

УДК 379.851

DOI: 10.29039/2413-1741-2024-10-2-143-155

**«ГДЕ ЗАПИСЫВАЮТ В КОШАЧЬИ ИМПЕРАТОРЫ?»:
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБРАЗОВ ЖИВОТНЫХ В СОВРЕМЕННОМ
БРЕНДИРОВАНИИ МУЗЕЕВ И ДОСУГОВЫХ ПРОСТРАНСТВ**

Попова А. Д.

*Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина,
г. Рязань, Российская Федерация
E-mail: a.d.popova@mail.ru*

Рассматривается использование образов котов в процессе популяризации музеев. Автор изучил практику работы нескольких известных музеев – Эрмитажа, дома-музея Анны Ахматовой на Фонтанке, Выборского замка, археологического заповедника «Херсонес Таврический». Проанализированы ряд страниц в социальных сетях в Вконтакте и Одноклассники, в том числе социальные страницы кота Мостика, котов Херсонеса, кота Филимона из Выборского замка. Использование образа котов в этих и других музеях стало популярным способом привлечения внимания потенциальных посетителей. Выделены несколько приемов подобной маркетинговой работы музеев: ведение социальных страниц от имени животных и проведение конкурсов и мероприятий, связанных с котами. Автор приходит к выводу, что обращение к образу этих домашних животных является отображением общей многоплановой культурной трансформации общества. В частности, музеи и библиотеки все больше выполняют роль учреждений досуга, а не просто мест хранения информации и исторических ценностей. Большую роль играет изменение места домашних животных в жизни людей: из работников они превратились в любимцев. Имеет значение изменение системы общественных ценностей: на смену проповедования бытового аскетизма пришло признание желания комфортной жизни и уюта, что особенно сделало популярными животных, вызывающих ассоциации с домашним уютом.

Ключевые слова: музеи, музейный маркетинг, коты, кот Мостик, коты Херсонеса, кот Филимон, эрмики.

Современное музейное дело – это динамичная, стремительно развивающаяся сфера деятельности. В современном обществе существует спрос на интеллектуальные формы досуга, к таким можно отнести посещение музея, библиотеки, экскурсии, интересного квеста или интерактивного занятия. Многие традиционные учреждения культуры, такие как библиотеки и музеи преобразуются как внешне, так и по форме своей работы. Если говорить о современных библиотеках, то они уже давно перестали быть просто хранилищем книг. Это уже многофункциональное пространство, которое соединяет в себе выставочное пространство, место проведения различных мероприятий и общественных пространств: «В результате мы видим уже не просто библиотеку, а некое универсальное учреждение досуга, в котором можно провести время, независимо от того, связан ли запрос потребителя с книгой (уже вряд ли можно назвать его просто читателем) или же он желает просто отдохнуть» [1, с. 104].

То же самое можно сказать и о современном музее. Традиционное представление о музее как помещении, где в витринах выставлены немые свидетели старины, уходит в прошлое. Сейчас в музее можно не только увидеть исторические артефакты, но и послушать интересную лекцию или концерт, получить новые навыки на мастер-классе, принять участие в интерактивном занятии. В то же время поиск новых посетителей остается для музеев актуальным вопросом. Как верно отмечает В. Ю. Корнева: «Современная массовая культура все больше ориентирует музей на релаксационные и гедонистические функции. В подобных условиях успех музея во многом определяется количеством посетителей» [2, с. 150]. Поэтому и в плане маркетинга музеи тоже ищут новые формы работы. Большую роль в развитии маркетинга музея играют такие формы работы как печатание различных брошюр, путеводителей, предоставление возможности купить копии и реплики исторических предметов, организация кафетерия и парковки [3, с. 64].

Одной из таких новых тенденций, получивших распространение, стало использование образа животных. И лидером в этом процессе оказались кошачьи. Образ этих животных стал активно использоваться в привлечении посетителей. Во многом это связано с трансформацией в бытовой культуре отношения к домашним животным. Развитие техники, улучшение бытовых условий сильно изменили статус животных в доме человека. Раньше животных держали больше с практической целью. И хотя кот, свернувшийся на печке в деревенском доме, традиционно воспринимался как символ уюта, у него была своя трудовая функция: они нужны были для ликвидации грызунов, которые представляли угрозу домашним запасам.

Можно говорить о некоей культурной революции по отношению к животным в сознании людей, которая ярко отражает трансформацию всей нашей жизни. Процесс урбанизации изменил статус собак и кошек, из работников они превратились в домашних любимцев, которые не обременены выполнением своих природных функций, зато окружены заботой и любовью. По данным ВЦИОМ коты и кошки являются самыми распространенными домашними питомцами [4, с. 138]. Человеческая жизнь стала проще, уровень доходов позволяет тратить часть денег и на домашних любимцев. Массовая культура проникает и во взаимоотношения между людьми и животными. Как справедливо замечает искусствовед Д. А. Попов, массовую культуру надо относить к экономике, а не к художественной деятельности: «Обусловленность ее существования экономическими факторами определяет ее первичную нацеленность на получение выгоды и прибыли, опирающихся, в свою очередь, на успех у публики» [5, с. 49].

