

## УНІВЕРСАЛЬНА ТЕОРІЯ КОТИКІВ В ІНТЕРНЕТІ

На обкладинці книжки використано фотографію Левчика — котячого мера Львова. Левчик живе в міській раді Львова, зустрічає міжнародні делегації й дуже любить подарунки.

ЕЛІЗ ВАЙТ

*Універсальна*  
**ТЕОРІЯ КОТИКІВ**  
*в інтернеті*

**ЯК КУЛЬТУРА ВПЛИВАЄ  
НА ТЕХНОЛОГІЇ І НАВПАКИ**

*Переклала з англійської  
Євгенія Кузнецова*

«НАШ ФОРМАТ» · КИЇВ · 2023

УДК 316.7(02.062)

В 14

### Вайт Еліз

В 14 Універсальна теорія котиків в інтернеті. Як культура впливає на технології і навпаки / пер. з англ. Євгенія Кузнецова. — К. : Наш Формат, 2023. — 144 с.

ISBN 978-617-8115-25-8 (паперове видання)

ISBN 978-617-8115-26-5 (електронне видання)

«Крізь терни до інтернет-зірок» — це скорочена версія котячої історії. А якщо розгорнутіше — протягом століть ці тварини асоціювалися з темрявою і чужинністю, а наприкінці 1990-х стали символом інтернету.

Чому так? Як котики перетворилися на зірок соцмереж і символ, який зрозуміє кожен? У чому секрет успішності Сердитої Киці, Ліл Баб, Полковника Нява? Хоча й українські кіт Степан і Левчик із Львівської мерії теж не пасуть задніх у популярності. Як тварини «колонізували» інтернет і захопили перші шпальти New York Times?

Із цієї книжки ви дізнаєтеся нетривіальну історію котячого онлайн-панування: від скептичних аутсайдерів до милих котолубів, від японізму до тролінгу й мемовства, від Hello Kitty до Black Metal Cats. Також довідаєтеся, чому «універсальна теорія» — це іронія, а в інтернет-котів, на відміну від лгендарних, не дев'ять життів, а три.

УДК 316.7(02.062)

Перекладено за виданням: E. J. White. *A Unified Theory of Cats on the Internet* (California, Stanford University Press, 2020, ISBN 9-781-5036-0463-6).

A Unified Theory of Cats on the Internet, by E. J. White, published in English by Stanford University Press. This translation is published by arrangement with Stanford University Press, [www.sup.org](http://www.sup.org).

Усі права застережено. All rights reserved  
© 2020 by the Board of Trustees of the Leland Stanford Junior University  
© Сауман Рома, фото на обкл., 2023  
© Кузнецова С., пер. з англ., 2023  
© ТОВ «НФ», виключна ліцензія на видання, оригінал-макет, 2023

ISBN 978-617-8115-25-8 (паперове видання)  
ISBN 978-617-8115-26-5 (електронне видання)

# Зміст

<i>Вступ</i> .....	9
1 Символічна історія сердитих котів .....	21
2 Велика різанина локотиків .....	34
3 Неймовірно онлайнві котики .....	48
4 Три життя інтернет-котів .....	79
<i>Епілог. Пізні укутовлення</i> .....	109
<i>Подяки</i> .....	112
<i>Примітки</i> .....	114

Уявімо довжелезного кота, який простягається від Нью-Йорка до Олбані. Якщо ви потягнете його в Нью-Йорку за хвоста, то він нявкне в Олбані. Отак і працює телеграф. А бездротовий зв'язок — це точнісінько те саме, тільки без кота.

«Записки штаб-квартири»,  
The Commercial Telegraphers' Journal  
(квітень 1924 року)

## Вступ

**Н**ещодавно я перечитувала список бестселерів New York Times за останні десять років. Із 17 грудня 2006 до 17 грудня 2016 року в цей перелік потрапили п'ятнадцять книжок про собак. Видання провели там загалом 118 тижнів<sup>1</sup>. За той самий період у список бестселерів потрапила тільки одна книжка про kota — на два тижні<sup>2</sup>.

Недивно, що собаки пробиваються в бестселери. (Зараз навіть ті, хто не читав «Марлі та я», усе одно не-свідомо знають сюжет.) Цікаво, що хітів про собак так багато, хоч коти тримають безперечну першість у світовій мережі. Поки собаки спокійно панують у світі друкованих книжок, користувачі інтернету одноголосно, знову і знову висувають kota в улюбленці цифрового світу — у формі картинок, смайликів, мемів і восьмибітних котиків Нянів, що бігають екраном. Собаки з книжок, а коти — із байтів. Як так сталося?

