Galactica Media: Journal of Media Studies. 2024. No 4 | ISSN: 2658-7734
Животные в современных медиа | https://doi.org/10.46539/gmd.v6i4.509

How Digital Cats Tame Ideology: the Cat Content of Soviet Nostalgia as an Ideological Mediator

Sophia V. Tikhonova

Saratov State University. Saratov, Russia. Email: segedasv[at]yandex.ru
ORCID https://orcid.org/0000-0003-2487-3925

Received: 20 April 2024 | Revised: 17 July 2024 | Accepted: 25 July 2024

Abstract

The article deals with the mechanics of broadcasting ideology through online user content, dedicated to domestic cats. The author believes that digital culture is changing the logic of the relationship between written and oral, long and short genres of objectification of ideology in mass consciousness. It ensures the presence of complex long ideological genres of Modernity in the media space, reinforcing it with a wide "protective belt" of microformats characteristic of entertainment content. The most typical type of the latter is cat content, which is understood as a form of social reflection that sets a cliched reaction to a media message through the image of a digital cat. The purpose of the article is to analyze the use of political ideologies in the context of Soviet nostalgia. The author examines the polar versions of the visualization of Soviet nostalgia in the context using the example of Vasya Lozhkin's cats and the VK public "Cats for Communism". The semantic multilayering of Vasya Lozhkin's paintings is ensured by the fluidity and interchangeability of zoo- and anthropomorphic features of the characters and the ease of their ethical (de)evolution. The transition of cats to the red side is shown as a rather late phenomenon of digital culture, inscribed in the period of the last five years. Digital cats dearchaize communist ideology by associating it with digital fashion. In general, digital cats disassemble ideological narratives into micro-rhythms and creolize them, performing the function of a mediator forwarding the actualized old ideologies into the digital media space.

Keywords

Digital Culture; Ideology; Cat Content; Digital Cats; Internet Meme; User Content; Soviet Nostalgia; Historical Memory; Vasya Lozhkin; Cats For Communism

This work is licensed under a Creative Commons "Attribution" 4.0 International License

Galactica Media: Journal of Media Studies. 2024. No 4 | ISSN: 2658-7734
Animals in Contemporary Media | https://doi.org/10.46539/gmd.v6i4.509

Как цифровые котики приручают идеологию: котоконтент советской ностальгии в роли идеологического медиатора

Тихонова Софья Владимировна

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. Саратов, Россия. Email: segedasv[at]yandex.ru
ORCID https://orcid.org/0000-0003-2487-3925

Рукопись получена: 20 апреля 2024 | Пересмотрена: 17 июля 2024 | Принята: 25 июля 2024

Аннотация

В статье рассматривается механика трансляции идеологии через сетевой пользовательский контент, посвященный домашним кошкам. Автор считает, что цифровая культура меняет логику взаимосвязи между письменными и устными, длинными и короткими жанрами объективации идеологии в массовом сознании. Она обеспечивает присутствие в медиапространстве сложных длинных идеологических жанров Модерна, подкрепляя его широким «защитным поясом» микроформатов, характерных для развлекательного контента. Наиболее типичным видом последнего является котоконтент, под которым понимается форма социальной рефлексии, задающая клишированную реакцию на медиаповестку через образ цифрового котика. Целью статьи является анализ использования политических идеологем в котоконтенте советской ностальгии. Автор рассматривает полярные версии визуализации советской ностальгии в котоконтенте на примере котов Васи Ложкина и паблика ВК «Коты за коммунизм». Семантическая многослойность картин Васи Ложкина обеспечивается текучестью и взаимозаменямостью зоо- и антропоморфных черт персонажей и легкостью их этической (де)эволюции. Переход котов на красную сторону показан как достаточно позднее явление цифровой культуры, вписанное в период последних пяти лет. Цифровые котики деархаизируют коммунистическую идеологию, связывая ее с цифровой модой. В целом, цифровые котики разбирают идеологические нарративы на микрофрормы и креолизуют их, выполняя функцию медиатора, опосредующего актуализацию старых идеологий в цифровом медиапространстве.

Ключевые слова

цифровая культура; идеология; котоконтент; цифровые котики; интернет-мем; пользовательский контент; советская ностальгия; историческая память; Вася Ложкин; коты за коммунизм

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0 Всемирная

Введение

Отношения идеологии как специфической мировоззренческой системой с социальным целым остаются открытым вопросом в политической философии, во всяком случае, когда речь заходит о диахроническом ракурсе ее изучения. Типичное представление о плюрализме и конкуренции идеологий сосуществует с констатацией различного «удельного веса» каждой из них, понимаемого как способность оказывать влияние на решения элит и поведение масс. Более того, на полях теории время от времени появляются концепции, фиксирующие минимизацию роли идеологии или, наоборот, ее роста в медиапространстве, причем каждая из этих концепций сама может пониматься как идеология, а ее продвижение – принимать форму пропаганды. В.Н. Ходанович показывает, как на волне западного постиндустриализма его теоретики в 60-х гг. XX в. обосновывают модель деидеологизации, постулируют «конец идеологии», закат основных идеологических систем, получивших максимальное признание в XIX в., а через пару десятилетий сами же фиксируют издержки идеологического вакуума и провозглашают начало реидеологизации (Ходанович, 2014), требуя возвращения изгнанницы, преждевременно объявленной умершей. Схожие тенденции наблюдаются в дискуссиях об отечественном конституционном запрете на государственную идеологию и попытках его смягчения, а также в перманентном поиске национальной русской идеи (Погорелый, 2022).

Очевидно, что способность идеологии выполнять фундаментальные функции в социальном целом обеспечивает ей транс-исторический статус, но, конечно, конкретные формы ее бытования также неизбежно будут зависеть от технологических возможностей общества, в первую очередь, от его опорных коммуникационных структур. А вот отношения к маркировке конкретного содержания этих форм, т.е. идейных блоков, объективированных в доступных культурных формах, в качестве собственно идеологических, будут определяться правящими элитами. Отмечу, что идеологии XIX в., списанные на свалку истории теоретиками деидеологизации, формировались в контексте больших политических жанров письменной речи, предназначенных для изложения когерентных и сложных концептуальных систем – трактатов, манифестов, партийных программ, памфлетов. Складывавшееся в результате ядро большого письменного корпуса сопровождалось «защитным ядром» малых жанров (листовок, слоганов и т.п.), относительно легко переходивших в жанры устные (речевки, лозунги, выступления и т.п.), которые и обеспечивали влияние идеологии на сознание преимущественно неграмотных масс. «Конец идеологии», зафиксированный идеологами постиндустриализма, был связан с перераспределением «зон» идеологической нагрузки на устные и письменные культурные формы. Аксиология программного сегмента идеологий – свобода, равенство, братство, прогресс, благосостояние и т. п., будучи раз определенной, не пред-