В экономике родилась целая сфера по изготовлению товаров для животных, предоставлению им услуг. Если раньше домашний кот драл когти о ствол дерева, воду пил из миски, которая отслужила свой век на кухне, а спал на печке или старом пальто, то теперь заботливые хозяева покупают коготочки, специальные мисочки и поилки, домики, лежанки и прочее. Кошек и собак водят не только к ветеринарам, но и к парикмахерам и даже портным: некоторые породы требуют и специальной одежды. Реклама настойчиво внушает владельцам домашних животных, что без этого лохматые любимцы не смогут обойтись.

Даже психологически отношение к животным изменилось. В социальных сетях множество страниц, посвященных домашним питомцам, в которых явно прослеживается традиция очеловечивания животных, то есть их владельцы наделяют своих любимцев человеческими качествами. Владельцы котов и собак даже называют себя котомами или котопапами, некоторые создают от имени своих любимцев странички в социальных сетях [6, с. 112].

Нельзя не отметить еще одну трансформацию в общественном сознании. Отказ от идеологии строительства коммунизма изменил палитру общественных ценностей. Если раньше превалировали идеи трудовых побед, бытового аскетизма, верности коммунистическим идеалам и на этом фоне все, что связано с домашним уютом, рассматривалось как проявление мещанства и довольно резко осуждалось. В современном обществе произошло растабулирование некоторых стремлений и желаний, в том числе идея бытового комфорта стала не осуждаться, а использоваться в коммерческих целях. Даже в таких героических темах, как подвиги советских людей в годы войны, стали проникать более мягкие нотки, освещаться сюжеты, которые ранее считались несерьезными. Например, многие СМИ стали рассказывать о роли животных в победе над врагом, в том числе большое распространение получили рассказы о кошках, которые спасали Ленинград от крыс или о фронтовом коте Рыжике, служившим на зенитной батарее слухачом. Стало не стыдным хотеть уюта и комфорта, и поэтому животные, которые в наибольшей степени ассоциируются с этими понятиями, то есть коты и кошки, на мягких лапках настойчиво стали входить в массовую культуру потребления. Не случайно изображение этих животных можно встретить и в рекламе, и на одежде. Кошачьи мордочки смотрят на нас с футболок, платьев, сумок. Если использовать тезис исследователей Л. В. Бескровной и Н. А. Лукьяновой, что «визуальные образы благополучия акцентируют социальную составляющую благополучия», то мы можем сказать, что такое массовое проникновение визуальных образов котов на предметы повседневного потребления может свидетельствовать о выходе наружу потребности в уюте и комфорте [7, с. 27].

С развитием Интернета коты, беззастенчиво пользуясь своей необычной гибкостью, проникли и в него. Установлено, что «котики» стали очень популярной темой почтовых рассылок. Закономерно, что газета The New York Times назвала изображения кошки «базовым строительным элементом Интернета» [8, с. 112].

Эти новые традиции в человеческой культуре в системе взаимоотношений человек-животное нашли отражение и в работе музеев. Животные используются для повышения своей популярности. Одним из первых эту традицию заложил Эрмитаж. Коты в Зимнем дворце появились еще в XVIII веке. Грызуны не считали нужным считаться с императорским статусом этого здания и сильно досаждали в том числе и членам царского дома. По приказу Екатерины II из Казани во дворец были доставлены коты для ловли мышей. Усатый призыв успешно справился со своей задачей, и содержание котов стало традицией для Зимнего. В годы Великой Отечественной войны в условиях блокады практически все домашние животные были истреблены. Полчища крыс создавали угрозу жизни и здоровью ленинградцев,

а также историческим ценностям в музеях. Пришлось опять объявлять кошачий призыв. Из Ярославля, а потом и из Сибири были доставлены несколько вагонов с животными, часть из которых передали в музеи. У бойцов хвостатой гвардии был свой противник, которому они дали бой и смогли освободить город от серой опасности.

В настоящее время в подвале Зимнего дворца проживает несколько десятков мурок и барсиков. Для них выставляется корм и вода, в случае необходимости приглашается ветеринар, у каждого лохматого сотрудника есть своя миска и спальное место, им делаются необходимые прививки. В бюджете музея имеется особая строка расходов на содержание пушистой гвардии. Хвостатые в залы музея не допускаются (если только в сопровождении сотрудников охраны и пресс-службы, чтобы сделать красивые фотографии), но они превратились в один из брендов первого музея страны и северной столицы. Обитатели дворца получили название эрмиков. Рядом с воротами во двор Эрмитажа можно увидеть уникальный дорожный знак: «Осторожно, кошки!».

