

Научная статья
УДК 394
doi: 10.17223/2312461X/44/5

Картография в киберэтнографии (на примере коренных малочисленных народов России)

Светлана Юрьевна Белоруссова¹,
Арсений Алексеевич Сюзюмов²

^{1, 2} Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН,
Санкт-Петербург, Россия
¹ svetlana-90@yandex.ru
² a.a.siuizumov@gmail.com

Аннотация. С появлением в России этнографических знаний, т.е. исследований национальностей и этнических групп, населяющих территорию страны, карты стали использоваться для характеристики этнического состава российского общества. Размышляя о роли Интернета в повседневном общении, современные этнографы дополняют традиционные методы так называемой киберэтнографией: изучением онлайн-коммуникации внутри этнических сообществ и между ними. Задача данной статьи заключается в исследовании возможностей использования картографии для визуализации не физического, а виртуального пространства (межэтнической) коммуникации. В качестве объекта картографирования выбрана виртуальная этничность коренных малочисленных народов (КМН) России. Посредством картографирования виртуального пространства мы попытались определить современные тренды и тенденции в репрезентации идентичности КМН, а также выявить роль традиции и новации в их этнической культуре. Рассматривается виртуальный опыт трех этнических групп – води (Ленинградская область), бесермян (Республика Удмуртия) и нагайбаков (Челябинская область). Соединение одной из древнейших технологий картографирования и нового метода киберэтнографии дает возможность детализированного учета этнического взаимодействия в цифровом пространстве. Подобно различным ракурсам в кино, с помощью картографического исследования и анализа баз данных мы наблюдаем – укрупненно или отдаленно – за процессами динамики и статике, активизации и пассивизации в сети. Данная работа – первая попытка опробовать инструменты ГИС-технологий для КМН в цифровом пространстве, а последующие исследования имеют перспективы углубления и расширения, детальной проработки с привлечением дополнительных источников и материалов. Социальные сети дают возможности визуализированного отображения этничности, а как ее охватить, изучить и представить зависит порой не только от конкретного инструментария, но и от фантазии исследователя.

Ключевые слова: картография, киберэтнография, коренные малочисленные народы, води, бесермяне, нагайбаки, карты, виртуальная этничность

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-78-10079, <https://rscf.ru/project/23-78-10079/>

Для цитирования: Белоруссова С.Ю., Сюзюмов А.А. Картография в киберэтнографии (на примере коренных малочисленных народов России) // Сибирские исторические исследования. 2024. № 2. С. 93–119. doi: 10.17223/2312461X/44/5

Original article

doi: 10.17223/2312461X/44/5

Cartography in Cyberethnography (Using the Example of the Indigenous Peoples of Russia)

Svetlana Yu. Belorussova¹, Arsenii A. Siuziumov²

^{1,2} *Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the RAS, Saint Petersburg, Russia*

¹ *svetlana-90@yandex.ru*

² *a.a.siuziumov@gmail.com*

Abstract. With the advent of ethnographic knowledge in Russia, that is, studies of nationalities and ethnic groups inhabiting the territory of the country, maps began to be used to characterize the ethnic composition of Russian society. Reflecting on the role of the Internet in everyday communication, modern ethnographers complement traditional methods with so-called cyberethnography: the study of online communication within and between ethnic communities. The purpose of this article is to explore the possibilities of using cartography to visualize not the physical, but the virtual space of (interethnic) communication. The virtual ethnicity of the indigenous peoples of Russia has been selected as the object of mapping. By mapping the virtual space, we have tried to identify trends in the representation of the identity of indigenous peoples, as well as to identify the role of tradition and innovation in their ethnic culture. The article examines the virtual experience of three ethnic groups – Vods (Leningrad region), Besermians (Republic of Udmurtia) and Nagaibaks (Chelyabinsk region). The combination of one of the oldest mapping technologies and a new method of cyberethnography makes it possible to take detailed account of ethnic interaction in the digital space. Like various camera angles in the cinema, with the help of cartographic research and database analysis, we observe – in an enlarged or remote way – the processes of dynamics and statics, activation and passivation in the network. This work is the first attempt to test the tools of GIS technologies for indigenous small peoples in the digital space, and subsequent studies have prospects for deepening and expanding, detailed study with the involvement of additional sources and materials. Social networks provide opportunities for visualized representation of ethnicity, and how to embrace, study and present it sometimes depends not only on specific tools, but also on the imagination of the researcher.

Keywords: cartography, cyberethnography, small indigenous peoples, Vods, Besermians, Nagaibaks, maps, virtual ethnicity

Acknowledgements: The research was carried out at the expense of a grant from the Russian Science Foundation No. 23-78-10079 (<https://rscf.ru/project/23-78-10079/>).

For citation: Belorussova, S.Yu. & Siuziumov, A.A. (2024) Cartography in Cyberethnography (Using the Example of the Indigenous Peoples of Russia). *Sibirskie Istoricheskie Issledovaniia – Siberian Historical Research*. 2. pp. 93–119 (In Russian). doi: 10.17223/2312461X/44/5

С появлением в России этнографических знаний, т.е. исследований национальностей и этнических групп, населяющих территорию страны, карты стали использоваться для характеристики этнического состава российского общества. Размышляя о роли Интернета в повседневном общении, современные этнографы дополняют традиционные методы так называемой киберэтнографией: изучением онлайн-коммуникации внутри этнических сообществ и между ними. Задача данной статьи заключается в исследовании возможностей использования картографии для визуализации не физического, а виртуального пространства (межэтнической) коммуникации.

В качестве объекта картографирования выбрана виртуальная этничность коренных малочисленных народов (КМН) России, которых на сегодняшний день насчитывается 47. С одной стороны, они представляют себя хранителями традиционной культуры, с другой – коренные народы являются активными пользователями сети, в которой создают собственное коммуникативное пространство и демонстрируют этническую культуру. Посредством картографирования виртуального пространства мы попытаемся определить современные тренды и тенденции в репрезентации идентичности коренных малочисленных народов, а также выявить роль традиции и новации в их этнической культуре. В статье рассматривается виртуальный опыт трех этнических групп – води (Ленинградская область), бещермян (Республика Удмуртия) и нагайбаков (Челябинская область).