полагает дальнейших переизобретений, основная работа с ней основана на комбинаторике и символической упаковке – отталкиваясь от идеологического набора ценностей, идеолог создает заманчивый проект будущего, причем сама заманчивость определяется наличными аспектами повседневности, вызывающих разочарование обывателя и будоражащих его воображение. Электрификация всей страны становится канвой вдохновляющего нарратива тогда, когда наррация осуществляется при лучине; под светом энергосберегающих ламп повествование меркнет и блекнет. Поэтому с середины XX в. основная работа идеологов идет со статистическими данными, обосновывающими те или иные оценки и прогнозы. К этому же времени изменились реципиенты идеологий. С одной стороны, население было уже тотально грамотным, хотя и недостаточно образованным для регулярного чтения сложных идеологических текстов. С другой, система массовой информации (пресловутая культурная индустрия) зрелого капиталистического общества производила более чем достаточные объемы разнообразного контента, в которое и внедрялись идеологемы. Их потребленческая одномерность и духовная пустота систематически клеймится интеллектуальной элитой, начиная со Франкфуртской школы. Старые идеологические жанры закономерно приходят в упадок. Это не значит, что с ними никто не знакомится, это значит, что теперь экземпляры создают для профессионального использования. Поэтому они, как минимум, уменьшают свое присутствие в повседневности. Постмодернизм, активно работавший с деконструкцией макронарративов Просвещения, только упрочил как дурную репутацию старых идеологических жанров, так и иллюзию их ненужности. Между тем, даже простое их присутствие в культуре на правах «исторического наследия» поддерживает их участие в семиозисе.

Активное включение идеологем (ценностей, концептов, догм, установок, клише из идеологических макронарративов) в контент массовой культуры привело к эрозии водораздела между политической идеологией и политической мифологией. На уровне учебников элементами развитой идеологии принято считать политическую доктрину, политическую программу и политическую мифологию. Л. Фойер и Э. Фромм начинают традицию прямого отождествления идеологии и мифологии, пренебрегая различием между целым и частью. Делают они это потому, что массы знают мифологические пласты идеологии, доктрины достаются ученым, а программы – политикам (и все чаще – чиновникам). В условиях развитой печатной культуры движение смыслов в общественном сознании непрозрачно, отношения между рациональным и эмоциональным, письменным и устным, индивидуальным и коллективным, вербальным и образным часто воспринимаются как конфликтные и взаимоисключающие. Между тем, переход общества в цифровую фазу как раз и обнажает эту сложную нелинейную динамику, поскольку интернет через гипертекст и позволяет связывать в медиатекстах то, что столетия было разнесено

между пишущим творческим меньшинством и большинством, хоть и не отличающимся литературной креативностью (сложные тексты далеки от их жизненного мира), но отнюдь не настолько социально и политически пассивным, насколько о нем привыкли думать интеллектуалы.

Современная цифровая культура предполагает, что «отмирающие» идеологии легко разбираются на массив идеологем, которые могут становиться рабочим материалом при создании цифрового контента. Цифровой контент, с провозглашения универсализации веб 2.0 в 2005 г., производят в интернете все, кто им пользуется, независимо от своих отношений с идеологами. Его отношения с офлайновым контентом культуры сложны и требуют самостоятельных исследований. Тем не менее, многие традиционные для «общей» культуры образы проникают в «цифру», получают новые семантические измерения и продолжают уже цифровую жизнь в новых масштабах. Примером является культурный образ кошки, трансформирующийся в цифровой образ котиков интернета, с очевидно цифровым спектром коннотаций мема (Осьмухина & Трушкина, 2022).

В предыдущих статьях (Тихонова & Артамонов, 2020; Тихонова, 2023) я показывала трансформацию мифологии цифровых котиков, их эволюцию от культурного маркера элитарности к массовому инструменту конструирования самоидентичности рядового пользователя. Котоконтент становится опорой выстраивания приватной территории в медиапространстве, воспринимаемой пользователем на правах собственного жизненного мира. Котик становится бесконечно амбивалентным символом Я для обывателя, поскольку позволяет сочетать манифестацию собственной бесполезности, ненужности, маленькости, беспомощности, бестолковости одновременно с декларацией собственной важности, неотразимости, самомнения, эгоцентризма и эксцентричности. События и явления, осваиваемые и обживаемые на территории жизненного мира, «приватизируются»: с одной стороны, они становятся понятными, с другой, получают предписываемую степень эмоциональности в восприятии. По мере распространения и рутинизации сервисов социальных сетей в интернет-аудиторию вошло практически все население планеты, создаваемый ею контент отражает настроения широчайших слоев населения. Вместе с цифровыми котиками она осваивает не только кризисную социальную реальность, но и идеологию. В рамках данной статьи я прослежу использование политических идеологем в котоконтенте, показав, как идеологическое задается сначала социокультурным настроением советской ностальгии, а затем переходит в формат культурно-политической игры с гибридизацией жанров.

Котоконтент как особый объект визуальных исследований

Рассмотрение котоконтента в контексте современных идеологий сталкивается с рядом трудностей. Во-первых, в настоящее время наблюдается кризис

«великих нарративов», начавшийся в результате деконструктивистской практики постмодерна и усилившийся в процессе становления сетевого цифрового общества. Цифровизация сопряжена с переформатированием соотношения публичного и приватного в медиапространстве, гибридизацией классических жанров и размыванием нормативных основ структурации культурных смыслов (Дорофеев & Семенова, 2020). Идеологии переходят от собственно политической пропаганды к культурному продвижению, используя общекультурные формы для стратегии «мягкого дрейфа»; рациональное сокращается, эстетическое усиливается, при этом собственно политические, прецедентные феномены политической пропаганды по-прежнему используют культурно-специфичные для политики источники (Павлина, 2023), ключевыми среди которых традиционно остается слово и фотография (Щербинина, 2012).

Во-вторых, несмотря на бурный рост исследований по политической семиотике (Фомин & Ильин, 2016), символической политике (Прилукова, 2012) и визуализации политического медиапространства (Шарков, 2016), в литературе констатируется «зауживание» политического дискурса, в котором визуализация репрезентирует собственно политические процессы (в первую очередь, электоральные) (Гогуадзе, 2019). Доминирует точка зрения, согласно которой визуализация политического порождается собственно политической коммуникацией как специализированным видом коммуникации социальной. Политическая коммуникация протекает в политической системе, использует специфические коды и сообщения и осуществляется особыми коммуникантами (политические лидеры, политические партии и объединения) в силу высокой степени институционализации политической сферы. Линейная экстраполяция особенностей политического дискурса на политический сегмент интернет-дискурса приведет к искажениям: как показывает Н. П. Сиркия, эти типы дискурса характеризуются противоположными системообразующими признаками (Сиркия, 2018, с. 140). Неинституциональность, информативность, эмоциональность, смысловая неопределенность и театральность политического интернет-дискурса приводит к тому, что «специальный», политический статус его контента может задаваться контекстуально и ситуативно, с минимальным использованием культурно-специфических маркеров политического, их рекомбинацией в игровых практиках и снижением изначальных высоких смыслов через юмор, иронию и сарказм.