Эрмитаж стал не единственным петербургским музеем, в котором не просто поселились коты, а стали их хранителями и символами. В Петропавловском соборе долгое время жила трехцветная кошка по имени Капитолина. В доме-музее на Фонтанке Анны Ахматовой традиционно обитают несколько рыжих котов. В Выборгском замке, ставшим музеем, долгое время посетителей встречал рыжий кот Филимон, или как его называли сэр Филимон. У него был статус полноправного сотрудника: оформлена трудовая книжка, сшито зимнее форменное пальто. Большая кошачья колония (или как их называют пользователи Интернета – котогарнизон) живет в археологическом комплексе «Херсонес Таврический» в Севастополе. Многие животные имеют клички античных богов или правителей – Зевс, Цезарь, Крис, Гермес, Персей. Для котогарнизона построена специальная казарма – двухэтажный домик, в котором можно комфортно проводить прохладные зимние дни. Свои хвостатые сотрудники имеются в разных подразделениях Музея обороны Севастополя (на Сапун-горе, Малаховом кургане).

Можно отметить, что российские музеи являются не единственными, где сформировалась подобная традиция. В Турции, в Анталии, в музее археологии целая кошачья команда не просто приветствует гостей, но очень по-хозяйски располагается на античных артефактах (рис. 1. Кошки в археологическом музее в Анталии). Тоже самое можно сказать про археологический памятник Торре Арджентина в Риме (рис. 2. Кошки в Риме).

Однако животные не просто привлекают к себе внимание одним фактом существования. Некоторые музеи стали использовать образы своих хвостатых сотрудников для привлечения посетителей. Эрмики в Зимнем дворце, вполне сопоставимые по известности с тауэрскими воронами в Лондоне, стали культурной достопримечательностью северной столицы. С 2008 года в начале лета в музее проводится праздник – «День эрмитажного кота». Больше всего к этому дню готовятся школьники: они рисуют портреты котиков. В праздничный день детские рисунки выставляют на стендах в подвале, затем выбирают среди них 10 лучших

работ. Они выставляются под Иорданской лестницей. В этот день все желающие могут пройти не в залы музея, а в подвалы, и лично познакомиться с эрмиками. Для детей там проводятся детские тематические игры [9]. В этот день каждый желающий может взять эрмикажного кота на постоянное проживание домой. В награду он получает сертификат на пожизненное бесплатное посещение Эрмитажа. В настоящий момент администрация Эрмитажа занимается оформлением патента на бренд «Эрмикажные коты», планируется размещать их изображение на сувенирной продукции, скоро изображение котиков можно будет увидеть на обертках для конфет [10, с. 52].

Еще одной формой использования привлекательности хвостатых сотрудников для привлечения посетителей в музей стали их личные странички в Интернете. Херсонесские коты имеют свою страничку в социальной сети ВКонтакте. Там сотрудники музея ведут подробный отчет о жизни кошачьей колонии, помещают фотографии. При этом ярко используется прием очеловечивания. Кошки представляются в качестве экскурсоводов, посетителей античного театра. Например, часто упоминается кошка Плюша, которая обожает гулять в античном театре и даже присутствует на спектаклях (рис. 3 Плюша в театре). Например, можно встретить такое описание дня жизни котокоманды: «Персей, в свою очередь, даже умывался с задумчивым видом: ему предстояло впервые пригласить на свидание главную театралку нашего котоколлектива – Плюшу» или «Мяу, дорогие друзья! Меня зовут Персей! На этой неделе я возглавил работу кошачьего отряда по обеспечению безопасности в музее-заповеднике. Задача оказалась не из легких, поэтому в напарники себе я взял Гермеса. Уже во вторник нам предстояла ответственная миссия – приветствовать и охранять гостей новой научной конференции... Мы со всей серьезностью подошли к этому вопросу. Несколько раз совершили обход, причесались и научились правильно позировать» [11].

Страница в ВКонтакте музея обороны Севастополя тоже регулярно выкладывает информацию о жизни своих пушистых работников – полосатенькой Маруси, которая обитает на Сапун-горе, и рыжем Персике, который живет на Малаховом кургане. Страничка музея под целым рядом фотографий Маруси предлагает: «Познакомьтесь, это Маруся. Она – главная звездочка Музея обороны Севастополя. Марусе примерно 4 года. За это время она уже многое повидала и набралась житейского опыта... Маруся очень нежная и ласковая кошечка. Каждый день, примерно к 17 часам вечера она приходит ко входу в Музей и радостно ждёт своих кормильцев». Еще более интересные фотографии сделаны с котом Персиком. Он обожает валяться на нагретых солнцем стволах пушек-единорогов, стоящих в открытой части экспозиции [12]. Подписчики странички активно обсуждают жизнь котогарнизона. В дни сильнейшего шторма в ноябре 2023 года многие публиковали комментарии, где высказывали беспокойство о жизни и здоровье личного состава этого необычного подразделения заповедника.

Еще более активно на популярность своего музея «работала» страничка кота Филимона [13]. Тут также ярко проявлялся прием очеловечивания: о жизни кота шел рассказ от первого лица. В постах в ВКонтакте освещалась не только жизнь

пушистого хранителя замка – его портреты в интерьерах музея, прогулки по территории замка, но и жизнь самого музея, то есть от имени Филимона рассказывалось о всех новых выставках, мероприятиях, конкурсах. Например, о проведении конкурса детских рисунков «Я рисую сказку».

