсилати свої фото, які копіювали відомі полотна. На мою думку, крім того, що така комунікація є способом подолати стрес, це також стало методом за допомогою, якого соціум намагався імітувати суспільні заходи, які в умовах карантину стали неможливими. Переважно викладаючи такі фото користувачі очікували отримати зворотній зв'язок, що давало їм можливість зменшити відчуття ізоляції. Цікаво, що це також стало можливістю екзаменації свого тіла(адже необхідно було повторити певну позу), дослідженням тканин і предметів на відомих полотнах, а як наслідок дослідженням простору навколо себе у пошуках відповідників в своєму домі.

Вище вже зазначалось, що маска з приходом COVID-19 почала символізувати безпеку. Тут важливо було б зауважити, що крім безпеки вона стала символом боротьби і героїзму. Через неочікувані масштаби пандемії медичні системи всіх країн виявились абсолютно неготовими до ситуації, яка склалась. Прикладом, як не дивно, може слугувати одна з найрозвинутіших країн світу - США: "Якщо до цього ще додати, що в США кількість лікарняних ліжок на 1000 жителів скоротилася з 8,0 в 1970 р до 2,8 в 2017 р, а чисельність лікарів на 1000 жителів майже в 1,5 рази поступається середньому рівню в ЄС , то цілком зрозумілі ті значні втрати, яка несе країна від коронавірусної пандемії." [308, с.13]. Як наслідок багатьом лікарям довелося працювати понаднормово, довго не бачити свої сім'ї, жертвувати своїм здоров'ям, а іноді і життям. Поширенню такого символу в першу чергу сприяли художники і засоби масової інформації. Наприклад діджитал-художник з ніком bosslogic з Австралії запустив в Instagram новий челендж #TakeMyMask, на його роботах зображена рука супергероїв Марвел, яка передає свою героїську маску руці в медичній рукавичці, тобто лікарю[38]. Тут йде гра сенсами, тобто COVID-19 сприяв новій хвилі романтизації професії лікаря. Іншим прикладом може слугувати

робота відомого вуличного художника “Game changer”(“Той, що поміняв гру”), на якій зображений маленький хлопчик, який грається іграшкою у вигляді

медичної сестри, яка одягнена в плащ, позаду хлопчика розташований сміттєвий бак з супергероями[39] Якщо продовжувати тему медичних маски, як символу героїзму і боротьби прикладом може виступити робота інстаграм-користувача під ніком *abhilash.lad.nayak*. На малюнку зображена рука відомого персонажа всесвіту Marvel Лікаря Стенджа, який передає медичну маску земному лікарю[40]. Ще одним прикладом може слугувати поява в Інтернеті статей з заголовками на кшталт “Герої за масками”, або “Хто ці герої за масками?”.

Однак парадоксальним залишається той факт, що незважаючи на введення макового режиму в більшості країн світу і незважаючи на те, що маска стала предметом нашого щоденного ужитку, вона досі не проникла у масову візуальну культуру. Зокрема мова йде про повнометражні, короткометражні фільми, відеорекламу, музичні відео та серіали, які були створені випущені впродовж 2020 - 2021 років. Прикладом на підтвердження моїх слів може слугувати кіноафіша великої мережі кінотеатрів Multiplex.[42] В жодному фільмі з представлених в прокаті герої не носять медичні маски, незважаючи на те, що крім історичних картин в переліку наявні й історії про сучасність. На сьогодні кінематограф став одним з найвпливовіших мистецтв, він замінив місце літератури і став дзеркалом епохи. І цікаво, що автори досі бояться відображення медичної маски в цьому дзеркалі. Можна зробити припущення, що це зумовлено, тим, що більшість людей переконано в тимчасовості COVID-19 і змін, які він несе. До того ж процес кіновиробництва тривалий від знімального періоду до прокату може пройти рік. А в умовах нестійкості світу ніхто не знає чи будуть актуальними маски через рік.