Все эти особенности современной визуализации политического применительно к анализу устойчивых связей между идеологическим содержанием и характерными для цифровой культуры эстетическими формами медиатекстов приводит к тому, что их содержательная атрибуция будет устанавливаться по двум признакам: их мировоззренческой тональности и / или тегированию идеологическими концептами. В этом случае наиболее трудоемкой частью анализа окажется сама работа с цифровыми визуальными формами.

Достаточно сложной процедурой является само вычленение собственно цифровых форм, поскольку образ кошки относится к устойчивым культурным прецедентам начинания с Древнего Египта, тогда как со времен Дебора и Бодрийяра констатируется экспоненциальный рост визуальной культуры, принимающий в условиях цифрового общества угрожающий характер. Вряд ли будет преувеличением утверждение о том, что во все предшествующие эпохи человек не сталкивался с таким количеством изображений в своей повседневной жизни, как сегодня. При этом для нашего анализа значимы не просто «окультуренные» кошки, а цифровые котики, созданные если не цифровыми аборигенами, то носителями цифровой культуры. Особенность таких цифровых котиков в том, что они очень часто оказываются говорящими, поскольку главным инструментом создания пользовательского контента является креолизация текста, прямое иллюстрирование основной идеи картинками, фотографиями и прочими визуальными материалами. Если в эпоху печатной книги изображения были автономными по отношению к тесту или играли иллюстративную роль при общей сложности создания, то цифровой медиатекст интегрирует визуальный и вербальный ряды в единое целое, в котором смысл слов усиливает воздействие семиотического содержания изображения.

Сложную динамику элементов, составляющих семантическую сущность цифровых котиков как разновидности медиатекста, можно обнаружить с помощью методологии визуальных исследований. К сегодняшнему дню сложилась богатая традиция последних, сопрягающая в междисциплинарном поле социальные науки, психологию и культурную антропологию. Если не уходить в классические семиотические корни данной традиции, то можно остановиться на фундаментальном значении работ М. Бэнкса (Banks, 2001), М. Эммисона (Emmison et al., 2012) и Дж. Роуз (Rose, 2022).

Социальный ракурс визуальных исследований показывает, что культура не просто репрезентирует в визуальном социальные отношения, само визуальное является важным повседневным способом интерпретации социального мира. Антропологический ракурс предполагает концентрацию внимания на визуальном (иконическом) повороте, техническом усложнении визуализации при одновременной демократизации доступа к ее технологиям, меняющим не только культурный ландшафт повседневности, но и сам культурно-антропологический праксис. Антропологический ракурс хронологически появляется первым; например, Н. В. Веселкова показывает, что (культурная) антропология является дисциплиной, имевшей дело с визуализацией дольше и плотнее других (Веселкова, 2017), в отличие от социологии. Интерес к работе с фотографиями, картами, изображениями очевиден уже у классиков полевых антропологических исследований, – у Маргарет Мид можно обнаружить вполне зрелые формы таких исследовательских практик. Социологи только начали освоение визуального поля. При этом обе методологические стратегии

учитывают, что интерпретация визуального не может быть простой интерпретацией вербального. Слова и образы – принципиально разные способы познания мира, классик визуальной антропологии Д. МакДугалл сформулировал это в следующей максиме: «письменное и визуальное не говорят по-разному, они говорят разное» (MacDougall, 1998, p. 121).

Как показывает О. В. Сергеева, «изображения являются социальными объектами, но их социальность не лежит на поверхности и не дается в максимальной открытости и ясности» (Сергеева, 2023, с. 133). В том случае, когда речь идет о цифровом изображении, имеющим форму медиатекста, для интерпретации его недостаточно «прочитать», используя тот или иной культурный код, необходимо учитывать среду его бытования, способ его трансляции и контекст самой такой передачи. Интернет-технологии позволили пользователям с невероятной (на фоне сложных ансамблей профессиональных компетенций минувших эпох – прессы, радио, телевидения) легкостью создавать сложные изображения в различных стилях и жанрах. Появление графических нейросетей привело к существенному усилению качества дилетантского контекста. Практически любая мысль, содержащая визуализируемые образы, сегодня может быть объективирована с завидной простотой. В этой новой культурной ситуации креативизации потребителя характерная для интернета гибридизация жанров и стилей возрастает настолько, что традиционное для media studies разделение на исконно цифровые (digital born) и замещающие, копирующие офлайн (например, цифровой архив), объекты медиасреды начинает утрачивать смысл. Особенно характерно это для котоконтента, под которым далее будут пониматься медиатексты, содержащие изображения домашних кошек.

Фотогеничность последних стала притчей во языцех, обычная фотография любого кота вполне может быть говорящим сообщением, раскрывающим внутренние состояния и внешние обстоятельства коммуникатора. Поэтому очень сложно разграничить два основных базовых элемента, формирующих котоконтент – цифровые фотографии домашних питомцев, сделанные их владельцами и выложенные в сеть, и переосмысленные пользователями в духе наивного искусства первичные котосюжеты, поставляемые как цифровой, так и офлайн-культурой, основными инструментами создания которых в цифровой среде становятся графические редакторы, генераторы мемов и нейросети. Пути, которыми цифровые котики приходят в интернет, неисповедимы, но в качестве котоконтента они обязательно должны быть «расшарены», т. е. распространены сетевым способом, вызывая в качестве отклика эмоциональные реакции и сетевые дискуссии. Повторяемость как самих персонажей, так и контекстов и способов их цифрового переосмысления позволяет опираться при их исследовании на методологию двух пересекающихся междисциплинарных направлений – meme studies и comics studies. В первом накоплен опыт исследования (Hernández-Cuevas, 2021) вирусных

изображений как интерактивного медиатекста, предлагающего пользователю шаблон эмоциональной реакции на остроактуальное событие/явление и выступающего формой социального мышления. Во втором (Mike Rhode et al., 2023) представлены подходы к изучению серийных изображений со сложными формами когерентности. На их основе котоконтент можно описать как форму социального мышления, вырабатывающего стандартизированную реакцию на острые и шокирующие сюжеты медиаповестки через соотнесение реципиента с лирическими героем – цифровым котиком, аккумулирующим социально-психологические черты типичного интернет-пользователя, наиболее удачные экземпляры которой порождают серийные мемы.