Также некоторые музеи используют образы своих лохматых сотрудников для проведения различных мероприятий и конкурсов. В первую очередь они ориентированы на детей. Например, Выборский замок проводил конкурс для детей «Нарисуй kota Филимона». Другой конкурс уже был рассчитан на более широкую аудиторию: кот Филимон объявил, что желает получить в подарок еще одно пальто: «Замурчательные мои друзья! Один мой знакомый чёрный кот хотел прокатиться на трамвае, даже хотел заплатить за билет, так ему показали на выход – «брысь!». Чего уж говорить про магазины – не пустят меня в примерочные! Да и не стану лукавить, я жутко привередливый в одежде – никаких кукольных штанишек и плащиков! Давайте сошьём мне пальто! Не купим, а сошьём – это очень важно. Брутальное кошачье пальто главного хранителя Выборгского замка! Времени вам даю два месяца. В каждом пальто я сфотографируюсь и выложу к себе в социальные сети! Когда кончится зима...да-да я, как и все зимой очень мёрзну, особенно спинка и лапки... мы с вами путём голосования выберем самое лучшее пальто и я его обязательно буду носить! С меня подарочек, бесконечное уважение и огромное спасибо! «Спасибо» от рыжего символа Выборгского замка... и от главного котика страны (для тех, кто «в теме»). Стартуем, поехали!» [13] (рис. 4. Скриншот страницы Филимона). На страничке в Вконтакте были представлены параметры kota для пошива ему верхней одежды: длина по спинке, длина лапки, обхват живота. В акции приняли участие даже члены Творческого союза мастеров по войлоку. Фотографии этих необычных изделий выкладывались и на страничке Филимона, устроено народное голосование за лучший вариант.

Подобный опыт имеется и в доме-музее Ахматовой на Фонтанке. Там для юных посетителей организуют мероприятие «Кот поёт, глаза прищуря...». Оно предназначено для детей старше 8 лет. Занятие многоплановое, включает несколько видов деятельности. Важным его составляющим является обсуждение произведений литературы, где в качестве персонажа выступают коты или творчество писателей, которые любили и содержали этих животных. «Кто такие литературные коты? Любимые питомцы известных литераторов? Или коты, живущие в литературных произведениях? А, может быть, и те и другие? На занятии мы познакомимся с великими котами и их домашними писателями, заглянем в мир сказочных и поэтических котов, оставим свой след в «Большой кошачьей книге Фонтанного дома», – говорится в анонсе на сайте дома-музея Анны Ахматовой [14]. Мероприятие также включает и творческую часть: дети изготавливают небольшой сувенир в виде котика.

Свой вклад в привлечение внимания к музеям вносят страницы популярного kota-блогера Мостика. История этого животного может быть названа самой известной кошачьей пиар-акцией в нашей стране. Все началось почти 8 лет назад, когда строители, работавшие на возведении Крымского моста, нашли маленького

котенка. Самый обычный беспородный зверек приглянулся журналистам и пресс-службе строителей. Его стали позиционировать как живого талисмана великой стройки. От имени кота стал функционировать странички в социальных сетях. Они рассказывали о различных этапах великой стройки. Котика фотографировали в различных рабочих моментах и с известными посетителями. Для него даже шили рыжий жилет и сделали маленькую каску. Кот Мостик стал одним из первых, кто проехался по мосту: когда официально открыли движение он следовал в одной из машин торжественной колонны. Также был подготовлен репортаж как зверь «встречает» и первый поезд. После завершения строительства встал вопрос о судьбе живого талисмана. За этим вопросом следили, наверное, все любители кошек страны. Заботу о зверьке взяли на себя журналисты. Мостик переехал в Симферополь в РИА «Новости. Крым». От имени кота-журналиста ведется блог в Дзене и странички в социальных сетях – в Вконтакте [15] и Одноклассниках [16]. В Вконтакте на странице котика подписаны более 25 тысяч человек, в Одноклассниках – более 10 тысяч. Главная идея обеих страничек в социальных сетях обозначена фразой: «Я пишу только о хорошем. Я построил Крымский мост, теперь изучаю Крым». И изучать Крым вместе с Мости́ком предлагается всем подписчикам. Содержание страниц довольно разнообразно. Прием очеловечивания тут достигает высшего пилотажа: повествование не просто ведется от имени кота, но и он добросовестно «отвечает» на комментарии, более того, отправив личное сообщение коту, можно рассчитывать получить ответ, даже совет или полезную ссылку.