В статье объединяются методы, предоставляемые картографией, киберэтнографией и традиционной этнографией. Авторы работы в течение длительного срока (более 10 лет) участвовали в полевых исследованиях на территории проживания КМН России и в последние годы наблюдают за процессом цифровизации их этнической культуры. Степень виртуальной активности зависит от внутреннего запроса группы, ее внешней значимости и принятия со стороны других сообществ. Этнический киберактивизм и виртуальная этничность – это не цель, а средство самопрезентации и самоактуализации. В рамках представленного экспериментального исследования особую важность составляет выявление причин обращения людей к сети (или отсутствия такового) как инструменту решения определенных задач, связанных с конструированием и функционированием этнической идентичности.

В течение последних лет мы изучали социальные сети «ВКонтакте», Facebook*, Instagram*, X (ранее Twitter), Telegram, WhatsApp, Viber, «Одноклассники», YouTube и TikTok, в которых представлены этнические сообщества. Помимо наблюдения за группами, персональными страни-

* Деятельность компании Meta, которой принадлежат социальные сети, признана экстремистской и запрещена в России.

цами, постами, комментариями и чатами мы также проводили тематические интервью и опросы. Среди обозначенных тем – цифровое неравенство, вопросы самоактуализации, коммуникации, виртуального лидерства, хештегов и других форм репрезентации этничности. Кроме того, мы обращались к членам этнических сообществ с просьбой выразить мнение о представленности (репрезентации) их культуры в сети и ответить на вопросы о том, насколько сегодняшняя виртуальная коммуникация замещает (или дополняет) реальное общение.

Для проведения исследования нами были составлены девять карт по темам «Общая информация», «Пользователи», «Язык». Для создания карт и анализа картографических материалов мы использовали QGIS 3.28.8, для сбора, анализа и презентации представляемых материалов обращались к специализированным программам, в том числе применяли код, написанный на языке программирования Python. Ресурсы Google (Spreadsheets, Drive, Colaboratory) позволили организовать, форматировать и представить данные в табличной форме. Программы VK API (Application Programming Interface) и VK API Python дали возможность работать со встроенными методами API, которые обеспечивают доступ к данным из сети «ВКонтакте». Библиотека Pandas предоставила специальные структуры данных и операции для манипулирования таблицами. Через программу Rymorphy проводился морфологический анализ данных. Через Tableau осуществлялся глубокий анализ большого количества информации, что позволило наглядно структурировать результаты исследования.

Данные были собраны по группам и сообществам социальной сети «ВКонтакте», которая на сегодняшний день является одной из самых популярных в России, и, согласно нашему исследованию, наиболее востребованной среди этнических сообществ. Несмотря на то, что наша исследовательская команда уже несколько лет занимается киберэтнографией, нам всегда не хватало наглядного представления процессов, происходящих в сети. В этом отношении мы предполагаем, что картографирование виртуального присутствия коренных народов и анализ базы данных являются необходимыми визуальными инструментами для понимания механики поведения людей в сети и динамики цифровой жизни внутри различных этнических групп, отличающихся друг от друга в культурном отношении. С помощью картографии мы попытаемся выявить общее и особенное в восприятии сети и ее возможностей среди пользователей этнических групп, а также изучим стратегии адаптации традиционной культуры к цифровому миру. Картографирование позволяет не только иллюстрировать механику поведения людей в виртуальном пространстве, но и открыть определенные аспекты цифровой жизни через новые визуальные интерпретации, что дает возможность сделать виртуальное осязаемым и понятным (Головнёв 2021: 209).

Если этничность – понятие неоднородное и во многом переходное, то виртуальная этничность кажется еще более ускользающим феноменом социальных наук. Наибольшей сложностью в проведении исследования для нас стала недолговечность рассматриваемых данных и быстрое устаревание материалов, поэтому мы выбрали сведения, которые можно четко зафиксировать на конкретный период времени (февраль 2024 г.).

В своей работе мы намеренно выбрали исследование виртуальных групп и в качестве методологической парадигмы определили концепцию, представленную в работе Р. Брубейкера «Этничность без групп». Основным постулатом автора является отказ от использования концепции «группы» и самого феномена «группизма» в связи с ограниченностью и директовностью используемой терминологии. Нередко члены «групп», в том числе этнических, не являются их постоянными участниками и имеют возможность «перетекания» из одной в другую. К тому же «группа» – неустойчивое понятие, поскольку в зависимости от временного и событийного промежутка может менять свою структуру и концептуальную наполненность. Автор предлагает использовать термин «групповость», который в себе содержит возможность динамики и адаптации, и предлагает рассматривать его как «событие», а не «данность» (Брубейкер 2012).

Инструмент объединения в группы в социальных сетях пользуется особой популярностью среди пользователей, и это обстоятельство в определенном смысле как поддержало, так и вступило в противоречие с концепцией Р. Брубейкера. С одной стороны, востребованность данного ресурса в сети показывает живучесть и актуальность концепта «группы» в общественной и социальной среде. С другой – сетевые группы демонстрируют текучесть и непостоянство: подчас они создаются для определенных целей или в связи с конкретными событиями. Часто группы «ВКонтакте» организуют представители этнических сообществ: в них они публикуют новости, актуализируют этнические проблемы, общаются и участвуют в дискуссиях. Желая определить волны и дрейфы активизации виртуальных этнических сообществ, мы отдельно рассматриваем темы «мертвых» и «живых» групп, рост и спад интереса к обсуждаемым темам и направлениям. Мы признаем, что благодаря сетям с их наглядностью мы можем отследить поведение группы, ее наполняемость, актуальные вопросы и запросы пользователей.

Данная статья состоит из четырех частей: «Картография», «Киберэтнография», «Виртуальная этничность», «Картография виртуальной этничности коренных народов». В первых разделах мы опишем методологические особенности, а также опыты, практики и подходы в картографических и киберэтнографических исследованиях. В последней части презентуем собственный опыт визуализации этнического пространства

по данным, собранным в группах представителей коренных малочисленных сообществ.

Мы выражаем благодарность членам нашего проекта за помощь в сборе и обработке материала, создании базы данных, а также всем, кто участвовал в исследовании.

Картография

Может показаться, что идея картографировать компьютерно-опосредованную коммуникацию (от англ. computer mediated communication) лишена смысла, так как такого рода явление оторвано от географической оболочки и лишено пространственных структур, следовательно, «некартографируемо». Однако исследователи картографии видели перспективу в визуализации интернет-событий: британский исследователь М. Додж в своей работе о коммуникации доказывает, что карты являются полезным и мощным инструментом для изучения сетевой среды (Dodge 2005).