Котики во вселенной Васи Ложкина

Вася Ложкин – псевдоним художника Алексея Куделина, 1976 г. р., работы которого относят к концептуальному искусству (Кузнецова, 2014), а саму манеру обозначают как «мультипликационную» (Гордеева, 2017, p. 303), поскольку изображенные им персонажи-животные очеловечены в духе детского анимационного кино. В эстетике Ложкина легко обнаружить много черт, характерных для «Митьков», – сложившейся в 1980-х гг. группы художников неофициального искусства, по трендам городского фольклора воспевающих повседневность. Но если Митьки были живым сообществом, существование которого искусствоведы трактуют и как «лакунарную идентичность» (Дашидоржиева, 2017), и как «рефлексивный миф» (Кириленко, 2018), то Вася Ложкин – персона цифровая, и в этом качестве относится к числу лидеров мнений интернета. Например, Е. А. Ермолин приводит рейтинг лидеров мнений актуальных в 2017 г. социальных сетей, в котором Вася Ложкин фигурирует на 22 месте в списке из 35 весьма известных на тот момент деятелей культуры (Ермолин, 2017, p. 338). Картины Васи Ложкина становятся инструментом политической пропаганды регулярно, если рассматривать сетевые дискуссии и самоманифестации по политическим вопросам и этапам электорального цикла. Так, Т. Л. Каминская, показывая связь между атомизацией целевых аудиторий трендом крауфт-коммуникаций и востребованностью культурных форм в дискурсе гражданской журналистики, отмечает, что ее проявлением стало «появление в качестве лидеров и медийных лиц новых партий деятелей культуры (от писателя Захара Прилепина до «народного художника» Васи Ложкина)» (Каминская, 2021, p. 98).

Если исходить из довольно скудных медиа-данных, Алексей Куделин – это человек, крайне неохотно рассказывающий о себе и своем мировоззрении, с гораздо большим энтузиазмом говорящий о своих персонажах. На его персональном сайте в рубрике «Обо мне» есть следующее высказывание: «Как художника (в большом смысле слова, конечно, ибо рисовать я не умею) меня мало интересует окружающая действительность» (Ложкин, n.d.). Ответ на вопрос о том, почему именно его творчество становится рабочим матери-

алом идеологии, причем для идеологий весьма широкого спектра, кроется в семантической многослойности его картин. Именно благодаря ей очевидные оппоненты используют в дискуссиях одну и ту же картину, искренне апеллируя к заложенным в них смыслах. В итоге такой сложной семантической нагрузки незатейливые сценки городского быта с участием котов приобретают эмоциональную мощь, позволяющую им становиться основой идеологического высказывания, а то и вовсе выходить на уровень манифеста.

Обитатели мира Васи Ложкина архетипичны для бытового ракурса советской ностальгии – алкоголики, бабки, пионеры, хулиганы, агенты КГБ, дети, влюбленные. Большинство персонажей легко сохраняют свои черты, меняя человеческий облик на зооморфный (медведи, зайцы, и, конечно, котики), бабки могут воспарить в небо злыми воронами, превращаясь в мстительных гарпий над головами влюбленных, закоренелый алкоголик, измученный похмельем и покрытый наколками, предстает перед зрителями вполне себе убедительным котом. Этическая сущность «ложкинцев» обычно акцентируется цветом – чем он ярче, тем положительнее персонаж. Цвет может маркировать также положительные эмоции и состояния, позитивно оцениваемые отрицательным персонажем – радость весны, легкое опьянение, сексуальное влечение.

Не редко картины Васи Ложкина креолизованы, их сопровождают подписи («За Пушкина!», «Родина слышит», «Живы будем – не помрем»). Это максимально сближает их с интернет-мемами, во всяком случае, пользователи в обсуждениях используют их именно как мемы, не обращая внимания на их художественный статус произведения изобразительного искусства. В 2015 г. художник опубликовал богато иллюстрированную книгу «КОТастрофа, или Жызнь и удивительные приключения котов В...» (Ложкин, 2015), в которой разъясняет некоторое важные для герменевта особенности мировоззрения – как своего собственного, так и своих котов. В текстовой стилистике Ложкина очевидны языковые игры и свобода раннего, еще анонимного интернета, он использует олбанский и язык падонкофф, ставит смысловые акценты с помощью прописных букв. На творческих встречах художник детализирует своих персонажей, проговаривая их атрибуты и акциденции, по которым реципиент молниеносно реконструирует имплицитную биографию. Делает он это следующим образом: «Бабушка, она же старуха с топором, она же народная целительница. Вид деятельности – пенсионерка, колдунья. Место обитания: деревня, окраина, глухомань, автостанция, рынок, девятиэтажка, лавочка у подъезда, пред телевизором, наблюдательный пункт у окна. Безумная, властная, целеустремленная, при этом ее легко обвести вокруг пальца. Может ходить с палкой, при этом в драке может победить даже медведя. Очень любит своего кота Алешеньку... Котик Алешенька – тот котик, который живет у бабки, милый котик, наивный, любимый внучек, дармоед. Бабушка его любит и охраняет, он имеет веселый нрав, прожорлив, хулиган,

ему многое сходит с рук. Он прямой родственник всех остальных котов… Остальные коты – это другой персонаж. Многие думают, что я рисую только котов, потому что их в интернете видели. Но это не так, героев гораздо больше. Но именно этот персонаж меня кормит, поит, я ему обязан всем. Он хитрый, наивный, добрый, злой, омерзительный, всякий, какой угодно. Почему я рисую котов, а не собачек? В кота легко вкладывать эмоции. Он все: идиот, мизантроп, мелкий философ, семьянин, ученый или жертва опытов. Любит выпить, похулиганить, попадает в разные ситуации, питается колбасой, к людям относится с презрением. Это основной персонаж» (Комякова, 2019).

В паре бабка – Алешенька можно обнаружить мифологические отголоски истории Кыштымского карлика, элементы образа незадачливого мульт-богатыря Алеши Поповича и героев повести П. Санаева «Похороните меня за плинтусом». Именно через алешенькино мировосприятие в визуальный ряд ложкинской вселенной вводятся митьковские сентиментальность, простодушие и наивность; перед восхищенно распахнутыми глазами котика-дошколенка проплывают первые снежинки, куски колбасы, воздушные шарики, хрустальные сколы битых водочных бутылок. Бабка возвышается до древней грозной богини («Кто котеночка обидел?»), то страшной, то заботливой, и тут же легко оборачивается комической старухой. Коты-алкоголики сходят за бравых героев, плохое и хорошее одинаковы соблазнительны, если, конечно, лень, сон и аппетит от них не сильно отвлекают.

Между дошколенком и котиком-младшеклассником сложно найти особые различия, скорее всего, перед нами чуть повзрослевший Алешенька, в жизни которого теперь просто больше страхов, чем развлечений. Его пугает надвигающийся мир взрослых: школьные хулиганы, мелкая шпана, дебоширы и злые дворники, стены школы и улицы смыкаются над ним, как враждебные каменные джунгли, его шубка становится последним оплотом для красок праздника. Взрослые, и люди, и котики, такие же серые, как стены, окружающие подрастающего Алешеньку, а серые стены грозят в любой момент превратиться в тюремные. В этот враждебный взрослый мир обычно и вписан СССР Васи Ложкина, тот самый, в котором «Не время улыбаться!», «Запретить! Ужесточить! Не пущать!», где «Масоны подливают в Водку Нормальному мужику всякую химию и ГМО», чекисты пишут неразумные кухонные речи граждан на бобинный магнитофон, бабка рыщет по улицам с топором в поисках наивных раскольниковых, а котоалкоголик в угаре квасного патриотизма готов променять за ящик водки и Родину, и сыночка Алешеньку. В сером ложкинском СССР не могут выгореть только флаги, красные галстуки, зеленые глаза Алешеньки и такие же зеленые банты его котоподружки. В нем часто видят сатиру и на советский строй, и на «агрессивно-пассивное большинство» «путинского электората» (Эпштейн, 2018). Тем не менее, в его реалиях легко угадывается мир интернета.