Тематика публикаций у Мости́ка довольно разнообразная. Есть много просто забавных постов, где котик предлагает порадоваться летнему дню, поесть креветок, хорошо поспать в выходной день или отметить необычный праздник «День бороды», «День кудряшек», «День гулянья по крышам», «Всемирный день без автомобиля». Нельзя не оценить их мягкий юмор и позитивный настрой. Некоторые публикации посвящены встрече с интересными людьми и профессиям. Например, о трудной и опасной работе саперов читателям напомнил пост, где рассказывается, что в редакцию привели собаку-сапера по кличке Лора. Не могу не гордиться постом о самой себе: моя встреча с Мости́ком и его командой состоялась в августе 2023 года [15].

Однако многие публикации представляют интересную информацию как об истории Крыма, так и о его природе. Например, 20 сентября 2023 года была публикация под названием «Летучие мыши, ваш выход!» [15]. В ней рассказывается, что ночь с 20 на 21 сентября считается ночью летучих мышей, как выразились авторы публикации «В ночь с 20 на 21 сентября крыланы и ушаны отмечают свой «профессиональный» праздник». Далее следует небольшая информация о повадках этих зверьков и развеиваются несколько типичных мифов о них, в том числе, что они являются вампирами и сосут кровь человека.

Довольно часто на страницах кота Мости́ка появляются репортажи о различных достопримечательностях. Читатели могли узнать о симферопольском парке

«Салгирка» Крымского государственного университета, скальном городе Чуфут-Кале, горе Демерджи, Бирюзовом озере под Алуштой, Белой скале, горе Бор-кая.

Большое внимание уделяется и рассказам о музеях. Интересно и с юмором почитателям Мостика поведали об одном из самых известных музеев – доме А. П. Чехова в Ялте. Публикация в Дзене получила название «Белая дача» Чехова в Ялте глазами кота», она отражает самые важные факты о строительстве этой дачи, рассказывается, что писателю надо было жить в Ялте, чтобы получить шанс на спасение от туберкулеза, что этот дом любовно обустроивала вся его семья, что в нем бывали известные личности - Бунин, Горький, Куприн, Станиславский. Однако повествование ведется в особой, кошачьей манере. Выбор места для строительства объясняется так: «Писатель, как кот, хотел поселиться в двух шагах от набережной с рыбой, но денег хватило на заброшенный виноградник на склоне у кладбища... С местом Чехов не прогадал. Это вам я, выросший на море кот, говорю. Здесь не так жарко и влажно, как на берегу. Воздух не такой разряженный, как высоко в горах. Идеальный климат для человека со слабыми легкими» [17]. И конечно вполне логично звучит и забавное замечание «автора» в адрес известного писателя: «В Чехове и его «Белой даче» все прекрасно. Единственное, что портит впечатление, – писатель был собачником. Его домашние таксы Хина и Бром, а еще этот белый шпиц из «Дамы с собачкой» вошли в историю. «Дама с котиком» звучит лучше, правда?».

В Дзене одна из публикаций кота Мостика делает обзор мест и музеев, связанных с наиболее известными писателями, которые побывали в Крыму – А. С. Пушкиным, Л. Н. Толстым, М. А. Волошиным и А. С. Грином. Не менее познавательный пост о крымских дворцах: «Драконы, львы, химеры: кот Мостик узнал, кто живет во дворцах Крыма» [18]. Тут тоже нашлось место своеобразному юмору: «Любите ли вы гулять по дворцам так, как люблю я? Тогда за мной! Проведу вас по парадным залам, которые раньше были резиденциями, а сейчас здесь музеи. Интерьеры, фасады, виды из окон впечатляют. Я бы не отказался от такого домика. Где записывают в кошачьи императоры?». Далее следует краткая, но очень яркая и образная информация о самых известных музеях-дворцах Крыма: Воронцовском, Ливадийском, Массандровском дворцах. Вполне логично, что в той части текста, которая посвящена Воронцовскому дворцу, особое внимание читателей обращено на скульптуры львов: «Скульпторы дворца – итальянец Бонанни и его ученики – явно были кошачниками. Видели, сколько львов на диабазовой лестнице, спускающей к морю? Мастера так точно изобразили в камне кошачьи эмоции, что даже я удивился. Спящие, просыпающиеся, бодрствующие и рычащие кошки – вечные спутники графской резиденции, как и часы на башне». Однако нашлось место и для упоминания об уникальном памятнике старины – часах на Воронцовском дворце, отметили юбилей – 180 лет, они старше Биг Бена.

В Массандровском дворце кот-блогер «рекомендует» обратить внимание на фигуры драконов: «Роскошные интерьеры больше ста лет под охраной зубастых драконов. Мифические существа сидят на фасаде вместе с сатирами и сфинксами. Узнал у местных котов, как приручить ящеров и прошмыгнуть мимо них на

экскурсию. Нужно вежливо поздороваться с хвостатыми стражами и сделать совместное селфи». «Рассказывает» Мостик и об археологическом заповеднике Херсонес Таврический, археологических памятниках Керчи, в том числе читатели узнали об уникальной археологической находке – пряжке с изображением кота.