Карта является уникальным инструментом, конструирующим нашу пространственную картину мира и дающим возможность отобразить и понять явления, в том числе недоступные человеческим органам чувств. В работе по истории картографии Д. Вудворд и Дж. Б. Харлей дают свое определение карты: «Карта – это графическое представление, способствующее пространственному пониманию предметов и явлений, идей, взаимосвязей процессов и событий в мире» (Woodward, Harley 1987).

Картографирование Интернета включает несколько направлений: от картографирования инфраструктуры и трафика сетей до истории развития Интернета и выявления географических закономерностей в запросах и использовании языка пользователями (Берлянт 2006). Геоизображения¹, посвященные теме Интернета, принимают различные формы: плоские или двумерные, объемные (трехмерные), динамические трех- и четырехмерные. Они могут представляться в виде различных продуктов: интерактивных и настенных картах, картах в атласах, картоподобных изображениях и схемах с различной дополнительной инфографикой.

В исследованиях карты помогают не только отобразить инфраструктуру, но и оценить, как население использует Интернет, выявить географические закономерности в неоднородности доступа к цифровым технологиям, а также поддерживают принятие управленческих решений. Третий том Национального атласа России содержит отдельный раздел, посвященный телекоммуникационной и информационной структуре, а также развитию Интернета. В атласе представлены карты, отображающие число организаций, использующих Интернет и электронную почту. Дополнительно представлена инфографика о распределении пользователей по возрасту и образованию по федеральным округам, а также даны

графики динамики численности пользователей по годам и наиболее популярные места использования Интернета (Национальный атлас России 2008).

В исследовательской практике уже имеется опыт описания виртуальной этничности КМН на основе инфографики. Коллектив авторов из Томского государственного университета провел анализ сетевых характеристик вепсов, шорцев и хантов в сети «ВКонтакте». Авторы представили социально-демографический профиль подписчиков, а также анализ взаимосвязей пользователей и межгруппового взаимодействия (Анализ сетевых характеристик... 2024).

Используя методику математического моделирования, исследователи О.Ю. Черешня и М.В. Грибок на основе агрегирования показателей (инфраструктурный уровень, цифровые навыки пользователей и эффективность использования Интернета) оценивают цифровое неравенство регионов России. Как отмечается, при открывающихся возможностях и преимуществах Интернета (например, факт «стирания и размывания» границ, расширение доступа к информации и образованию и др.) существуют и свои проблемы доступа к цифровым технологиям, обусловленные различными причинами (цифровой разрыв или цифровое неравенство, англ. digital divide) (Черешня, Грибок 2023).

Очевидным является то, что и пользователи являются источником данных, а возможность фиксировать свое местоположение открывает новые горизонты для применения пространственного анализа и визуализации. На примере того, чем делятся в социальных сетях туристы в г. Барселоне, выявляются гендерные формы создания контента (Paül i Agustí 2021). Другим примером применения геоинформационного подхода является анализ поисковых запросов: к примеру, на основе пользовательского контента исследуется транспортная связность приграничных территорий Польши, Литвы и Калининградской области (Михайлова, Хвалей, Михайлов 2022).

Одним из ярких примеров картографирования поведения пользователей является представление динамики, где и когда пользователи Twitter используют хештэг *#sunrise* (рус. рассвет) в своих постах. Наложение смены дня и ночи со временем твита и учетом локации дает эффективное представление, с одной стороны, о географии пользователей, с другой – об их активности (40 maps that explain the internet 2024).

Пользователи могут также участвовать в совместном картографировании территории. Интерактивная карт Imptecity² дает возможность наносить эмоциональные метки восприятия городской среды, что позволяет отследить, какие типы территорий попадают в определенный спектр чувств (грустный, радостный, задумчивый, злой, веселый и др.) (Ненько, Курилова, Подкорытова 2020). С расширением круга создате-

лей и развитием технологий добавляются новые темы для картографирования. Пользователь сети X с никнеймом @VeryStrangeMaps создает карты с необычными и довольно экзотическими темами, например, в его карты продолжительности сна по странам, самых одиноких дорог Соединенных Штатов или выражения смеха в Интернете. Нередко карты могут принимать ироничный характер: к примеру, существует шуточная карта интернет-трендов, созданная на основе карты метро Токио³.

В данном исследовании карта играет ключевую роль, предоставляя возможность отобразить информационный поток в едином временном и пространственном промежутке. В этом отношении преимуществом картографирования является то, что он освобождает от текстового нагромождения, а также решает проблему структурированности и пространственного представления, что не дает табличная форма и геоинфографика. В данной работе информация представлена в сочетании всех видов отображения информации: плотного описания, картографического представления и геоинформационного анализа.

Киберэтнография

Интернет-революция сулила не только возможность обретения новой дополненной реальности, но и перспективу полного замещения физического пространства виртуальным. С начала 1990-х гг. этнографы подключились к изучению онлайн-среды, проводили исследования в сети, разрабатывали методы и подходы, открывали школы и направления. Если в 1990-е гг. исследование онлайн казалось «ненадежным» и «обманчиво легким», то уже в 2000-е гг. в киберэтнографии видели огромный потенциал и даже перспективу разрешения «кризиса» традиционной этнографии (Rutter, Smith 2005: 91–92).

Большинство ученых считает, что метод киберэтнографии должен выстраиваться на принципах традиционной этнографии: по словам Е. Круза, киберэтнография имеет много отсылок к прошлому опыту и «не обязательно означает этнографию нового» (Cruz 2016: 305). Белл-сторф приводит в пример идеи Б. Малиновского о представлении себя в чужой культуре («влезть в шкуру туземца») и заключает, что этнография всегда была связана с «аватаризацией» и «воображаемостью», что также свойственно киберсреде (Boellstorff 2008: 6).

Полевая киберработа требует не меньшей (иногда значительно большей) подготовки для этнографа, чем исследование в физическом пространстве. Опыт показал, что для работы в онлайн-сообществе геймеров World of Warcraft необходимо «экстраординарное количество времени» для наработки навыков игры, обретения «совместного социального интеллекта» и получения места в рейдерском отряде (Williams et al. 2006).

Виртуальной этнографической практике, в сравнении с реальной, свойственны менее длительные по времени, но более насыщенные по погруженности исследования, для которых Х. Кноблаух предлагает термин «сфокусированная этнография» (Knoblauch 2001: 129–135).