Окремо слід розглянути питання про те як змінилось відношення людей до гігієни. З початком пандемії засоби масової інформації активно почали пропагувати антисептичні засоби, регулярне миття рук і навіть носіння захисні

рукавичок. Незважаючи на те, що резинові рукавички можна було зустріти на людях тільки на початку пандемії, антисептичні засоби досить щільно увійшли в щоденний ужиток більшості людей. Прикладом на підтвердження моїх слів може бути наступна статистика: "Згідно з отриманими результатами дослідження, пандемія змінила гігієнічні звички як мінімум 2/3 росіян. Зокрема, 90% росіян стали частіше мити руки, а використання дезінфікуючих та антибактеріальних засобів увійшло в побут практично для 85% людей." [41] Для багатьох людей антисептики і миття рук стало ритуалом, який може певним чином гарантувати безпеку і захист. І на відміну від страху перед вакциною страху перед такими засобами ні в кого немає.

З іншого боку цікаво, що на гігієну загалом COVID-19(а особливо самоізоляція) вплинули в кардинально іншому напрямку. Люди почали менше приймати душ, мити голову і рідше використовувати дезодоранти. Адже в першу чергу до прискіпливої гігієни нас спонукають соціальні стандарти. В умовах коли все більше доводиться працювати з дому, а робота закладів харчування "на виніс" унеможлиблює зустрічі з друзями єдиною мотивацією для догляду за собою залишається особистий комфорт. Який звісно потребує набагато менше уваги ніж відповідання соціальним стандартам. Прикладом на підтвердження моїх слів може слугувати дослідження, проведене [Guardian](#). Зокрема для розгляду є цікавим коментар британця Джека, який був змушений самоізолюватися через підозру на ковід: "Я приймаю душ, лише якщо мені потрібно вийти з дому. В мене є відчуття, що моя шкіра стала набагато здоровішою" [43] А "Опитування державного ресурсу YouGov показало, що у лютому 17% британців менше милися в душі, майже третина рідше одягала чистий одяг, і чверть рідше мила волосся." [43] За статистикою впали і продажі таких товарів як: шампунь для волосся, гель для миття тіла та дезодорантів. Ці зміни прослідковуються й візуальній Інтернет-культурі. Можна зустріти багато мемів на яких висміюється особиста гігієна під час карантину. Наприклад картинка на лівій стороні якої темношкіра жінка з яскравим макіяжем, укладкою і надписом "я в офісі", а на правій темношкіра жінка, з розтріпанним

волоссям з надписом “я під час віддаленої роботи на карантині”. Або картинка, де чоловік їде з мохнатим монстром на машині з підписом “чоловік везе мене після карантину на нігітки, шугарінг і до парехмахера”.[44] Однак тут також слід зауважити, що зменшення уваги до свого зовнішнього вигляду може бути пов’язаним з психологічним станом людини.

Підсумовуючи варто сказати, що ковід однозначно сприяв зміщенню точок уваги суспільства від “зовнішнього” до “внутрішнього”. Чи на довго такі зміни залишаться з нами? Це поки залишається питанням. Однак одні зміни(збільшення кількості доставок і роботи з дому) тягнуть за собою інші, тому відповідь на це питання з кожним днем наближається до позначки “так”.

Зміна обличчя міст

Сьогодні міське населення неупинно зростає, а епоха сіл і селищ відходить в історію. Так: "За оцінками ООН, чисельність міського населення світу в 2018 році досягла 4,2 мільярда чоловік, або 55% від загальної чисельності світового населення.”[45] А зі змінами, які відбулись в умовах COVID-19 в повсякденному житті людей і були описані вище має змінитись і середовище їх існування. Найлегше ці зміни прослідкувати саме на прикладі міст. Загалом коронавірус далеко не перша пандемія, яка спливає на міста. Наприклад спалахи холери, які активно відбувались в дев’ятнадцятому столітті призвели до появи таких парків як: Центральний парк у Нью-Йорку, Гайд-парк у Лондоні чи Булонський Буа в Парижі. Це було зумовлено потребою у соціальному дистанціюванні та вирішенням проблеми заторів. Вірус дав нам задуматись про недоліки наших міст і знайти вирішення цих питань. Чудовим прикладом може бути Мілан - одне з найбрудніших міст світу. Над італійською провінцією вже давно нависає проблема забрудненого повітря(це зумовлено географічним положенням: гірські хребти навколо міста не дають можливості смогу швидко розсіятись). Тому було прийнято наступне рішення: "Чиновники вирішили пожертвувати 35-ма кілометрами автомобільних доріг, щоб розширити

