



# Котиков вам в ленту



Сергей  
ГОЛУБИЦКИЙ  
специально  
для «Новой»

Snapchat, самая популярная среди молодежи и звездной части человечества социальная сеть, довела алгоритмы распознавания лиц до совершенства и теперь находит на фотографиях морды котов! Раньше этой сложной в техническом отношении процедуре поддавались только люди и некоторые породы собак (видимо, на людей похожих).

300 миллионов пользователей Snapchat ликуют: на их любимых питомцев теперь тоже распространяются эффекты дополненной реальности (augmented reality) — волшебного конька, обеспечившего этой социальной сети триумфальное шествие по планете. Представьте только: котиков можно будет украсить вытекающей изо рта радугой, заячими ушками, розовыми очками, хлебным тостом и даже штукатурным макияжем стареющего кинелона — точь-в-точь как и самих хозяев. Разве не прелест?

Представил на миг: а что, если технология Snapchat доберется до Facebook, и френдленты наполнятся дополненно реалистичными фотографиями местных котиков? Представил и содрогнулся: оскорбление нравов, свирепствующих в социальной сети Цукерберга, может оказаться похлеще precedents, зафиксированных в «Нормах сообщества» («мы запрещаем размещать изображения обнаженной женской груди, на которых присутствует сосок, однако при этом допускаем публикацию подобных изображений, если на них запечатлены акты протеста»).

В фейсбуке котики неприкосновенны. Они священны, а дополненная реальность — возмутительное оскорблениe местных правил поведения и принципов.

Как такое возможно? Откуда берется этот *quod licet Jovi?* Почему котики с заячими ушками — комильфо в Snapchat и опаснее женского соска в Facebook? А может, мне все только кажется?

Начну с краткой эволюции социальных сетей. Первоначальный импульс интернета (в том виде, как его задумывали отцы-основатели), а именно — виртуальное пространство для свободного общения самостоятельных и независимых индивидуалистов — с хлопнулся еще в 90-е годы.

Не потому, что перевелись киберлибертиарии Джона Барлоу и последователи Алисы Розенбаум (ака Айн Рэнд), а потому, что Земля — это планета леммингов, и все они подались в интернет.

Как только интернет получил массовое распространение, формат персональных веб-страничек и авторских блогов уступил место социальным сетям, в которых тяготеющие к стаду души обрели шанс на виртуальное существование.

Сети первого поколения — LinkedIn, MySpace, Facebook — заимствовали старую модель индивидуального самовыражения, однако соразмерили ее с возможностями масс. Это автор «Живого Журнала» и его читатели (в большинстве своем такие же авторы) мог позволить себе роскошь лонгрида (пусть даже и графоманского). Для рядового обитателя фейсбука написать осмысленный текст в 100 слов — подвиг, последний раз случившийся на выпускном экзамене по литературе в школе.

Социальные сети позволили подпить «виртуальное лицо» на льготных условиях: 10 слов, одна картинка — и бурлящий поток лайков в кармане.

Скоро, однако, оказалось, что даже 10 слов — непосильная нагрузка для поколения миллениумов. У молодежи постбумажной цивилизации вместе с атрофировавшимся умением писать руками отсохла и сама потребность что-то писать/читать в принципе. Наступила эпоха визуальной культуры.

Новый спрос породил новое предложение: социальная сеть для обмена видеороликами — YouTube — удовлетворила потребности продвинутых миллениумов, способных напрягать глаза более 1 минуты. Задача облегчалась музыкальным форматом, во все времена любимым молодежью.

Юношество, испытывающее физический дискомфорт даже от одномимутной концентрации на чем бы то ни было, получило в подарок от коммерсантов сеть Instagram, в которой можно общаться на уровне обмена фотографиями. Вернее, *фотофикциями*, поскольку массовая фотшопная идеализация не остави-

ла шансов на связь с реальностью.

Какое-то время динозаврам, еще помнившим культуру XX века, казалось, что Instagram — предел деградации. Они ошиблись. В 2011 году группа студентов

Стэнфордского университета, чутко уловив чаяния своего поколения, придумала социальную сеть Snapchat, которая не просто отрывается от реальности, но и придает ей культовые атрибуты молодежного мироощущения — Fun и Cool (прикольно) и Cool (крутко).

Дальше — больше. Если Instagram и YouTube уничтожают фетиш «много-букафф», Snapchat разваливает фундамент традиционной культуры, целиком заявленной на иллюзии бессмертия. Веселые картинки в социальной сети Snapchat

живут всего несколько часов, после чего благополучно *самовытипаются* из ленты «собеседников»!