Р. Брубейкер в работе «Цифровая гиперсвязанность и личность» утверждает, если цифровая связанность существует уже несколько десятилетий, то цифровая гиперсвязанность – это продукт недавнего времени. Под ее влиянием изменились способы мышления и чувствования, привычки, ритмы жизни, ощущения времени и пространства, отношение к миру и другим людям. В новом виртуальном пространстве возникли множественные способы объективировать себя, в том числе через создание профиля в социальных сетях и приложениях. При этом сегодняшнее сознание подчинено алгоритмизации: самоизмерение происходит посредством лайков, а контент формируется из внешних запросов или «одобрений» окружения. Пользователи имеют свободу цифрового выбора, но условную и зависящую от внешних факторов: заданные установки «по умолчанию» формируют его предпочтения и ориентиры. В работе Р. Брубейкер использует метафору «колонизированного я», которое является результатом «завоевания» сетевыми схемами и сценариями (Brubaker 2020).

К. Хайн в работе «Виртуальная этнография» пыталась сопоставить мир реальности и виртуальности, исследовала «внедрение» цифровой действительности в реалии традиционной этнографической работы, анализировала потенциал нового «поля» онлайн-исследований (Hine 2000). Она предложила алгоритм E^3 – *Embedded, Embodied, Everyday* (встроенное, воплощенное, повседневное) – для изучения «укорененных в практиках, повседневных неререфлексивных явлений» (Hine 2020). В киберпространстве практики онлайн не способны происходить без учета текущей ситуации и культурных связей с реальностью; смысл изучения виртуальности заключается в определении контекстов, которые происходят во взаимодействии онлайн и офлайн. Она предлагает исследователю отправиться в «виртуальное поле», проводить наблюдение, контактировать с сообществом и включаться в «онлайн-жизнь» группы (Hine 2020).

Т. Беллсторфф в работе «Достижение совершеннолетия в Second Life: антрополог исследует виртуальное человечество» («Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human») изучает онлайн-мир Second Life, используя традиционные методы этнографии, в том числе «включенное наблюдение», работу с фокус-группами, опросы и интервью. Автор считает Second Life полноценным пространством для этнографического исследования, не сравнивает его с реальностью и не рассматривает практики взаимодействия вне виртуального мира. (Boellstorff 2008).

Проект Д. Миллера «Why We Post» в течение последних 15 лет занимается исследованием влияния медиатехнологий на повседневную жизнь и изучает роль социальных сетей в формировании современных

практик взаимоотношений. Участники проекта (ученые из разных университетов мира) проводили анализ социальных медиа в разных частях света. Цель проекта «Why We Post» состоит в изучении взаимовлияния человека и информационной среды: «Наше исследование посвящено тому, как мир изменил социальные сети, и тому, как социальные сети изменили мир». Согласно концепции Миллера, разделение реальности и виртуальности выглядит неактуальным – «социальные медиа вплетены в обычную жизнь, неотделимы от повседневных практик и встроены в другие социальные пространства» (Miller et al. 2016: 31–32).

Несмотря на различие техник проведения онлайн-исследования, представленные методы являются не противоречащими, а дополняющими друг друга; в своей совокупности они позволяют комплексно изучить модификации практического взаимодействия в интернет-пространстве (Белоруссова 2021).

Виртуальная этничность

Возможность самовыражения в сети дала новый импульс проявлениям этничности, нередко подавляемым формальной этикой соседства и политкорректности. Обрел популярность и так называемый этнический Интернет, включающий этнически ориентированные ресурсы и сервисы для поддержания и актуализации самосознания. Не так давно было распространено мнение, что Интернет чреват размыванием этнической идентичности. Однако в XXI в. обозначился обратный тренд: как заметил Т. Эриксен, «нации процветают в Интернете», и «Интернет стал ключевой технологией по поддержанию наций» (Eriksen 2007). Понятие «виртуальная этничность» ввел М. Постер в 1998 г. (Poster 1998), имея в виду «взаимодействие реальных и виртуальных элементов в конструировании этнических групп».

Согласно наблюдениям, сегодня наибольшую киберактивность проявляют малые этнические сообщества. В Канаде с долей шутки говорят, что «инуиты перешли из каменного века в кибервек в течение одного поколения», поскольку в Интернете «нашли потенциальный инструмент для строительства новых культурных связей» (Diamandaki 2003). По словам М. Форте, для коренных народов Карибского бассейна «Интернет, с его разнообразными мультимедийными связями, стал самым прочным и убедительным средством сохранения и передачи культурных знаний через барьеры времени и пространства» (Forte 2005: 37). Коренные общины США, Канады и Австралии начали создавать собственные виртуальные площадки с середины 1990-х гг.: веб-сайт индейских племен сауков и фоксов был запущен в 1998 г. (Meskwaki Nation 2022), чумашей – в 2002 г. (Chumash Indians 2022), онондага – в 2005 г. (Onondaga Nation 2022) (Белоруссова 2022).

«Ренессанс» коренных малочисленных народов России случился в 1990-е гг., когда смена политической парадигмы дала возможность свободы этнического выбора. С 2000-х гг. представители коренных народов стали подключаться к сетям, постепенно осваивая новое пространство и присваивая его себе. Их интерес к виртуальному миру можно объяснить следующими основными причинами:

1. В советское время у большей части КМН не было возможности самовыражения, а некоторые и вовсе не имели официального признания как отдельного народа. Опираясь на подход Р. Брубейкера, можно предположить, что сетевое взаимодействие стало толчком к отрыву от старой схемы представления (от образа «отсталых» и «угнетенных») и дало ресурс для выбора желаемой репрезентации.

2. Посредством сети у коренных малочисленных народов происходит компенсация дефицита реальной территориальной близости и коммуникации. Часто они создают виртуальные группы и сообщества, ориентированные на «сбор» и объединение своих членов в «этническую команду». К тому же с помощью цифрового пространства группа становится более устойчивой и менее уязвимой при внешних обстоятельствах и угрозах.

3. Мода на аутентичность и популяризация традиционной культуры в сети дают возможность коренным народам создавать собственный уникальный контент и получать отклик от внешних пользователей. Часто представители сообществ опираются на тренды в презентации этнических традиций. К примеру, проводят рэп-баттлы или флешмобы – в том числе для привлечения большего пользовательского ресурса среди соотечественников и сторонних участников в представлении культуры.