Котяче інтернет-панування — це факт, який легко виміряти, але водночас це й міф, символ і рушійна сила ринку

уваги. Лолкотики, найзнаменитіші інтернет-меми, стали незалежною індустрією, що виробляє безкінечний потік мерчу: футболки, постери, кружки, книжки і навіть лолкотячу біблію. Звісно, лолкотики навряд започаткували популярну концепцію інтернет-мему як такого, і для багатьох інтернет-користувачів, особливо так званих «цифрових іммігрантів» — людей, які почали користуватись інтернетом уже в дорослому віці, — котики і є вичерпним досвідом мемовознавства. На час написання цієї книжки більшість інтернет-знаменитостей — це коти. Серед них Мару, Допитлива Зельда, вусатий кіт Гамільтон, Венера, Полковник Няв та нещодавні зірки Ліл Баб і Сердита Киця<sup>\*3</sup>. З останньою продають мерч, про неї зробили кіно, у неї були високопоставлені друзі: коли кицька померла, за нею тужили як традиційні, так і нові медіа.

Перетворення kota на головного інтернет-улюбленця, або «тотемну тварину» інтернету, як писали 2014 року у *Washington Post*, можна використовувати (його й використовують) як довільний символ онлайн-реальності<sup>4</sup>. На обкладинці книжки поета Кеннета Голдсмита «Марнуючи час в інтернеті» (*Wasting Time on the Internet*, 2016) зображено кошеня, хоча коти там узагалі не згадуються<sup>5</sup>. Видавець розумів, що аудиторія «зчитає» цей символ без пояснень<sup>6</sup>. Зображення цих тваринок супроводжували статті про інтернет в *Economist* і *New York Times*, хоча, знову ж таки, котів там згадували побіжно або вони й зовсім не фігурували. Коти просто слугують доступним символом, який зрозуміє аудиторія, і нових медіа, і традиційних<sup>7</sup>.

---

\* А серед українських популярних котів можна згадати kota Степана, Левчика (котячого мера Львова), Інжира (мальованого персонажа), пані Булочку. — *Прим. ред.*

Бен Сміт у статті Foreign Policy 2013 року теж скористався символом kota, щоб розповісти про інтернет і майбутнє журналістики: «Коли я наприкінці 2011-го прийшов працювати в BuzzFeed, багато хто цікавився, чому це я із серйозного видання Politico подався на сайт, відомий своєю любов'ю до Раяна Г'ослінга та витонченим захопленням картинками котиків». Фраза про картинки котиків означає тут надмірну розкутість інтернету. Вона має звучати абсурдно: це підколка тих читачів, які вважають, що серйозні ідеї потребують серйозної форми, тоді як більшість інтернет-контенту поверхова й безглузда. Нові медіа ж можуть поєднувати серйозну роботу з безглуздим дозвіллям, переконує читачів Сміт: «Тож не думайте, наче просто через те, що в інтернеті повно картинок котів, хороша журналістика на ладан дише»<sup>8</sup>.

Рекламне гасло реддіту, популярної соцмережі, звучить так: «Приходь за котиками, лишайся через емпатію»<sup>9</sup>. Журналісти часто жартують: «Як нам усім відомо, інтернет складається з котів»<sup>10</sup>. Рейтинг дописувачів BuzzFeed зроблений у формі шкали під назвою «котяча сила»<sup>11</sup>. Протягом певного часу вона з'являлася поруч з іменем кожного дописувача як шкала від одного до п'яти знаменитих котів — Сердита Киця, Ліл Баб і Полковник Няв. У BuzzFeed пояснюють: «Як відомо, інтернет працює переважно на котячій енергії, тому котяча сила BuzzFeed — це ваш офіційний рейтинг у нашій спільноті. Що частіше ваша стаття потрапляє на першу сторінку і що кращі пости ви пишете, то більша ваша котяча сила»<sup>12</sup>. Те, що на BuzzFeed з'являється десь порівну картинок собак і котів, не так важливо: це не впливає на значущість словосполучення «котяча сила». Справді, можна навіть



оцінити котячу силу в інтернеті, поглянувши, як по-різному це словосполучення використовують онлайн (в ілюстраціях, назвах, журналістських текстах і посиланнях) та в реальному житті.

Візьмімо до уваги суперсучасну лабораторію Google X-Lab у 2012 році: науковці дослідили «глибинне навчання», щоб з'ясувати, чи може комп'ютер розпізнавати форми й поняття без того, щоб йому спершу згодували дані для тренування із цими формами та даними. Дослідники використовували три поняття, щоб випробувати нейромережу комп'ютера: обличчя й тіло людини та морду кота<sup>13</sup>. (Дослід удався: переглянувши 20 тисяч випадково вибраних популярних відео з ютубу, нейромережа згенерувала розмите, як Туринська плащаниця, цифрове зображення середньостатистичної котячої морди, за допомогою якої можна було розпізнавати котів. «Ми ніколи не вказували на те, що це кіт, — каже один з учасників в інтерв'ю New York Times. — По суті, мережа винайшла поняття кота»<sup>14</sup>.) Той факт, що дослідники з Google, займаючись розробленням неймовірно амбітного проекту штучного інтелекту, вирішили, що нейромережа має спершу навчитися розпізнавати котів, багато що каже про гік-культуру й суспільні норми інтернет-доби.