Коты за коммунизм

Коты за коммунизм – название паблика ВК[1], кальки которого присутствуют в других социальных сетях и мессенджерах. Как выражение, приобретающее устойчивую форму, словосочетание «коты за коммунизм» в качестве поискового запроса приводит к нескольким десяткам сайтов, возраст которых не превышает пяти лет. Скорее всего, коты перешли на красную сторону в период пандемийного взрыва креативного пользовательского контента, когда резко увеличилось среднее онлайн-время, а общая фрустрация и тревожность подстегивали эксперименты с юмористическими формами. В пользу этой гипотезы свидетельствует и отсутствие красных котов в содержании Лурка, неформальной энциклопедии Интернета, аккумулировавшей субкультуру падонкофф (Ефремов, 2014, с. 77) и остановившей свой рост в 2015 г., когда начались блокировки сайта Роскомнадзором, вплоть до уничтожения владельцем в 2022 г.

В мире офлайна черная кошка с 20-х гг. XX века была сначала талисманом, затем символом анархистов, позднее в анархистском движении стали использовать белую кошку на черном фоне (из-за созвучия слов “wild cat”, дикая кошка, и “walkout” забастовка). При всех доктринальных различиях коммунистической и анархистской идеологий они легко сближаются в рамках реальных революционных движений как радикальные формы мотивационных учений. В конце XX века черная кошка анархизма действительно перемещается на красный фон коммунистического флага. Происходит это в движении антиглобалистов (Тарасов, 1998), «новых новых» левых, визуализация политических взглядов которых осуществлялось под влиянием текстовой культуры раннего интернета, слишком далекой от современного изобилия графических форматов. Прямой рецепции антиглобалистской эмблемы в визуальные ряды интернет-субкультуры тогда не произошло.

Однако дикая анархистская кошка никогда не была домашней. Это пусть маленький, но весьма свирепый и беспощадный хищник, тогда как за коммунизм в социальных сетях выступают вполне себе домашние коты, отнюдь не брутальные персонажи. Их статус компаньонов человека очевидно намекает на риторическую фигуру в духе «ежу/ ослу понятно», котики олицетворяют в данном случае те самые уста младенцев, которые проводят в мир бесхитростную истину, самоочевидность которой не нуждается в сложных системах доказательства. Вероятнее всего, прямым источником коммунистических котов стала крылатая фраза из гайдаевской комедии, в которой герой Ю. Никулина, Балбес, предложил герою Г. Вицина, Трусу, тренироваться на кошках.

Используя сниженный дидактический посыл крылатизма «Тренируйся лучше на кошках!», один из лидеров российской оппозиции в середине десятых годов нынешнего века запустил котопропоганду, серию собственных агит-роликов с участием анимационных котов под названием «Коты Ходор-

1 https://vk.com/public204201702, создан в 2021 г.

ковского», в котором он «объяснял на котах» основные тренды текущей политической повестки. Котопропаганда логично продолжала линию оппозиционных анархистских котов, выступавших против государства как квинтэссенции зла, с той лишь поправкой, что речь шла не о государстве как таковом, а строго о российском государстве.

На волне Крымской весны 2014 г. и последовавшего противостояния с Западом коты-пропагандисты растворились в потоках патриотического котоконтента советской ностальгии. Их вполне успешно вытеснили коты-красноармейцы (с хештегами #немайдан), коты, спящие в советских солдатских ушанках, коты-коммунисты (мем «Помогите с революцией у меня лапки»), котосталины, коты-маоисты и спящий в совке кот-коммунист, считающий, что «в Совке лучше». Чуть позднее появляются интернет-стихи о том, что коты – «по сути коммунисты» (Например, «Коты по сути коммунисты / (Меньшевики-минималисты)) / Им мало надо, – кров, еду,.. / А флаг и красную звезду / Уступят Шарикам без боя. Всё драгоценное – мясное))»[1]; «Больше нет смысла врать и довольно иллюзий – / в рабстве я у кота, кстати, звать его Кузей. / Он реальный чувак, знает точно, что хочет; / спину выгнув дугой, когти яростно точит. / Покормлю, причешу и с шампунькой помою, / ничего не скажу, если рвёт он обои. / В дрессировке меня кот добился успеха. / Брюхо плотно набьёт и лежит кверху мехом. /..../ И за что кошакам бох даёт девять жизней? / Мне одну бы прожить – сладко при коммунизме»[2]). В этих «народных» произведениях, иногда коротких, иногда весьма пространных, образ жизни домашнего кота интерпретируется как «построенный» реальный коммунизм, а «маленькость» и «серенькость» котов, не умаляющие их обаяния, легко отождествляются с политическими массами цифровой эпохи, любящими воевать за революцию на диванах и не терпящими любых перебоев в работе супермаркетов.

Когорты революционеров с лапками увеличились благодаря выходу карточной игры “Communist Cats”, изданной в результате краудфандингового сбора 2018 г. в марте 2019 г. В игре коты борются за лидерство в коммунистической партии, им противостоит мышь-предатель. Взаимовлияние настольных игр и массовой культуры остается слабоизученным, поскольку game studies как исследовательское направление сложилось вокруг цифровых игр (Trammell et al., 2016), аналоговые игры до сих пор исследуются точечно, в основном в контексте дидактических проблем (Горелова, 2023) или как часть маркетинговой стратегии медиаобразовательной деятельности (Попова, 2019). Тем не менее, данные о росте популярности настольных игр присутствуют в литературе, причем существенный рост дохода в этой отрасли пришелся на пандемийный период (Новикова и др., 2023), хотя сам вопрос о вторичности статуса настольных игр по отношению к цифровым остается открытым. Так, ниша первых гораздо скромнее, хотя их история уходит в древность;

1 https://dzen.ru/a/XAVC48fpcgQdl7aY
2 http://litset.ru/publ/10-1-0-71510

при этом настольные игры, созданные по мотивам игр цифровых, неизбежно вызывают разочарование у покупателей. Даже в первом приближении очевидно, что эстетика дизайна настольных игр, успешных в маркетинговым отношении, должна соответствовать общим стандартам и клише массовой культуры. Поэтому популярность оригинальной по дизайну настольной игры вполне может быть симптоматичной, и в этом качестве маркировать общие масскультные тренды. В любом случае, приведенная игра демонстрирует постепенное упрочение символических связей между котами и коммунизмом, которые цифровая культура смогла выстроить к началу пандемии. Впрочем, достаточно масштабная культурная работа такого рода протекала и в академической среде.