Картография виртуальной этничности коренных народов

Для демонстрации инструмента картографирования используется опыт трех коренных малочисленных народов России – бесермян, води и нагайбаков. Они представляют разные (и даже противоположные) модели позиционирования в сети, что и стало основным критерием для выбора данных этнических групп:

1. Бесермяне компактно обосновались на территории Северной Удмуртии и по последней переписи насчитывают 2 067 человек. Они проживают преимущественно в сельской местности, говорят на бесермянском наречии удмуртского языка, по религии являются православными. Бесермян можно охарактеризовать как этнических экстравертов, всюду демонстрирующих свою культуру, готовых к внешней коммуникации и заинтересованных в отстаивании собственной идентичности. Они проявляют себя в сети, их виртуальные сообщества многочисленны и от-

крыты, что подчеркивает их желание свободы самовыражения. В последние годы этничность бесермян не имеет деления на реальное и виртуальное, а скорее слита – ни одно этническое мероприятие не проходит без поддержки сети и наоборот, цифровой проект получает свое отражение и в реальных событиях.

2. Представителей води относят к финно-угорским народам, проживающим на территории Ленинградской области. На сегодняшний день води является одним из самых малочисленных сообществ в России и насчитывает, согласно переписи 2020 г., 105 человек. При этом воджане проявляют повышенную активность в социальных сетях: во «ВКонтакте» у води более 10 сообществ, самое многочисленное из которых ««Общество Водской Культуры»» включает более тысячи человек. Свою невысокую численность члены сообщества преподносят в качестве бренда и уникальности, называясь «самым малочисленным народом России».

3. Нагайбаки проживают на территории Челябинской области и, согласно последней переписи, насчитывают 5 719 человек. Они являются православными по религии, тюрками по языку и в прошлом представляли казачье сословие. Еще 10 лет назад нагайбаки были заинтересованы в отстаивании своей самобытности, что выражалось в повышенной виртуализации – создании интернет-сообществ, цифровом межатническом общении и демонстрации себя в сети. При снижении потребности быть увиденными со стороны других – в том числе при повышении внимания со стороны СМИ, ученых и сторонних пользователей, у нагайбаков снизилась самостоятельная интернет-активность. Еще год назад группы во «ВКонтакте» нагайбаков почти не функционировали, а сообщества не обновлялись. Их цифровая среда была похожа на заброшенные города с остатками прошлого – виртуальными записями 7–10-летней давности (Белоруссова 2023). Однако последние несколько месяцев нагайбаки вновь активизировались в сети: в этот раз через создание групп, направленных на помощь участникам военных действий.

Стоит оговориться, что представленные карты как результат работы геоинформационной системы являются *временным срезом*. На момент создания их уже можно считать устаревшими или «историческими», поскольку они фиксируют феномен, развивающийся в едином моменте. Интернет демонстрирует скорость (Головнёв 2020): появляются новые пользователи, платформы для коммуникации, меняются тренды и формы представления информации. Кроме того, нельзя не учитывать и множество внешних факторов, в том числе роль политики, социальных отношений и экономического развития, что также оказывает влияние на развитие виртуальных сообществ.

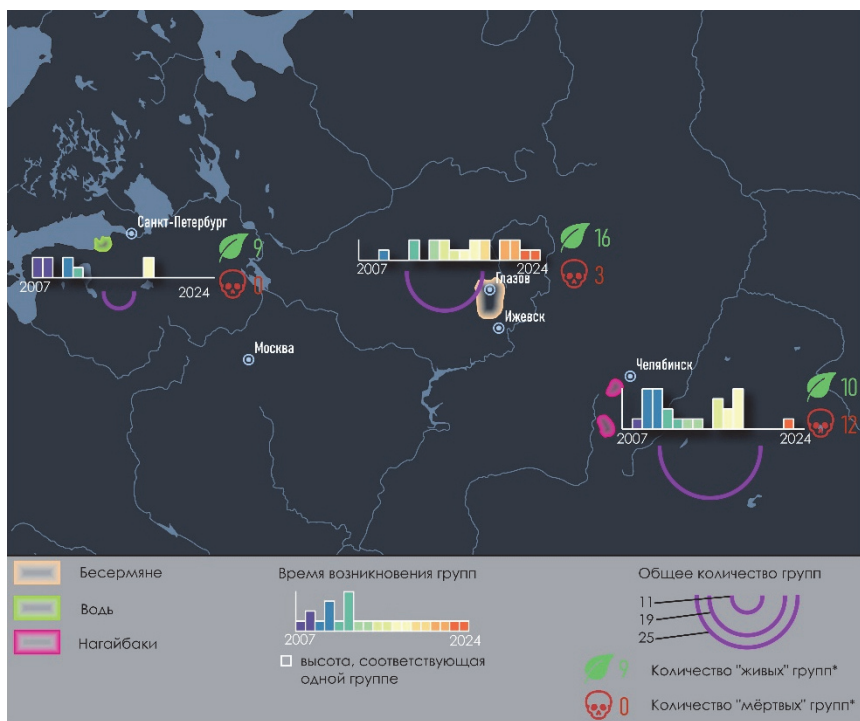


Рис. 1. Динамика создания групп по годам. Функциональность групп: живая/мертвая

На рис. 1 представлена динамика создания групп по годам, а также функциональность групп, исходя из категорий «живая» или «мертвая». Из представленных данных видно, у воды не так много созданных групп, но есть основообразующая – «~Общество Водской Культуры~». По меркам сетевого пространства группы воды созданы достаточно давно – около 10–15 лет назад. Причем все из них остаются функциональными и не переходят в статус «мертвых». При этом новые группы, посвященные этнической культуре воды, не создаются. Существенное значение для поддержки виртуальной идентичности народа имеют этнические (кибер) лидеры. К примеру, хранитель музея водской культуры Марина Ильина часто публикует посты про воду и тем самым поддерживает виртуальную жизнь группы; в своих записях она обращается к пользователям: «Вожане, друзья вожан и друзья друзей вожан!». Одновременно Интернет выступает и местом полемики среди водских активистов.

Первая группа бесермян во «ВКонтакте» была создана в 2009 г. и имела название «Бесермяне – Бесерманъёс», а в 2012 г. была основана группа «МИ БЕСЕРМАНЪЁС» [«Я Бесермянин». – *Авт.*]. Если группа «Бесермяне – Бесерманъёс» с 2022 г. перешла в статус «мертвых», то

«МИ БЕСЕРМАНЬЁС» до сих пор является одной из ключевых сообществ бесермян. В 2018 г. случился бум киберактивности бесермян в виде создания новых виртуальных сообществ; на сегодняшний день существует более 20 групп со средней численностью 500–700 участников в каждой. Почти все виртуальные сообщества имеют открытый доступ, тем самым приглашая внешних пользователей к диалогу. Большинство сетевых групп бесермян несколько лет поддерживают функциональность своих страниц и не переходят в статус «заброшенных».