пішохідні зони і велодоріжки.”[46] Таке рішення було не безпідставним. Згідно статистики вчені висунули припущення, що захворюваність на коронавірус може бути напряду пов'язано з ступенем забруднення населеного пункту. Висновок досить логічний, враховуючи те, що вірус передається повітро-крапельним шляхом. Тут буде доречно навести статистику: "78% випадків смертей від Covid-19 в Європі сконцентровані в п'яти найбільш забруднених районах материкової частини регіону, підрахувала команда дослідників з німецького Університету Мартіна Лютера”[46]

Крім усвідомлення екологічних проблем такі наслідки коронавірусу як: закриття громадського транспорту, перехід закладів харчування на режим роботи “на виніс” та дистанційна робота/навчання змусили жителів міст все більше часу проводити в межах свого району, досліджуючи околиці. З особистих спостережень можу зазначити: до пандемії не проявляла особливого інтересу до парку, що знаходиться поблизу мого будинку, однак сидіння в "чотирьох стінах" і відсутність альтернатив збільшило кількість моїх прогулянок в ньому. З часом я почала і дослідження жилих околиць і як наслідок відкрила для себе багато цікавої архітектури, а також в моїй голові сформувалась “мапа” місцевості в якій я живу. До пандемії складалось враження “містка” між квартирою в якій я живу і центром міста в якому проходить більшість соціального життя. Цікаво те, що мій досвід не одиничний схожі відчуття мені описували мої друзі і колеги. Подібними враженнями ділиться і житель Парижу науковий керівник і професор, що спеціалізується на складних системах та інноваціях в Паризькому університеті Пантеон-Сорбонна: "Багато людей ніколи раніше не відвідували магазини поруч з їхніми будинками, бо були зайняті. Вони не знали ні своїх сусідів, ні парків поблизу. Пандемія змусила нас це виявити. Ми знову відкрили місцевість, і це покращило якість життя”[47] В контекст цього питання чудово вписується і модель п'ятнадцятихвилинного міста, згідно з якою все необхідне для жителя цього міста знаходить в межах п'ятнадцяти хвилин хотьби. Зокрема такий підхід став основою передвиборчої кампанії мера Парижа, Анни Ідальго.

Відповідно до концепції: "У 15-хвилинних містах кожен район повинен виконувати шість соціальних функцій: жити, працювати, забезпечувати, піклуватися, вчитися та насолоджуватися".[47] Як наслідок жителі одного району мають стати ближчими і зміцнити свої соціальні зв'язки. Хоча є й критика цього концепту, згідно з якою така практика може збільшити фінансову і етнічну нерівність між районами. А як ми знаємо головною перевагою міста, а зокрема і його центру є можливість комунікації між різними прошарками населення.

Варто також зауважити, що навіть з відкриттям громадського транспорту кафетеріям, барам і закладам громадського харчування всеодно доводилось вирішувати питання посадки своїх гостей. На вулиці Гертруди, Мельбурн це було питання було вирішено побудовою тимчасових дерев'яних платформ на території паркувальних місць. Ці платформи призначені для розміщення столиків з відвідувачами на свіжому повітрі [48]. Також столики почали розміщувати прямо на тротуарах таким чином, що між ними можуть проходити пішоходи. З власних спостережень можу зауважити, що схожа практика наявна і в Києві. Зокрема мова йде про торговий центр "Arena City" в якому знаходиться багато закладів громадського харчування. Деякі з них наприклад "I'm burger" розмістили свої столики прямо на тротуарі таким чином, що між рядами столиків залишили прохід для пішоходів. Фактично аби пройти по тротуару, необхідно пройти крізь ряд столиків з дистанцією менше одного метра до людей, які їдять. З одного боку таке рішення насичує атмосферу центру, однак з іншого створює значні незручності для пішоходів. Через таку позицію на тротуарі часто утворюються "короки з людей", а гігієнічність прийому їжі в такому місці падає в рази. Ну й звичайно варто врахувати, що для кожного міста доцільність терас буде відрізнятись через відмінну структуру тротуарів і їх широти.