Идеологическая связь между котами и коммунизмом окончательно оформляется в 2023 г., когда выходит книга Л. К. Ла Берж «Маркс для кошек: радикальный бестиарий» (Berge, 2023). В ней история западного капитализма рассказывается через кошку. Сама идея начинает обосновываться автором через обращение к фигуре Мими, кошке Розы Люксембург, плотность присутствия которой в жизни революционерки можно отследить по оставшимся дневникам. В постироничной версии школы Анналов от Ла Берж кошки рассматриваются как свидетели, соучастники, бенефициары и творцы истории, которая (понятая и как теория, и как практика) до сих пор остается перед ними в долгу. Свою задачу автор формулирует следующим образом: «Предлагая кошачий нарратив о нашем экономическом прошлом, я утверждаю, что марксизм не только потенциально может стать межвидовым проектом, но и уже является таковым. И, используя эти знания и истории, представленные здесь в виде кошек, я предлагаю, чтобы мы могли коллективно спланировать новое будущее, в котором будет признаваться работа, которую кошки всегда выполняли для марксистов, и который задаст вопрос: какие политические обязательства могут взять марксисты перед кошками? Это не столько радикальная история одного вида, сколько история того, как кошачьи и люди сделали друг друга радикальными, как радикально прогрессивными, так и радикально консервативными» (Berge, 2023, p. 2). Котопереосмысление экономической и культурной истории (анализ, осуществленный Ла Берж, охватывает 12 веков) приводит к упрочению коммунизации цифровых котиков, предоставляя им серьезную марксистскую прописку.

Этот семиотический каркас объясняет нетипичную полижанровость паблика «Коты за коммунизм». Фотографии эмоционирующих котиков здесь сопровождают на правах иллюстраций цитаты классиков марксизма, известные котомемы редактируются для акцентуации классовой борьбы или эксплуатации, юмористические фотографии котов сопровождают статистику, вскрывающую империалистические умыслы глобальных элит, тематические фотографии котов и фотожабы подписываются строчками советских поэтов или идеологическими штампами официального советского марксизма,

и, конечно, приводятся картины Васи Ложкина. Коллажи могут совмещать цифровой котоконтент и плакаты агитпропа, остро актуализируя политическую архаику. Иногда коты обрамляют довольно серьезные фрагменты текстов из корпуса политической философии, параллели проводятся между котами и советскими государственными деятелями. Вполне каноничные цифровые котики, связанные с общей повесткой, приводятся как наглядный пример котолетариев, которые неизбежно объединятся, соединятся, захватят мир и освободят его от любого зла. В итоге формируется фантомный мир олицетворенной идеологии, который можно воспринимать как иронический юмористический контент, а можно использовать как инструмент вовлечения в марксистский идеологический дискурс. Калейдоскоп семантики котов и коммунизма не производит радикальной мировоззренческой революции, но повышает степень сочувствия по отношению к левым идеям. Если коты Васи Ложкина рисуют волшебный мир ностальгии, то коммунистические коты готовы к будущему, в которое они устремлены всеми лапками в порыве ночного «тыгдыка».

Выводы

Два рассмотренных массива котоконтента воплощают два полюса советской ностальгии – негативный и позитивный. Во вселенной Васи Ложкина яркие маленькие котики пробираются между каменеющими, как стены, взрослыми, неприглядная сущность которых стирает различия между зооморфными и антропоморфными чертами. Ленин и Троцкий, нюхающие кокаин, больше похожи на котов, чем на людей, типовой советский памятник Ленину в жилетке – это памятник коту. Путь маленьких котиков тернист и опасен, их пугают и обижают страшные зверо-люди, похожие на истуканов острова Пасхи, лишенных эмоций. Легко противопоставить маленьких и больших, ярких и теплых – каменным и серым. Но маленькие котики – плоть от плоти серого мира. Они стараются не будить суровых людей, которым снится Сталин, с восхищением рассматривают горящее в ночи кремлевское окно под триколором, не хотят играть на скрипке, учатся курить из сталинской трубки, выгуливают злобных гомункулусов на поводке, помогают бабке звонить в Кремль. Яркий цвет маленьких котиков имеет конкретный источник – их красят в бочке, чтобы придать им товарный вид. Иначе говоря, если бы не было серого мира, ярких котиков не существовало бы. Пролетарские коты-алкоголики обеспечивают дневные декорации пути котиков, в основном связанные с колбасой. В сумерках коты переходят к топоту, суду Линча и хейту. Нуар воплощают приключения черных масонов, которые объясняют Карлу Марксу мистическую природу материализма, нашептывают Менделееву рецепт водки, чтобы «погубить русский народъ», изобретают рок-н-ролл, чтобы развалить СССР, без устали переписывают историю. Масоны демонстрируют конспирологическую природу идеологии. На черную сторону маленькие котики забредают редко, в результате ЧП и недосмотра взрослых.

Черные эпизоды вселенной Ложкина активно используются в качестве демотиваторов, которые постят в дискуссиях как наглядные анти(тоталитарные) советские аргументы, дневные – в качестве мемов ностальгирующего юмора. Тем не менее, они едины.

Красные коммунистические коты выступают в двух модусах – страдающем и гедонистическом. Страдающий котик жалостен, он вызывает желание спасти немедленно, «обнять и плакать». Его несчастное состояние транслируется через внешнюю угрозу, мимику и позу, грязь на шкуре. Гедонистический котик, напротив, воспринимается как венец эволюции, способный к переживанию полноты собственного бытия и великолепия без малейших усилий. Этот модус задает образец подражания. Коты за коммунизм романтизируют идеологию коммунизма, выступая «альтернативной» расой, которая понимает коммунизм гораздо лучше людей, обладает большим обаянием, жизнелюбием, грацией, уязвимостью и вызывает гораздо большую эмпатию, чем люди. Котики негодуют от глупости людей, развязывающих ядерную войну, лучше них разбираются в истмате, легко идентифицируют истинные ценности (рыбов, колбасу и блины), которые они без колебаний экспроприируют, заразительно презирают роскошь, индустрию культуры и общество потребления, и упорно идут к любой намеченной цели. Кроме трансфера кошачьих качеств на позиционируемую идеологию, повышения ее общей привлекательности за счет отождествления характеристик самой идеологии и характеристик персонализирующего ее героя, котоконтент обеспечивает ей специфическую маркетинговую привлекательность – он делает ее модной. Органичные реплики свежих котомемов, совмещенные с коммунистическими идеологемами, погружает их в контекст радикальной современности, что бы это слово не значило после постмодерна.