У нагайбаков довольно много групп, созданных в период с 2010 по 2018 г. Среди этих групп сложно выделить основную – все они были созданы разными пользователями, модераторами и активистами исходя из собственных тематических запросов и интересов. Половина из этих групп сегодня не функционирует и перешла в статус «заброшенных». Судя по всему, многие из них были созданы ситуативно или не ставили задачу продолжительного существования. Если в начале 2010-х гг. интернет-пространство служило площадкой виртуального позиционирования нагайбаков, то за последние 5 лет было заметно снижение киберактивности: обсуждения в группах практически не велись, а прежние блогеры не выкладывали записей. В 2015 г. 78-летняя пенсионерка Ольга Барышникова занималась переводом интерфейса «ВКонтакте» на родной язык (ее инициатива была встречена с интересом в медиапространстве), однако данная работа так и не была завершена.

В последнее время нагайбаки вновь активизировались в сети: поводом стало создание виртуальных групп для желающих помочь специальной военной операции. В ноябре 2023 г. была образована группа «Нагайбак_фронту», которая сегодня является одной из востребованных в нагайбакском сообществе. При этом в группе нет выраженного этнического акцента, в большей степени в нее приглашаются «нагайбакцы» – жители Нагайбакского района Челябинской области. При этом для обоснования некоторых действий, в том числе самого желания помогать, используются этнические акценты: дяди пишут о том, что, к примеру, «нагайбаки всегда стояли на страже родины». В мае 2023 г. нагайбаки собрали средства и отправили на фронт автомобиль «УАЗ 452» («буханка»), который украшает надпись «Нагайбак». В начале 2024 г. поступила информация, что «народный» автомобиль был подбит, что опять же спровоцировало нагайбаков на сбор средств по его восстановлению через группу во «ВКонтакте».

Из данных по классификации видно, что у бесермян и нагайбаков группы во «ВКонтакте» преимущественно локального типа (рис. 2). У нагайбаков общение через «сельский» чат (к примеру, «Подслушано Париж») проходит более активно и продуктивно, чем через чат этнический. Отдельным видом виртуальных групп являются сообщества, созданные пользователями, которые недавно покинули родные места.

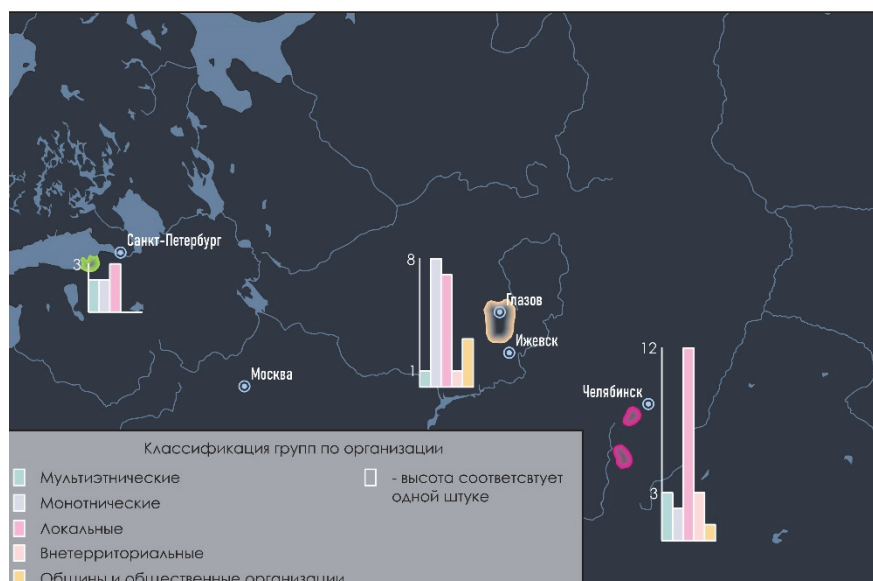


Рис. 2. Классификация по организации групп

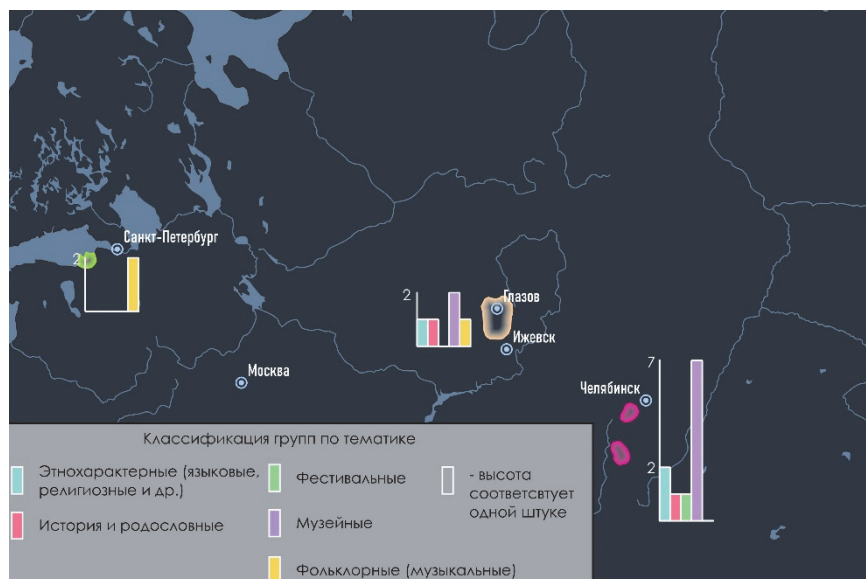


Рис. 3. Классификация по внутреннему содержанию

Сообщество «Питерские нагайбаки» основано уроженцем пос. Остроленский Петром Юскиным: по его описанию, «группа создана для помощи, общения и взаимодействия тех, кто переехал из Нагайбакского

района в Санкт-Петербург либо является другом или знакомым из Нагайбакского района». Хотя в группе так и не случилось общения между питерскими нагайбаками (контент группы не обновлялся несколько лет), вероятно, создание виртуального сообщества послужило психологической опорой для пользователя, желающего на новом месте найти соплеменников. Подобная судьба у группы «Париж и парижане», основанной уехавшими в Казань жителями села Париж Дмитрием и Викторией Кадыкеевыми. Сегодня сообщество неактивно, правда, время от времени в нем оставляют объявления и вопросы по поводу переезда в Париж – но не в нагайбакский, а французский.