Справедливости ради надо сказать, что исчезающая реальность была известна в европейской культуре задолго до Snapchat, по меньшей мере — с XVIII века. Для нее даже придумали специальный термин — *эфемера* (от греческого — то, что живет один день). В прошлом, однако, эфемера имела рациональное объяснение: люди читали и тут же выбрасывали рекламные листки, открытки, памфлеты, каталоги, входные билеты и т. п. Однако только социальная сеть Snapchat довела исчезающую реальность до уровня нового ми-роощущения, которое

в наши дни разделяют уже 300 миллионов обитателей планеты.

Возвращаемся теперь к котикам. Котики в Snapchat играют такую же роль, что и сами участники социальной сети. Здесь нет ни слов, ни мыслей, ни фотографий. Здесь царит эфемера, которая символизирует собой радость существования, основанного на беспечных принципах Fun и Cool. **Жизнь нужно прожить так, чтобы каждое ее мгновение было прикольным и крутым.** Какая разница, как мы разукрашиваем наших котиков, если любой прикол и крутак исчезает в небытие уже через пару часов?

Для читателей, застрявших в культуре и цивилизации прошлого века, подобное мироощущение кажется невозможным. «Что ж, — пожмет плечами продвинутый миллениум, — не нравится, так и не ходите в наш палисадник!»

Застрявшие и не ходят. Они укрылись в фейсбуке.

Почему надругательство над котиками а-ля Snapchat невозможно представить в социальной сети Цукерберга? Потому что в фейсбуке окопались те, кто добровольно либо по инерции живут в иллюзии бессмертия!

Стать бессмертным можно, лишь оставив *после себя след*. Желательно след достойный, красивый, значимый.

Только самые безответственные особи могут позволить себе роскошь выщипать на дереве ножичком «Здесь был Вася» и успокоиться. Для таких в виртуальном чистилище заготовлено место под названием «Одноклассники».

Сливки общества, избранные для самореализации солидный фейсбук, ответственно относятся к собственному следу в истории, поэтому непрестанно его идеализируют.

Ежедневное поддержание авантажного аватара — тяжелый труд. Трудно регулярно генерировать равнодушные *чекины* из лондонского аэропорта. Трудно

Как коты покорили интернет:  
культурологическое  
эссе



позировать на пляже острова Пхи-пхи (желательно после того, как власти запретили простым смертным его посещение). Трудно постоянно селфить последними моделями айфона. Почти нереально небрежно обнимать рулевую оплётку «Мазерати». Нагрузка по оставлению достойного следа в истории поистине невыносима.

Именно в этот момент на помощь приходит котик! В фейсбуке котик — ключевой инструмент самоидеализации. Котик — беспрогрызное доказательство того, что его хозяин существует. Он есть. Он живой. Он чувствует. Думает. Переживает. Заботится. А значит, сохранится в истории и обретет тем самым бессмертие.

Почему котик, а не собачка? Потому что собачка всегда смотрит в объектив как-то по-рабски. Покорно, безропотно. Порождая у тех, кто разглядывает фото собачки, чувство неловкости от жалкости бытия. Собачка со своей вечной, почти еврейской, печалью во взгляде транслирует неправильный образ, мешающий поддерживать иллюзию обетованного бессмертия.

Совсем другое дело — котики. Взгляните на любое изображение этого представителя семейства Felidae в фейсбуке: все морды как на подбор холеные, надменные, вечно всем недовольные, излучающие презрение к окружающему миру. Как царственна их виртуальная стать!

Не беда, что независимость и свободолюбие котиков притворно и заканчивается в момент, когда наступает время клянчить сметану. Неважно, что царственная стать мима и скрывает защитную реакцию на несправедливость мира (думаете, случайно котики — любимый объект истязаний у живодеров?).

Важно другое. Величественное амплуа котика блестящее транслирует вовне амбиции, нереализованные хозяином в реаллайф, удачно скрывая от посторонних глаз одиночество, жизненные неурядицы и метафизические печали владельца аккаунта фейсбука.

Отдельная песня — *мимишность* котиков. Забавно, что трогательность и сентиментальность — хрестоматийные атрибуты садиста. Котик, кажется, единственный зверь в природе (помимо человека, разумеется), который перед тем, как сожрать воробья или мышку, любит всласть попытать свою жертву. Зато какие котики мимишные. Такие же лапочки, что и их хозяева.

А теперь представьте, что в фейсбуке такой вот семантически заряженный котик становится объектом добровольного глумления путем *добавления к нему реальности!* В мире, где ни на миг не утихает хоровое исполнение квиновского Who Wants to Live Forever?, это совершенно дикое и возмутительное представление. Вот и я о том же.