Традиційні медіа писали про те, як гік-культура зайнялася котами. У 2005 році New York Times заявила: «Коти — це тотемні тварини інтернету. Вони всюди»<sup>15</sup>. CBS News у 2013-му зняли телесюжет «Відео котів заповнили інтернет і світ маркетингу», де процитували статистику компанії з виробництва їжі для домашніх улюбленців Friskies (яку важко перевірити): «15% інтернет-трафіку займають коти»<sup>16</sup>. У тому самому році рекламна агенція

в гумористичному відео оголосила, що відкриває відділ, який займатиметься відео котів. «Усе йде до відео котів, — розповідають у рекламі. — До 2015 року вони становитимуть 90 % контенту в інтернеті. Це доведений факт»<sup>17</sup>.

Такі тенденції підштовхнули серйозних дослідників медіа розробляти теорії про інтернет і водночас про котів. Дослідник соціальних медіа Ітен Цукермен описує свій найцитованіший вислів про цензуру й медіа за участю аудиторії як «теорію милих котиків, що пояснює цифровий активізм». (У підзаголовку однієї зі статей він іронічно заявляє, що «інтернет складається з котів»<sup>18</sup>.) Кейт Мілтнер, у 2011 році студентка Лондонської школи економіки, а тепер видатна дослідниця медіа, написала магістерську про локотиків<sup>19</sup>. У 2015-му Музей рухомого зображення в Нью-Йорку організував виставку «Як коти захопили інтернет», куратором якої був геніальний Джейсон Іппінк<sup>20</sup>.

Розвиток того, що Wired назвав «котопромисловим комплексом», ще цікавіший, якщо порівняти його із собачо-промисловим комплексом друкованих медіа<sup>21</sup>. Спершу я звернула увагу на їхню несхожість, щоб довести собі: моє упередження щодо котів (я пожиттєва собачниця) цілком виправдане. Чому б книжкам, які якщо не *кращі* від цифрових медіа, то точно поміркованіші, мудріші, ретельніше підготовані, справді не розвиватися під зіркою собак? Книжки потребують тривалої уваги, такої, що переносить читача в іншу реальність. До того ж собаки славляться своєю відданістю — вони дають нам саме таку увагу. Та, занурюючись у світ інтернету й інтернет-котів, я дійшла висновку: питання про те, як коти запанували в інтернеті, глибше, аніж здається на перший погляд.

«Універсальна теорія котиків в інтернеті» — перша книжка, яка досліджує історію сходження цих тваринок на п'єдестал улюбленців. Праця має чітку хронологічну структуру. У кожному розділі розглянуто конкретну тему, що відстежує історію котів як інструментів «семіотичної партизанської війни». Це поняття вжив Дік Гебдідж, запозичивши його в Умберто Еко<sup>22</sup>. Одна з головних ідей книжки — дослідити інтернет-котів як складник вивчення спільнот, що створили цифровий світ, може багато розповісти про те, як культура впливає на технології і навпаки — як технології формують культуру. У західній культурі котів століттями вважали символами печалі, люті й відчуження. У спільнотах, що доклалися до створення інтернету, було багато аутсайдерів, які йшли проти течії. Різка іронія та відчуження були частиною їхньої особистості. З огляду на те, що інтернет так сильно залежить від спілкування — від мікрорівня обміну символами до макрорівня медіаплатформ, історія інтернет-котів переплетена із соціальною і технологічною історією всього інтернету.

Імовірно, найважливіший аспект цієї історії — факт, який тепер здається очевидним, хоча колись здавався нелогічним: інтернет має соціальну функцію. «Одна з неочікуваних властивостей комп'ютеризації, — писали 1986 року в *Harvard Business Review*, — полягає в тому, що це суспільне заняття». Підприємства, що видали працівникам комп'ютери, з'ясували, що люди хочуть використовувати нові технології, щоб говорити між собою і розглядати загальні питання, а не шукати конкретних відповідей: «Люди зазвичай сприймають комп'ютери як інструменти з конкретними функціями для розрахунків і зберігання даних. Але, вивчаючи комп'ютери на підприємствах

та в закладах освіти, ми з'ясували, що люди користуються ними як багатоцільовими інструментами, щоб збирати й поширювати інформацію, говорити з іншими»<sup>23</sup>.