Относительно тематического распределения, то у нагайбаков преобладают музейные группы, что связано с высокой значимостью музеев для их этнической культуры (см. рис. 3). Сегодня в каждом нагайбакском селении есть свой музей, экспозиции которого в большей степени ориентированы на самих представителей сообщества и являются внутренним пространством актуализации их идентичности. В этом отношении виртуальное позиционирование в виде музейных групп отражает запрос этнического сообщества. Бесермяне, в свою очередь, ориентированы на создание групп, посвященных сохранению собственного языка, а также на организацию тех сообществ, в которых бы использовался только родной язык. К примеру, в октябре 2023 г. была основана группа «Бесерман-нёс сярёсь бесерман сямен», которая переводится как «О бесермянах побесермянски».

Важное значение для народа представляют группы, посвященные родословным. Особенно актуальным это является для тех этнических сообществ, чья этничность в прошлом была под сомнением или запретом, и сегодня они хотят задокументировать «обоснованность» своего существования. В этом отношении особенно активны и продуктивны бесермянские сообщества во «ВКонтакте», где важную роль играют киберактивисты. К примеру, бесермянка Вероника Баглай с недавних пор занимается созданием родословных. При этом она живет в Краснодаре, в отдалении от своей этнической родины на севере Удмуртии, что и стало мотивом обращения к этничности: «Я живу за тысячи километров от родины своих предков. Хотелось от этого только больше лезть в глубины, искать информацию о своем народе и все это в просторах интернета, потому что других источников у меня не было». Впоследствии Вероника стала публиковать результаты своих поисков в созданной ей группе «Бесермянские родословные», чем увлекла соплеменников. Бесермянские пользователи по примеру Баглай стали также создавать собственные родословные, искать родственников и изучать родню. Несмотря на то, что не все знают Веронику лично, она пользуется авторитетом среди сородичей: к ней обращаются за помощью и советом, пишут благодарности в комментариях и просят дать экспертное мнение по вопросам родословных.

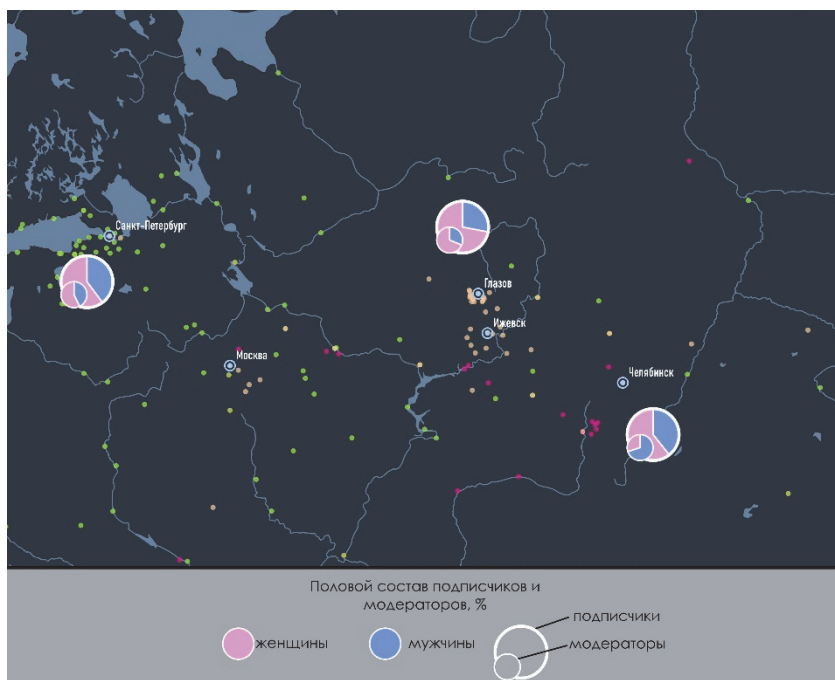


Рис. 4. Гендерное распределение подписчиков.
Гендерное распределение модераторов. Уникальные подписчики

Подписчиками водских, бесермянских и нагайбакских групп являются преимущественно женщины (см. рис. 4). Наиболее высокий процент наблюдается у бесермян – 72% (мужчины – 28%), у нагайбаков и води процентное соотношение примерно равное: у нагайбаков 60,7% женщин и 39,3% мужчин, у води – 60,2 и 39,8% соответственно. У бесермян и води модераторами групп в основном являются женщины, при этом в процентном соотношении модераторов среди мужчин больше, чем подписчиков. У бесермян модераторами являются 66,7% женщин и 33,3% мужчин, а у води – 57,1% женщин и 42,9% мужчин. У нагайбаков иная ситуация – их группы модерирует преимущественно мужское население, которое составляет 70%. Вероятно, это можно объяснить этнокультурными факторами: одной из черт нагайбакской идентичности является сословная принадлежность к казачеству. Вплоть до Гражданской войны нагайбаки были связаны с защитой границ и участвовали в сражениях, в том числе в Отечественной войне 1812 г. и Первой мировой войне (Белоруссова 2014). Впрочем, воинственность как долг перед Отечеством прослеживалась и после 1920-х гг. при отсутствии закрепленной казачьей сословности. Нагайбаки гордятся своими героями Великой Отечественной войны, чтят участников вооруженных действий Афгани-

стана, сегодня среди представителей данного КМН пользуются уважением участники специальной военной операции. Таким образом, идентичность нагайбаков имеет черты мускулиной культуры, что выражается в создании и модерировании нагайбакских страниц в виртуальном пространстве.

Количество уникальных подписчиков во всех этнических группах следующее: у води – 2 452 чел., у бесермян – 2 678, у нагайбаков – 6 479 чел. Во всех группах количество виртуальных участников превосходит реальные показатели. Наибольшая разница наблюдается у води, у которых количество подписчиков превышает численность населения почти в 25 раз. Можно предположить, что условные сетевые участники составляют большинство сообщества. Также это показывает, что малую численность в реальности можно компенсировать и за счет активности в сети.