Крім велодоріжок і терас постало питання й відносно зелених зон міста. Я вже вище зазначала, що люди почали все більше відвідувати парки поблизу своїх будинків. В часи коронавірусу і шаленого стресу паркові зони - стали

порятунком для жителів міст. Про це свідчать наступні коментарі і пошукаві запити австрійців в соціальних мережах. Серед них можна зустріти наступні: “Природа буквально стала моїм рятівником у 2020 році. Я навіть купила перепустку в національні парки, тому що відвідувала парки так часто, щоб очистити свої думки.”[49], “Закриття виявилось замаскованим благом. Це навчило мене, що все може змінитися в одну мить, і ми можемо скаржитися, хрипити і скуголити, або ми можемо адаптуватися. Це дало мені розуміння, що мої тренування до COVID були жорсткими, а також в них був відсутній важливий компонент - щадні прогулянки на природі”[49]. Після аналізу такого роду коментарів можна зробити висновок, що пандемія не просто вплинула на поведінкові звички міщан, а прямим чином впливає на їх територіальне існування в місці. Такі запити епохи можуть в майбутньому вигати від влади фітбеку у вигляді розширення площі зелених насаджень в містах. Цікаво прикладом зріст зацікавлення природою може бути наступна статистика: "Загалом Pinterest, який має 7 мільйонів унікальних відвідувачів щомісяця в Австралії та Новій Зеландії, зафіксував 160-відсоткове збільшення кількості пошуків "життя на свіжому повітрі" у серпні 2020 року порівняно з серпнем 2019 року.”[49]

Хоча варто зауважити, що уряди деяких міст вже активно відповідають на ці потреби. Зокрема в Австрії вже розробили проект парку з соціальним дистанціюванням. Парк побудований особливим чином. Він розділений високими зеленими насадженнями на окремі доріжки для прогулянок. Це дає можливість відвідувачам парку дистанціюватись один від одного, але в той же час люди можуть чути один одного крізь ці зелені насадження, що усуває відчуття ізоляції. До того ж голова студії-розробника Кріс Прехт зазначає: "Кожна стежка має обмежувач на вході і виході, який вказує, зайнята доріжка або вільна.”[50] Важливо зауважити, що парк був розроблений для Вєни, однак за словами авторів за потреби може бути адаптованим до будь-якого міста.

В цьому контексті було б також цікаво розглянути можливі зміни в архітектурі міст. На данному етапі зміни можна побачити хіба що у вигляді прозорих

пластмасових перегородок перед касами магазинів і розмежовувальних наліпок у громадському транспорті, однак дизайнери вже роблять припущення про те наскільки COVID-19 врешті вплине на архітектуру. Зокрема очевидно, що цінність “мобільності” архітектури зростатиме. Пандемія ще раз підкреслила нестійкість світу, а потреба за лічені тижні будувати нові госпіталі нагадала про те, що виживають не найсильніші, а найбільш адаптивні. Зокрема керівник Sprasescube Марк Девіс завівав: "Тому заздалегідь спроектована інфраструктура для швидкого розгортання, яка є переміщуваною та преміум-класом, викликає великий інтерес".[51] Дозволю собі також зробити припущення, що в майбутньому все більшої популярності набиратиме скло і органічна платмаса. Прикладом може бути Мельбурн і тимчасові тераси про які я вже згадувала вище. Вони побудовані таким чином, аби їх швидко можна було розібрати, а верхня частина їх стін зроблена зі скла. Інший приклад - так званий “тепличний театр”, спроектований Стівеном Мітчеллом Райтом. Це фактично скляні кабінки в яких перебувають глядачі театру групами зі своїми знайомими.[51] На мою думку, це досить цікаве рішення адже дійсно частково вирішує питання соціального дистанціювання і в той же час за рахунок прозорості всієї кабінки люди не відчують себе обмеженими. Однак, на мою думку, імовірність того, що така архітектура увійде в постійний ужиток досить низька. Адже театр - це впершу чергу видоше, яке потребує енергетичного контакту з глядачем і між глядачами, що є неможливим за таких умов.