Однако блог Мостика и его страницы в социальных сетях популяризируют не только информацию об известных музеях. Особую ценность представляют публикации о музеях малоизвестных. Например, в июне месяце 2013 года Мостик «похвастался», что побывал в музее редкой книги Симферопольского государственного университета. 27 июля 2023 года на странице Мостика в ВК появился рассказ о музее крымских татар в городе Старый Крым.

Нельзя не отметить огромную популярность данных публикаций. Каждый пост получает большое число лайков и комментариев. Люди отмечают, что публикации очень интересные и после рассказов про музеи и достопримечательности комментарии часто содержат благодарности и реплики, сообщающие о намерениях пользователей посетить это место или музей: «Я и не знала, что в Старом Крыму есть такой уникальный музей. В древний монастырь Сурб-Хач ездили, а вот про музей крымско-татарского быта узнала от тебя сейчас. Возьму на вооружение» и про музей книги: «Какой красивый музей! Буду в Симферополе, обязательно схожу посмотреть на книги». Публикации становятся поводом в обсуждениях вспомнить и о других музеях: «Какой же ты, Мостик, фотогеничный! Во всех интерьерах смотришься молодцом! И такой музейчик приятный. Здесь ведь последние дни проживал Александр Грин, в Старом Крыму. В Феодосии большой музей, как корабль у причала, где экспонаты говорят сами о любви писателя к морю, макеты кораблей, снасти, якоря и всякая атрибутика и библиотека, где можно купить книжки самого А. Грина. Приглашай друзей в гости и туристов!». Одна из подписчиц делает очень интересный вывод: «Для чего нужны музеи? Чтобы знания нам давать. Посещая их мы будем обо всем на свете знать. Любой музей есть память о веках».

Кошачью тему решили в Крыму использовать и далее. Зимой 2023 года в свет вышел очень необычный путеводитель: «Путеводитель для котиков. Севастополь» (к сожалению, издание не имеет никаких выходных данных). Его содержание во многом сопоставимо с содержанием других путеводителей. Издание показывает основные достопримечательности, подсказывает где можно остановиться пообедать. Однако и иллюстративный материал, и сам текст выдержан в особом стиле. Текст описывает город, обращаясь к котам. Все иллюстрации также изображают котов, но очеловечивают их. На них котики гуляют по набережной, отдыхают на пляже, посещают памятные места. Они носят сарафаны и шляпки, украшают себя бусами. Коты дарят кошкам цветы (рис. 6, 7). Например, в такой формулировке говорится о возможных вариантах проживания в Белом городе: «Породистым котика советуем лучшие отели в центре города – гостиницу «Севастополь» (площадь Лазарева), арт-отель «Украина» (площадь Ушакова), гостиницу «Крым» (площадь Восставших). В городе имеются также

многочисленные частные отели и хостелы, где тоже жить можно и даже очень. Любители экзотики могут снять жилье у местных двуногих».

С не меньшим юмором написаны рекомендации про выбор мест для питания, блюд и напитков. Естественно приезжим советуют полакомиться ставридкой и барабулькой, не стесняться покупать квас и лимонад местного производства, совершить винные туры на местные винзаводы и быть осторожными с употреблением крепких напитков: «Любителям крепких напитков советуем пить ночью, чтобы крымское дневное светило вам жестоко не отомстило». Путеводитель советует пройтись по центру города, подняться на городской холм, посетить собор святых Петра и Павла, пройтись по Матросскому бульвару, посетить Графскую пристань: «Графская пристань – один из старейших памятников города. Сегодняшний вид она приобрела в 1846 году. Особенно хороши мраморные львы работы Фердинандо Пелличио. Кто знает, может быть эти хвостатые охранники и помогли пристани пережить военные лихолетья, разрушившие город». В путеводители описаны и Балаклава, Инкерман, Херсонес, Малахов курган. Также упоминаются наиболее известные городские пляжи – Хрустальный, Солнечный, Победы и Омега, пляжи Учкеевки и Любимовки: «Не забудьте взять с собой зонтик, крем от солнца и широкополую шляпу. Котикам вредно загорать под полуденным солнцем. Остальное: чебуреки, пиво, кофе, прочие лагманы здесь подадут в изобилии».

Таким образом, образы котов и кошек стали одним из современных средств популяризации музейного дела. Эта тенденция, с одной стороны, опирается на исторические традиции (содержать животных в музеях и библиотеках, чтобы бороться с грызунами), в то же время ярко отражает и новые тенденции в культуре. Они проявляются как в самом музейном деле, так и трансформации процесса взаимодействия человека с окружающим миром. В современном российском обществе уже не является табулированной потребностью в уюте и комфорте и все, что может олицетворять эти стороны жизни становится популярным, в том числе и домашние животные. Поэтому кошки пользуются большой популярностью в массовой культуре. Нельзя не заметить некую трансформацию их образа и роли в культуре. Если в русских сказках кот выступал в неоднозначном образе (это мог быть и кот-ученый, но и мог быть напарником и помощником Бабы-яги), то в современные дни коты прочно обрели статус семейного оберега: «Этот зверек всегда чуть в стороне и всегда рядом, он хозяин дома, помогает и защищает, своими не всегда хорошими поступками подталкивает человека к новым свершениям, достраивает, цементирует семью, чья структура в современности является очень хрупкой и неустойчивой» [19, с. 110]. Можно согласиться с мнением А. А. Ржавитиной, что обращение к образу кошек в массовом искусстве, «несмотря на выраженный анималистический контекст, именно «очеловечивает» современное визуальное пространство, препятствуя его дегуманизации и тиражированной цифровизации» [8, с. 112]. В то же время эти тенденции ярко попадают и в трансформацию социальной роли музея, это не только место хранения исторических арте-фактов, но динамично развивающийся социальный институт,