В целом коты советской ностальгии успешно вышли на идеологическое поле. Цифровые котики разрывают макронарративы прошлого на короткие фрагменты и переводят их в формат креолизованного текста, легко встраивающегося в повседневность пользователя. Получаемые таким образом экстремально малые идеологические формы обеспечивают присутствие актуализированного идеологического наследия в медиапространстве, а сами цифровые котики выступают медиатором его содержания.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 22-18-00153 «Образ СССР в исторической памяти: исследование медиастратегий воспроизводства представлений о прошлом в России и зарубежных странах», https://rscf.ru/project/22-18-00153/

Список литературы

Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. SAGE Publications, Ltd. https://doi.org/10.4135/9780857020284

Berge, L. C. L. (2023). *Marx for Cats: A Radical Bestiary*. Duke University Press.

Emmison, M., Smith, P., & Mayall, M. (2012). *Researching the Visual*. SAGE Publications Ltd. https://doi.org/10.4135/9781473913899

Hernández-Cuevas, E. (2021). The pertinence of studying memes in the social sciences. *Revista [IN]Genios*, 7(2), 1–12.

MacDougall, D. (1998). *Transcultural Cinema* (L. Taylor, Ed.; 1st ed.). Princeton University Press. https://doi.org/10.1515/9781400851812

Rhode, M., Lent, J. A., & Bullough, J. (2023). *Comics Research Bibliography 2022 E-book Edition*. ComicsDC. http://archive.org/details/crb-2022-final-edition

Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (Fifth, Ed.). Sage Publications.

Trammell, A., Torner, E., & Waldron, E. L. (2016). *Analog Game Studies: Volume I*. Lulu.com.

Веселкова, Н. В. (2017). Методологические ориентиры визуальных исследований. *Документ. Архив. История. Современность.*, 17, 303–323.

Гогуадзе, М. Г. (2019). Визуальная репрезентация политических процессов. *Известия Юго-Западного Государственного Университета. Серия: История и Право*, 9(5), 145–151.

Гордеева, Е. В. (2019). Анималистика: Вопросы терминологии и границ жанра. *Искусство Евразии*, 4. https://doi.org/10.25712/ASTU.2518-7767.2019.04.021

Горелова, И. А. (2023). Применение воспитательного потенциала настольных игр при изучении истории (из опыта работы). *Педагогический Поиск*, 7, 31–34.

Дашидоржиева, Б. В. (2017). Лакунарность коллективной идентичности арт-сообществ (на примере арт-сообществ «Митьки», “Fluxus”, «Гутай» и «Новые дикие»). *Вестник Кемеровского Государственного Университета Культуры и Искусств*, 40, 131–139.

Дорофеев, Д. Ю., & Семенова, В. Н. (2020). Образ человека и визуализация политической коммуникации в эпоху постмодерна. *Вестник Санкт-Петербургского Университета. Философия и Конфликтология*, 36(4), 687–699. https://doi.org/10.21638/spbu17.2020.407

Ермолин, Е. А. (2017). Новая прозрачность: Творческая личность в формате сетевой публичности. *Ярославский Педагогический Вестник*, 1, 337–340.

Ефремов, В. А. (2014). О новых формах наивной лингвистики в эпоху интернета. *Антропологический Форум*, 21, 74–81.

Каминская, Т. Л. (2021). Журналистика соучастия и современная партийная повестка. *Вестник Воронежского Государственного Университета. Серия: Филология. Журналистика*, 1, 96-99.

Кириленко, Г. Г. (2018). Рефлексивный миф как особый конструкт современной культуры. *Философия и культура*, 5, 71–80. https://doi.org/10.7256/2454-0757.2018.5.25565

Комякова, Е. (2019). *«Они меня кормят и поят»: Вася Ложкин рассказал, чем обязан котам*. Комсомольская Правда. https://www.nsk.kp.ru/daily/26978.7/4037120/

Кузнецова, Е. И. (2014). Современное концептуальное искусство: Тренды развития. В Л. М. Дмитриева (Ред.), *Творчество молодых: Дизайн, реклама, информационные технологии: Сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, Омск, 22–24 Апреля 2014 года* (сс. 22–24). Омский государственный технический университет.

Ложкин, В. (б. д.). *Обо мне [About us]*. http://vasya-lozhkin.ru/about/

Ложкин, В. (2015). *КОТастрофа, или Жызнь и удивительные приключения котов В.…* Питер.

Новикова, Т. С., Прудкая, В. В., Сигалов, М. М., Титова, Т. М., & Булякова, И. А. (2023). Настольная игра: От идеи до реализации. *Системный анализ в науке и образовании*, 3, 45–59.

Осьмухина, О. Ю., & Трушкина, А. П. (2022). Котики в истории русской культуры: От фольклорного образа к интернет-мему. *Медийные Процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспективы: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 15 Мая 2021 года / Московский педагогический государственный университет*, 155–166.

Павлина, С. Ю. (2023). Функционирование прецедентных феноменов в визуальной политической коммуникации. *Вестник ВГУ Серия Лингвистика и Межкультурная Коммуникация*, 1, 93–101. https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/1/93-101

Погорелый, А. П. (2022). Деидеологизация и реидеологизация: Мировой и отечественный опыт. *Социально-Политические Науки*, 12(4), 77–81. https://doi.org/10.33693/2223-0092-2022-12-4-77-81

Попова, С. Н. (2019). Настольная игра как прикладной аспект медиаобразовательной деятельности. *Знак: Проблемное Поле Медиаобразования*, 2, 41–46.

Прилукова, Е. Г. (2012). Природа символической политики. *Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал)*, 5, 16.

Сергеева, О. В. (2023). Социология визуального: Зрение, взгляд, изображение в цифровую эпоху. *Вестник Санкт-Петербургского Университета. Социология*, 16(2), 131–134. https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.201

Сиркия, Н. П. (2018). Политический дискурс vs политический интернет-дискурс: Сходства и различия (когнитивный аспект). *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 7, 137–142.

Тарасов, А. (1998). Черная кошка на красном фоне. *Провинциальные впечатления*, 10, 154–159.

Тихонова, С. В. (2023). Сентиментальный визуальный контент новой нормальности: Как цифровые котики одомашнивают кризисы. *Вестник Санкт-Петербургского Университета. Социология*, 16(2), 149–167. https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.203

Тихонова, С. В., & Артамонов, Д. С. (2020). Котики в сетевой мемологии: Макрокод или знак регистра? *Зверь как символический ресурс. Интерпретация культурных кодов: 2020. Сборник трудов по итогам конференции*, 203–209.

Фомин, Ф. И., & Ильин, М. В. (2016). Зачем семиотика политологам? *Политическая Наука*, 3, 12–29.

Ходанович, В. Н. (2014). Концепции деидеологизации и реидеологизации и современность. *Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании*, 1, 61–66.

Шарков, Ф. (2016). Визуализация политического медиапространства. *Полис. Политические исследования*, 5, 97–107. https://doi.org/10.17976/jpps/2016.05.08

Щербинина, Н. Г. (2012). Визуальный феномен в политической репрезентации. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, 3, 5–13.

Эпштейн, А. Д. (2018). Арт-активизм третьего срока Путина. Наследники московского концептуализма и соц-арта в XXI веке. *Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре*, 1, 219–237.