Однак з більшою імовірністю можуть відбутися зміни в просторі офісів. Це зумовлено збільшенням кількості робітників, що працюватимуть віддалено. Про це каже генеральний директор стратегії та замовників комерційної власності компанії Mirvac Пол Едвардс: "Офіс перестане бути рядами, і рядами парт для роботи, орієнтованих на завдання. Мова йде про приміщення, де відбуватиметься співпраця та невимушена взаємодія"[51] Таким чином є імовірність змін призначення приміщень і загалом сприйняття роботи. У минулому залишиться ціла епоха “офісного життя”. В якому формувався свій мікросоціум, з певними зв'язками між робітниками, традиціями і правилами.

Такі зміни можуть позначитись в цілому на взаємозв'язках у суспільстві, є імовірність, що виникнуть нові форми комунікації. Але звичайно на данному етапі можна робити тільки припущення.

Незважаючи на те, що сьогодні міста відіграють провідну роль в нашому суспільстві не слід забувати й про села. Особливо варто звернути увагу на те, що коронавірус сприяв відтоку жителів міст в села. Основними двома причинами такої тенденції стали: вищий ризик зараження в містах і збільшення кількості віддаленої роботи(яка потребує більшої площі житла для організації робочого місця і не потребує прив'язки до офісу в місті). Підтвердженням моїх слів може бути наступна статистика: "В недавньому опитуванні майже половина всіх дорослих американців заявила, що воліють жити в маленькому містечку чи сільській місцевості в 2020 році. Це на 9% більше, ніж у 2018 році, коли лише 39% респондентів сказали те саме." [52]. Схожа тенденція прослідковувалась і в Росії, принаймні на час карантину. "Так, за даними МТС, в період з 25 березня по 8 квітня понад 15% їхніх абонентів з числа жителів Москви вирішили перечекаати період самоізоляції за межами міста: 79% з них попрямували в Підмосков'ї, 21% - в інші регіони країни."

Підсумовуючи даний підпункт варто зробити висновок, що будь-яке місто - це живий організм, який змінюється відповідно до викликів часу і потреб його жителів. COVID-19 не став винятком. Він однозначно вплине на інфраструктуру міст, специфіку роботи закладів харчування, архітектуру і інтер'єр. Деякі процеси тільки почнуться, а деякі були вже закладені і пандемія тільки посприяє їх пришвидшенню. Однак наслідки це буде мати ми зможемо побачити тільки з часом.

ВИСНОВКИ

Пандемія COVID-19 триває вже більше року. За цей час з медичної проблеми вона перетворилась в соціальну і політичну. В цьому дослідженні я досягла своєї мети а саме: в загальних рисах описала епідемію COVID-19 і історію її

виникнення, визначила зміни, які пандемія привнесла в суспільне життя, проаналізувати, як ці зміни вплинули на світосприйняття людей і їх тілесність.

В ході дослідження я прийшла до певних висновків. З появою коронавірусу в суспільстві з'явилося відчуття нестійкості світу, більшість людей перестало будувати довгострокові плани, як результат на перший план вийшла необхідність брати відповідальність за свій й соціальний захист і захист сім'ї на себе. Загострилось також питання ксенофобії західного суспільства по відношенню до представників східних країн, водночас COVID-19 проявив зміщення світового центру з Заходу на Схід. Світ в один момент відійшов від політики глобалізації і звернувся до закритих кордонів. Ця ситуація підкреслила також кризу наявних державних систем, інституцій і лідерів в світі. COVID-19 сприяв пришвидшенню діджиталізації суспільного життя, а це у свою чергу відкрило можливість для змін робочій, навчальній і споживчій сферах. На фоні страху зараження у людей з'явилося нове відношення до своєї тілесності і простору в якому вони існують. Змінились гігієнічні практики, людство почало переосмислювати структуру міст в яких ми живем. А також відбувся активний відтік громадян з міст у села.