сочетающий целый комплекс задач: «Музеи не только создают свой новый имидж, но и содержанием работы стремятся соответствовать времени и потребности современного человека, постепенно приобретая черты социокультурного центра, способного выполнять полифункциональные задачи – и информационно-поисковые, и образовательно-воспитательные, и развлекательно-рекреационные» [20, с. 119]. Современный посетитель хочет быть в музее желанным гостем, о котором заботятся, учитывают его потребности, даже небольшие. В и этом плане большое значение имеет атмосфера, создаваемая в музее, включая выражение лиц сотрудников, наличие лавочек для отдыха [21, с. 142]. Очевидно, что лохматые сотрудники уже своим видом создают впечатление места, в котором комфортно. Таким образом, обращение к образу кошек как к хозяину музея, их популяризатора оказалось востребованным с нескольких сторон, поэтому пушистые хранители могут уверенно проходить на своих мягких лапках в музейные здания, не предъявляя билета.

Список использованных источников и литературы

1. Алиханова В. Л. Массовизация культуры и искусства на примере деятельности современных библиотек // Культура и искусство. – 2020. – № 11. – С. 103–107.
Alikhanova V. L. Massovizatsiya kultury i iskusstva na primere deyatel'nosti sovremennykh bibliotek // Kultura i iskusstvo. – 2020. – № 11. – С. 103–107.
2. Корнева В. Ю. Современный региональный музей: общие тенденции и формы культурно-образовательной деятельности (на примере Музея истории Томска) // Чувашский национальный музей: люди, события, факты. – 2020. – № 15. – С. 149–153.
Korneva V. Yu. Sovremennyy regionalnyj muzej: obshchie tendentsii i formy kulturno-obrazovatel'noj deyatel'nosti (na primere Muzeya istorii Tomska) // Chuvashskij natsionalnyj muzej: lyudi, sobytiya, fakty. – 2020. – № 15. – С. 149–153.
3. Тарапон К. Н. Музейный маркетинг: актуальные проблемы // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. – 2018. – 22(4). – С. 62–65.
Tarapon K. N. Muzejnyj marketing: aktualnye problemy // Vestnik obrazovaniya i razvitiya nauki Rossijskoj akademii estestvennykh nauk. – 2018. – 22(4). – С. 62–65.
4. Афанасьева О. М. Концепт «Кот» в современном медиопропространстве (на материалах российских СМИ 2000-2020) // Знак: проблемное поле медиобразования. – 2020. – № 2. – С. 136–147.
Afanaseva O. M. Kontsept «KoT» v sovremennom medioprostranstve (na materialakh rossijskikh SMI 2000-2020) // Znak: problemnoe pole mediobrazovaniya. – 2020. – № 2. – С. 136–147.
5. Попов Д. А. Структурализм и современное массовое искусство // Культура и искусство. – 2020. – № 8. – С. 48–55.
Popov D. A. Strukturalizm i sovremennoe massovoe iskusstvo // Kultura i iskusstvo. – 2020. – № 8. – С. 48–55.
6. Ржавитина А. А. Кот как культурный код: вариативность репрезентации образа // Вестник культуры и искусств. – 2022. – № 3(71). – С. 112–121.
Rzhavitina A. A. Kot kak kulturnyj kod: variativnost reprezentatsii obraza // Vestnik kultury i iskusstv. – 2022. – № 3(71). – С. 112–121.
7. Бескровная Л. В., Лукьянова Н. А. Визуальные образы благополучия в культуре потребления: анализ и интерпретация изображений // Культура и искусство. – 2021. – № 6. – С. 24–32.
Beskrovnaya L. V., Lukyanova N. A. Vizualnye obrazy blagopoluchiya v kulture potrebleniya: analiz i interpretatsiya izobrazhenij // Kultura i iskusstvo. – 2021. – № 6. – С. 24–32.
8. Ржавитина А. А. Кот как культурный код: вариативность репрезентации образа // Вестник культуры и искусств. – 2022. – № 3(71). – С. 112–121.