Коти — це символ безглуздої онлайн-соціалізації. Він узагалі *знадобився*, бо безглузда соціалізація стала сюрпризом для тих, хто «так довго слухав про холодність і безособовість комп'ютера»<sup>24</sup>. Із 1970-х до початку 1990-х дослідження використання комп'ютерів зосереджувалося на питанні, чи комп'ютери полегшують колективам виконання завдань. До подиву дослідників, відповідь часто була негативною<sup>25</sup>. Одна з перших книжок на тему спілкування через комп'ютери «Мережева нація» (The Network Nation, 1978) допомагає поглянути на повсюдну нині практику прокрастинації в інтернеті, окрім серйозної роботи онлайн через внутрішні мережі: дотепи та балачки; смішні віршики на актуальні теми; офтоп, суперечки по колу, де не буває переможців; спалахи лайки; експерименти щодо ідентичності під псевдонімами; поширення дотепних картинок, наприклад мистецтво зображати північних оленів на святкуванні Різдва через ASCII<sup>26</sup>.

Як зауважено в книжці, обміну повідомленнями через комп'ютер бракує особистої інформації, як-от жестів, виразу обличчя, і це створює перешкоди для гумору, вираження почуттів і соціального спілкування<sup>27</sup>. Але користувачі ARPANET та інших раних комп'ютерних мереж таки отримували задоволення від спілкування і вкладали достатньо зусиль у розвиток приемного собі простору та стилю комунікації. Ще тоді в ARPANET почали створювати розсилки про фантастику, дегустацію вин та інші розваги, які навряд можна було вважати предметом досліджень<sup>28</sup>. Університети, що користувалися мережею, намагалися

боротись із цим, але їм нічого не вдалося. Довільне спілкування, яке так дивувало дослідників на початку, стало потужною рушійною силою для розвитку інтернету: воно було не супутнім явищем, а причиною цього розвитку. Зрештою, користувачам така комунікація подобалась і вони її прагнули. Комп'ютери — це машини, що копіюють інші машини й легко піддаються змінам, тому історія комп'ютеризації — це насамперед «історія груп людей, які бачили в комп'ютерах потенціал для здійснення своїх планів і прагнень»<sup>29</sup>.

Інтернет-котики як символ таких прагнень, символ дозвілля, а також часом символ *японістського* технодернізму, повстання молодих, кіберпанкової агресії, дивакватості й переродження, що колись відрізняли інтернет-культуру на тлі мейнстріму, є свідченням того, що коли мережеві технології стали доступними для всіх, з'явилися усталені для всієї інтернет-культури естетичні цінності та суспільні символи. Котики також показують, як ті ранні спільноти намагалися відгородитися від новачків, які дедалі більше користувалися мережевими технологіями й кількісно скоро могли переважити нові медіа.

Термін «універсальна теорія» — це іронія. Пробувати розробити універсальну теорію для цього вільного спілкування, протесту й переродження, що відбувається в інтернеті, — це все одно, що намагатися спіймати в тенета море. Якщо цій книжці щось і вдасться, то це створити наратив навколо соціальної стратифікації в інтернеті. Як показують історики, основні тенденції розвитку комп'ютерних технологій часто зароджувалися не в мейнстрімних установах, а в субкультурах, контркультурах і новостворених стартапах<sup>30</sup>. Історія інтернет-культури, а зокрема

тепер уже застарілої ідеї про те, що інтернет вирізняється на тлі мейнстриму, може допомогти нам краще зрозуміти особливі явища, що з'явилися в інтернеті, — як-от тролінг і меми. Вивчення історії може також прояснити нам, як інструмент для конкретної роботи, що користувачі пристосували для спілкування, може стати нашою основною системою «постачання» дивакуватості. Через символізм інтернет-котиків ця книжка шукає приховані наративи упереджень, внутрішньогрупового спілкування й міжкультурного упізнання одне одного в інтернеті.

А тепер деякі застереження й зізнання.

Спершу застереження: ця книжка не про котів, а радше про інтернет. Тут дуже мало написано про котяче життя офлайн і багато — про такі теми, як *медіація*, *партисипативна культура* й *естетика хакерства*. Почавши роботу над цією книжкою, я взяла височенну стопку книжок про котів у бібліотеці ветеринарного коледжу Корнельського університету. («У мене є кицька, — сказала мені бібліотекарка. — Друзі кажуть, щоб я зробила її відомою на весь інтернет». Потім вона показала мені фотографію найбільшої кицьки, яку я коли-небудь бачила.) виявилось, що книжки про котів не особливо допомагають зрозуміти явище інтернет-котиків. Натомість допомагали книжки про контркультуру Японії, Кремнієвої долини, про панк-музику та соціологічні дослідження про дотримання кордонів.