Якщо взяти до уваги всі зміни, які описані в цій роботі і ті, які не ввійшли в дослідження, то можна зробити висновок, що COVID-19 скоріш СИМУЛЮЄ враження “нової, зміненої реальності”. Насправді ж пандемія скоріше ВИЯВИЛА, ті зміни, які вже мали свій початок або їх пришвидшила. Хоча не можна заперечувати, що деякі практики взяли свій початок саме в цю епоху.

Так чи інакше коронавірус вплинув на світогляд, тілесність всього людства і в нас є унікальна можливість стати свідками цього соціального світового експерименту. Зміни вже відбулись, однак їх наслідки ми побачим тільки в найближчі десятиліття. Тому поки нам залишається тільки спостерігати і тримати руку на пульсі.

Список використаної літератури

1. Пандемія коронавірусної хвороби 2019 : історія змін. *Wikipedia* : веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/w/index.php?> (дата звернення: 05.05.2020)
2. Coronavirus disease (COVID-19). *World health organization* : веб-сайт. URL: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19> (дата звернення: 05.05.2020)
3. Хвороба, яку спричинює вірус Ебола. *Wikipedia* : веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 10.05.2020)
4. Вингфілд-Хейз Р. *Би-би-си*. 2020. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-53532829> (дата звернення: 11.05.2020)
5. Петиция за отмену Олимпиады в Токио собрала 350 тысяч подписей. *Sport-express* : веб-сайт. URL: <https://www.sport-express.ru/olympics/tokyo2020/news>
6. Veltheim H. *FUTURES PLATFORM*. 2020. URL: <https://www.futuresplatform.com/blog/pandemics-impact-generation-z>
7. Resources for supporting children's emotional well-being during the COVID-19 pandemic. *Coronavirus disease (COVID-19)* : веб-сайт. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/en/stories/resources-supporting-childrens-emotiona>

8. США потребовали от Китая оплатить ущерб от коронавируса всему миру.
Mail.ru : веб-сайт. URL:<https://news.mail.ru/politics/41863255/>

9. Осипова, А. Ю. Архипова, Е. С. Зотовой. Коронованная пандемия и зачарованный мир : монография. Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. 408 с.

10. The virus of fear and anxiety: China, COVID-19, and the Australian media. *Sage journals* : веб-сайт. URL:<https://journals.sagepub.com/>

11. Пандемия и закрытые границы: страдают беженцы и мигранты. *Sage journals* : веб-сайт. URL: <https://news.un.org/ru/story/2021/04/1400472>

12. ТСН перевірила нічні клуби на дотримання вимог карантину. : веб-сайт. URL: <https://www.facebook.com/watch/?v=266692274550664>

13. Сергеева Ю. Как COVID-19 изменил интернет и нас — соцсети и онлайн-ритейл после пандемии. *Web-canape*. 2020. URL:<https://www.web-canape.ru/business/kak-covid-19>

14. Вернетесь ли Вы в офис в случае послабления карантина, но сохранении угрозы коронавируса? *Forums*. 2020. : веб-сайт. URL: <https://dou.ua/forums/topic/30306/>

15. Кронштадтская Д. Вирусные изменения: как пандемия приблизила неизбежное будущее. *Ведомости&*. 2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020>