- Rzhavitina A. A. Kot kak kulturnyj kod: variativnost reprezentatsii obraza // Vestnik kultury i iskusstv. – 2022. – № 3(71). – S. 112–121.
9. Режим доступа: Эрмитажные коты – Жизнь в Санкт-Петербурге (xn----btbnee5app1h.xn--p1ai) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: Ermitazhnye koty – Zhizn v Sankt-Peterburge (xn----btbnee5app1h.xn--p1ai) Vremya dostupa: 01.10.2023.
10. Попова Е. В. PR-деятельность Государственного Эрмитажа // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 65(2). – С. 49–53.
Popova E. V. PR-deyatelnost Gosudarstvennogo Ermitazha // Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya. – 2020. – № 65(2). – S. 49–53.
11. Режим доступа: Коты Херсонеса (vk.com) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: Koty Khersonesa (vk.com) Vremya dostupa: 01.10.2023.
12. Режим доступа: В ФОКУСЕ МУЗЕЯ Один день из жизни.. | Музей обороны Севастополя (vk.com) время доступа: 6.10.2023
Rezhim dostupa: V FOKUSE MUZEYA Odin den iz zhizni.. | Muzej oborony Sevastopolya (vk.com) vremya dostupa: 6.10.2023
13. Режим доступа: Филимон Кот (vk.com) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: Filimon Kot (vk.com) Vremya dostupa: 01.10.2023.
14. Режим доступа: «Кот поёт, глаза прищуря...» (akhmatova.spb.ru) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: «Kot poёт, glaza prishchurya...» (akhmatova.spb.ru) Vremya dostupa: 01.10.2023.
15. Режим доступа: Кот Мостик (vk.com) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: Kot Mostik (vk.com) Vremya dostupa: 01.10.2023.
16. Режим доступа: Одноклассники (ok.ru) Время доступа: 01.10.2023.
Rezhim dostupa: Odnoklassniki (ok.ru) Vremya dostupa: 01.10.2023.
17. Режим доступа: «Белая дача» Чехова в Ялте глазами кота | Кот Мостик | Дзен (dzen.ru) Время доступа: 01.10.2023
Rezhim dostupa: «Belaya dacha» Chekhova v Yalte glazami kota | Kot Mostik | Dzen (dzen.ru) Vremya dostupa: 01.10.2023
18. Режим доступа: Драконы, львы, химеры: кот Мостик узнал, кто живет во дворцах Крыма | Кот Мостик | Дзен (dzen.ru) Время доступа: 01.10.2023
Rezhim dostupa: Drakony, lvy, khimery: kot Mostik uznal, kto zhiwet vo dvortsakh Kryma | Kot Mostik | Dzen (dzen.ru) Vremya dostupa: 01.10.2023
19. Киселёва М. С. Кошка\кот как персонификация семейного духа-хранителя в современном русском фольклоре // Гуманитарные исследования. – 2017. – № 3(16). – С. 107–110.
Kiselyova M. S. Koshka\kot kak personifikatsiya semejnogo dukha-khranitelya v sovremennom russkom folklore // Gumanitarnye issledovaniya. – 2017. – № 3(16). – S. 107–110.
20. Мастеница Е.Н. Современный музей в ракурсе корпоративной культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусства. – 2012. – № 3(12). – С. 117–123.
Mastenitsa E.N. Sovremennyy muzej v rakurse korporativnoj kultury // Vestnik Sankt-Peterburskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstva. – 2012. – № 3(12). – S. 117–123.
21. Моисеева М. В. Музейный менеджмент: пути и способы продвижения музейного продукта и стратегического управления некоммерческой организации // Симбирский научный вестник. – 2017. – № 1(27). – С. 140–143.
Moiseeva M. V. Muzejnyj menedzhment: puti i sposoby prodvizheniya muzejnogo produkta i strategicheskogo upravleniya nekommercheskoj organizatsii // Simbirskij nauchnyj vestnik. – 2017. – № 1(27). – S. 140–143.

Popova A. D. «Where do they sign up for a cats' emperor?»: the use of animal images in the modern branding of museums and leisure spaces

The article describes the ways the image of cats is used to make museums attractive to visitors. The author has studied how this practice is applied in such museums as the Hermitage Museum, house museum of

Anna Akhmatova on the Fontanka River, the State Museum of Vyborg Castle, and archaeological reserve «Tauric Chersonese». Moreover, some social networking pages on Vkontakte and «Classmates» have been analysed, including those of the cat Bridgelet, the cats from Chersonese, and the cat Philimon from Vyborg Castle. The article proves that the images of the cats from these and other museums have become popular means to attract prospective visitors. The following examples of conducting such a marketing work can prove it: social networking pages run in the name of cats, various contests and events connected with cats. The author has come to the conclusion that the usage of feline images is brought about by multifaceted transformations in society. In particular, nowadays museums and libraries function not merely as places to store data and historically valuable artefacts, but also as leisure facilities. In addition, the attitude to domestic animals plays a huge role here, as now they are kept at home for pleasure, rather than for work. We can't but mention the changes in the system of social values: domestic asceticism has been replaced by a convenient and cosy way of life, thus popularizing the images of animals that are associated with it.

Keywords: museums, museum marketing, cats, the cat Bridgelet, the cats of Chersonese, the cat Philimon, «hermi-cats».