References

Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. SAGE Publications, Ltd. https://doi.org/10.4135/9780857020284

Berge, L. C. L. (2023). *Marx for Cats: A Radical Bestiary*. Duke University Press.

Dashidorzhieva, B. V. (2017). Lacunarity of Collective Identity of Art Communities (In Case of Art Communities "Mitki," "Fluxus," "Gutai" and "The New Wilds"). *Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Art*, 40, 131–139. (In Russian).

Dorofeev, D. Yu., & Semenova, V. N. (2020). The image of man and the visualization of political communication in the postmodern era. *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, 36(4), 687–699. https://doi.org/10.21638/spbu17.2020.407 (In Russian).

Efremov, V. A. (2014). New Forms of 'Naïve Linguistics' in the Internet Age. *Forum for Anthropology and Culture*, 21, 74–81. (In Russian).

Emmison, M., Smith, P., & Mayall, M. (2012). *Researching the Visual*. SAGE Publications Ltd. https://doi.org/10.4135/9781473913899

Epstein, A. D. (2018). Art-activism of Putin's third term. Heirs of Moscow conceptualism and social art in the 21st century. *Untouchable stock. Debates on Politics and Culture*, 1, 219-237. (In Russian).

Ermolin, E. A. (2017). New Transparency: a Creative Person in the Network Publicity Format. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 1, 337–340. (In Russian).

Fomin, F. I., & Ilyin, M. V. (2016). What can semiotics contribute to political science? *Political Science (RU)*, 3, 12–29. (In Russian).

Goguadze, M. G. (2019). Visual Representation of Political Processes. *Proceedings of the Southwest State University. Series: History and Law*, 9(5), 145–151. (In Russian).

Gordeeva, E. V. (2019). Animalistic art: the problems of terminology and genre frames. *The Art of Eurasia*, 4. https://doi.org/10.25712/ASTU.2518-7767.2019.04.021 (In Russian).

Gorelova, I. A. (2023). Application of educational potential of board games in the study of history (from work experience). *Pedagogicheskiy Poisk*, 7, 31–34. (In Russian).

Hernández-Cuevas, E. (2021). The pertinence of studying memes in the social sciences. *Revista [IN]Genios*, 7(2), 1–12.

Kaminskaya, T. L. (2021). Complicity Journalism and Contemporary Party Agenda. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 1, 96–99. (In Russian).

Khodanovich, V. N. (2014). Concepts of de-ideologization and re-ideologization and modernity. *Contemporary problems and ways of their solution in science, production and education*, 1, 61-66. (In Russian).

Kirilenko, G. G. (2018). Reflexive myth as a particular construct of modern culture. *Philosophy and Culture*, 5, 71–80. https://doi.org/10.7256/2454-0757.2018.5.25565 (In Russian).

Komiakova, E. (2019). "*They feed and drink me*": *Vasya Lozhkin told what he owes to the cats*. Komsomolskaya Pravda. https://www.nsk.kp.ru/daily/26978.7/4037120/ (In Russian).

Kuznetsova, E. I. (2014). Contemporary Conceptual Art: Development Trends. In L. M. Dmitrieva (Ed.), *Creativity of the Young: Design, Advertising, Information Technologies: Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference of Students and Postgraduates, Omsk, April 22-24, 2014.* (pp. 22–24). Omsk State Technical University Press. (In Russian).

Lozhkin, V. (2015). *CATastrophe, or Life and Amazing Adventures of Cats in....* Piter Publ. (In Russian).

Lozhkin, V. (n. d.). *About us*. http://vasya-lozhkin.ru/about/ (In Russian).

MacDougall, D. (1998). *Transcultural Cinema* (L. Taylor, Ed.; 1st ed.). Princeton University Press. https://doi.org/10.1515/9781400851812

Novikova, T. S., Prudkaya, V. V., Sigalov, M. M., Titova, T. M., & Bulyakova, I. A. (2023). Board game: from idea to implementation. *System Analysis in Science and Education = Sistemnyj analiz v nauke i obrazovanii*, 3, 45–59. (In Russian).

Osmukhina, O. Y., & Trushkina, A. P. (2022) Kotiki in the History of Russian Culture: From Folklore Image to Internet Meme. *Media Processes in the modern humanitarian space: approaches to the study, evolution, prospects : proceedings of the VII All-Russian scientific-practical conference, Moscow, May 15, 2021 / Moscow Pedagogical State University*, 155–166. (In Russian).

Pavlina, S. Yu. (2023). Functional Perspective on Precedece-Setting Tokens in Visual Political Communication. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 1, 93–101. https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/1/93-101 (In Russian).

Pogorely, A. P. (2022). Deideologization and Reideologization: World and Domestic Experience. *Sociopolitical Sciences*, 12(4), 77–81. https://doi.org/10.33693/2223-0092-2022-12-4-77-81 (In Russian).

Popova, S. N. (2019). Board game as an applied aspect of media education activity. *Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2, 41–46. (In Russian).

Prilukova, E. G. (2012). Nature of Symbolic Politics. *Russian Journal of Education and Psychology*, 5, 16. (In Russian).

Rhode, M., Lent, J. A., & Bullough, J. (2023). *Comics Research Bibliography 2022 E-book Edition*. ComicsDC. http://archive.org/details/crb-2022-final-edition

Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (Fifth, Ed.). Sage Publications.

Scherbinina, N. G. (2012). The visual phenomenon in political representation. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 3, 5–13. (In Russian).

Sergeeva, O. V. (2023). Sociology of the visual: Vision, view, image in the digital age. Introduction to the thematic section. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 16(2), 131–134. https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.201 (In Russian).

Sharkov, F. I. (2016). Visualization of Political Media Space. *Polis. Political Studies*, 5, 97–107. https://doi.org/10.17976/jpps/2016.05.08 (In Russian).

Sirkia, N. P. (2018). Political discourse vs political internet discourse: Similarities and differences (cognitive aspect). *Izvestiya Volgogradskogo Gosudarstvennogo Pedagogical University*, 7, 137-142. (In Russian).

Tarasov, A. (1998). A black cat on a red background. *Provincial Impressions*, 10, 154-159. (In Russian).

Tikhonova, S. V. (2023). Sentimental visual content of the new normality: How digital cats domesticate crises. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 16(2), 149–167. https://doi.org/10.21638/spbu12.2023.203 (In Russian).

Tikhonova, S. V., & Artamonov, D. S. (2020). SEALs in network memology: Macrocode or case sign? *Beast as a symbolic resource. Interpretation of cultural codes: 2020. Proceedings of the conference*, 203-209. (In Russian).

Trammell, A., Torner, E., & Waldron, E. L. (2016). *Analog Game Studies: Volume I*. Lulu.com.

Veselkova, N. V. (2017). Methodological Guidelines of Visual Studies. *Dokument. Arkhiv. Istoriya. Sovremennost*, 17, 303–323. (In Russian).