16. Kantrowitz A. Twitter Will Allow Employees To Work At Home Forever. *Buzzfeednews*. 2020. URL:
<https://www.buzzfeednews.com/article/alexkantrowitz/twitter-will-allow-employees>
17. How the creative manufacturing and handmade sector can craft a post-COVID-19 future. *World forum economics*. 2021. : веб-сайт. URL:
<https://www.weforum.org/agenda/2021/06/creative-manufacturing-handmade-sector-growth/>
18. Люди, которые провели карантин в полном одиночестве. Каково это прожить два месяца взаперти с самим собой? *The Village*. 2020. : веб-сайт. URL: <https://www.the-village.ru/people/people-city/382023-karantin>
19. Сергеева Ю. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год — цифры и тренды в мире и в России. *WebCanape*. 2021. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej>
20. Tinder и Co в эпоху коронавируса: как карантин изменил правила онлайн-знакомств. *Made for minds*. 2020. : веб-сайт. URL:
<https://www.dw.com/ru/tinder->
21. Від чого зимно літнім людям. *Національна академія медичних наук України*. 2020. : веб-сайт. URL: <http://amnu.gov.ua/vid-chogo-zymno-litnim-lyudyam/#>
22. Rodriguez A. Texas' lieutenant governor suggests grandparents are willing to die for US economy. *USA TODAY*. 2020. URL:
<https://www.usatoday.com/story/news/nation/2020/03/24/covid-19-texas-official-suggests-elderly-willing-die-economy/2905990001/>

23. Gilsenan N. The biggest COVID-19 trends that are here to stay. *GWI*. 2021. URL: <https://blog.gwi.com/chart-of-the-week/covid-19-trends-here-to->
24. Will Netflix replace going to the cinema in the next 10 years? *Quora*. 2020 : веб-сайт. URL: <https://www.quora.com/Will-Netflix-replace-going-to-the-cinema-in-the-next-10-years>
25. Канапенко О. Итоги-2020. Как в пандемию развивались службы доставки. *Ain*. 2020. URL: <https://ain.ua/2020/12/18/itogi-2021-kak-razvivalis-sluzhby-dostavki/>
26. How is your mental health during quarantine? *Quora*. : веб-сайт. URL: <https://www.quora.com/How-is-your-mental-health-during-quarantine>
27. Coronavirus Research. Series 8: Health. *GWI*. 2020. URL: [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Health%20\(Release%208\).pdf?_ga=2.195649962.740003653.1621767587-1098257495.1621767587](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Health%20(Release%208).pdf?_ga=2.195649962.740003653.1621767587-1098257495.1621767587)
28. Використання масок під час епідемії. *Сумський санаторний ДНЗ №24 «Оленка»*. 2020. : веб-сайт. URL: <https://sumskij-sanatornij-dnz-24.webnode.com.ua/news/vikoristannya-masok-pid-chas-epidemiji/>
29. Малютин А. Мода на коронавирус: как медицинские маски стали популярным аксессуаром. *Стиль*. 2020. URL: <https://style.rbc.ru/items/5e5f9e619a7947b37676fcee>
30. Осинская И. Маски-шоу: символ пандемии проник в мировую моду. *Ведомости*. 2020. URL:

<https://kp.vedomosti.ru/deluxe/article/2020/09/21/840619-v-zakritom-rezhime#/galleries/140737494958836/normal/1>

31. Сексуальный фетишизм. *Wikipedia*. веб-сайт. URL:

<https://ru.wikipedia.org/wiki/>

32. Rose N. Photos of the Kink Community Making the Most of Quarantine. *Vice*.

2020. URL: <https://www.vice.com/en/article/5dm8y5/photos-of-the-kink-community-making-the-most-of-coronavirus-quarantine>

33. Cuen L. What are you willing to wear on your next Zoom? Fetish fashion is on the rise. *Los Angeles Times*. 2020. URL:

<https://www.latimes.com/lifestyle/story/2021-04-12/covid-19-la-fetish-fashion-designers-thriving>

34. failunfailunmefailun. *Instagram*. : веб-сайт. URL:

https://www.instagram.com/p/B-98fvQjbAU/?utm_source=ig_web_copy_link

35. mehmetgeren. *Instagram*. : веб-сайт. URL:

https://www.instagram.com/p/B9XAvtFn3M_/?utm_source=ig_web_copy_link

36. mehmetgeren. *Instagram*. : веб-сайт. URL: [https://www.instagram.com/p/CN-](https://www.instagram.com/p/CN-k4fNnECm/?utm_source=ig_web_copy_link)

[k4fNnECm/?utm_source=ig_web_copy_link](https://www.instagram.com/p/CN-k4fNnECm/?utm_source=ig_web_copy_link)

37. kasahara_mei. *Twitter*. : веб-сайт. URL:

https://twitter.com/kasahara_mei/status/1244596469560233984?s=20

38.bosslogic. *Instagram*. : веб-сайт. URL:

https://www.instagram.com/p/B_77yrEp7Fv/?utm_source=ig_web_copy_link

39.banksy. *Instagram*. : веб-сайт. URL:

https://www.instagram.com/p/B_2o3A5JJ3O/?utm_source=ig_web_copy_link

40.digitalspy. *Instagram*. : веб-сайт. URL:

https://www.instagram.com/p/CAM1FTzn4dl/?utm_source=ig_web_copy_link

41.Компании Essity представляет результаты исследования влияния пандемии на отношение людей к гигиене. *Essity*. 2020. URL:

https://www.essity.ru/media/press-information/press-release-company_essity-presents-the-results/

42.Multiplex. : веб-сайт. URL: <https://multiplex.ua/ru/cinema/kyiv/prospect>

43.Hood L. Coronavirus: why changing human behaviour is the best defence in tackling the virus. *The conversation*. 2020. URL:

<https://theconversation.com/coronavirus-why-changing-human-behaviour-is-the-best-defence-in-tackling-the-virus-134500>

44.30 самых смешных мемов про карантин, которые мы собрали в интернете.

Wi-fi-ru. : веб-сайт. URL: <https://wi-fi.ru/news/0pDFju5vTd53-30-samyh-smeshnyh-memov-pro-karantin-kotorye-my-sobrali-v-internete>

45.Просвинова О. Новый урбанизм. Как коронавирус изменит облик больших городов. *Русская служба Би-би-си*. 2020. URL:

<https://www.bbc.com/russian/features-52653452>

- 46.Просви́рова О. Новый урбанизм. Как коронавирус изменит облик больших городов. *Русская служба Би-би-си*. 2020. URL:
<https://www.bbc.com/russian/features-52653452>
- 47.Yeung P. A new urban planning model will change the French capital – and could provide a template for how to create stronger local communities and make residents happier. *BBC*. 2021. URL:
<https://www.bbc.com/worklife/article/20201214-how-15-minute-cities-will-change-the-way-we-socialise>
- 48.Eddie R. Gertrude Street locals don't want council to call time on 'garden party'. *The age*. 2020. URL: <https://www.theage.com.au/national/victoria/gertrude-street-locals-don-t-want-council-to-call-time-on-garden-party-20201117-p56fb3.html>
- 49.Gillezeau N. Big data shows nature is having a pandemic renaissance. *Financial review*. 2020. URL: <https://www.afr.com/technology/big-data-shows-nature-is-having-a-pandemic-renaissance-20200917-p55wnk>
- 50.Хатеева Ю. В Австрии хотят создать парк, где люди смогут гулять на безопасном расстоянии. *Билетикаеро*. 2020. URL:
https://www.biletik.aero/handbook/novosti/novosti-turizma/v-avstrii-khotyat-sozdat-park-gde-lyudi-smogut-gulyat-na-bezopasnom-rasstoyanii/?utm_source=biletik&utm_medium=link&utm_content=in_text
- 51.Патриарх Кирилл увидел в коронавирусе «Божий промысел». *Фонтанка.ру*. : веб-сайт. URL: <https://www.fontanka.ru/2020/04/12/69086845/>
- 52.Roper W. COVID-19 is pushing Americans out of cities and into the country. *World economics forum*. 2021. URL:

<https://www.weforum.org/agenda/2021/01/rural-life-cities-countryside-covid-coronavirus-united-states-us-usa-america/>