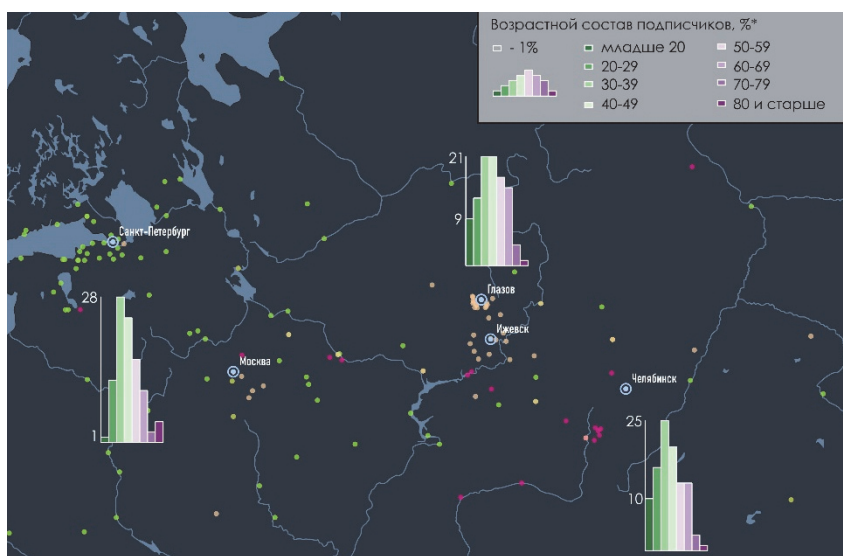


Рис. 5. Возрастное распределение

Что касается возрастного распределения (см. рис. 5), то основными пользователями этнических групп являются люди в возрасте 30–39 лет. У води они составляют 27,9%, у нагайбаков – 24,7%. Среди бесермян такими пользователями являются 20,9%, у них примерно одинаковое процентное соотношение с пользователями 40–49 лет – 20,8%. Среди води и нагайбаков пользователи 40–49 лет также составляют высокий процент участия в виртуальных группах – 23,6 и 20,2% соответственно. Следующими по числу подписчиков среди води и бесермян являются возрастные категории 50–59 лет: у води они составляют 15,6%, у бесермян – 16,4%. Несколько иная ситуация у нагайбаков: для них следующей

референтной группой являются участники в возрасте 20–29 лет (16,1%), а затем идут участники 50–59 лет (13%). Следует оговориться, что не все пользователи указывают свой год рождения, в среднем их количество составило 40–60% от общего числа уникальных подписчиков: у води – 922 чел. (35,7%), у бесермян – 1 350 (50,41%), у нагайбаков – 3 957 чел. (61,07%).

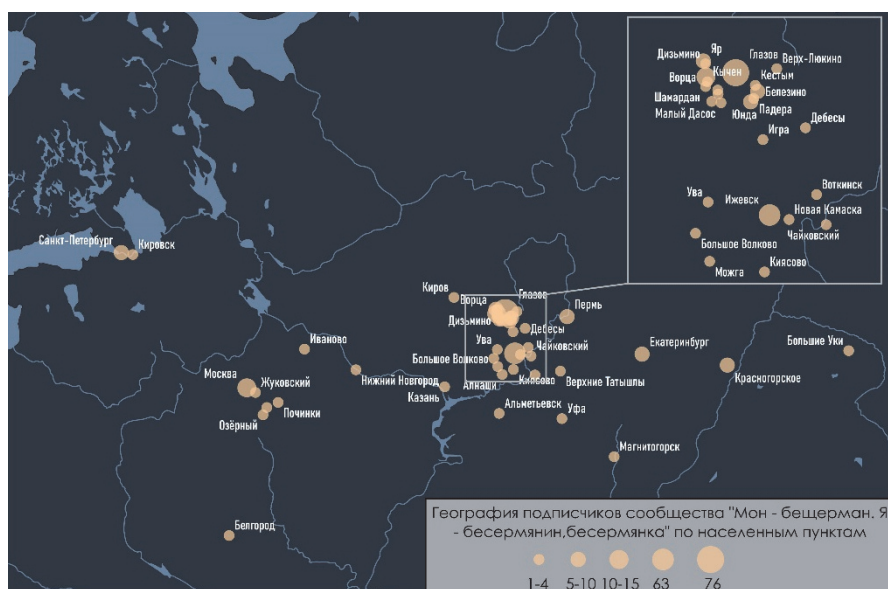


Рис. 6. География подписчиков: бесермяне



Рис.7. География подписчиков: нагайбаки

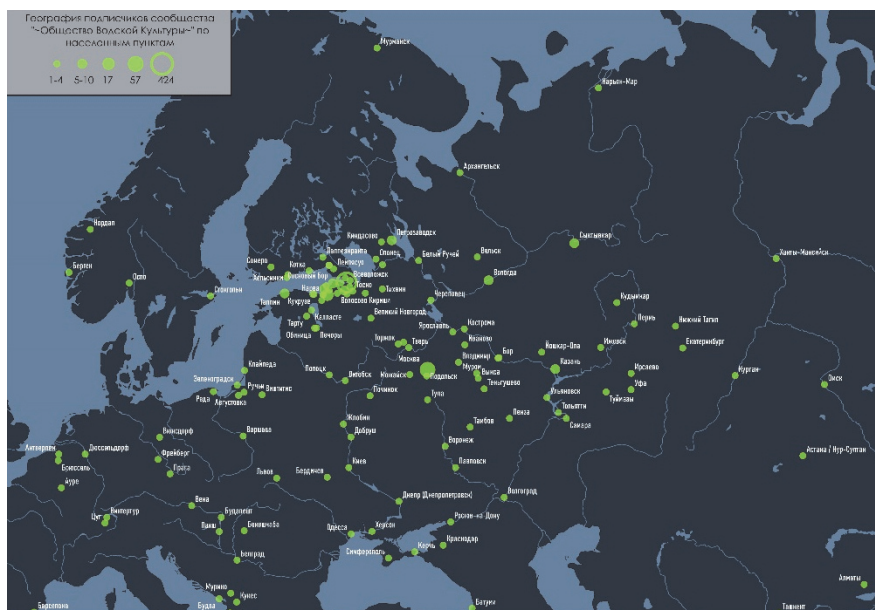


Рис. 8. География подписчиков: водь

На рис. 5 видно, что у бесермян более равномерное распределение среди всех возрастных категорий, чем у нагайбаков и води. Кроме того, бесермянские подписчики представляют наиболее возрастное население. При этом водь является наиболее «молодым» виртуальным сообществом среди других.

В рамках работы (рис. 6–8) мы исследовали географию подписчиков трех ключевых групп во «ВКонтакте» – бесермян («Мон – бещерман. Я – бесермянин, бесермянка», 511 подписчиков), нагайбаков («Казак-нагайбаки», 158 подписчиков) и води (~Общество Водской Культуры~, 1 109 подписчиков). Выяснилось, что участники контрольных бесермянской и нагайбакской групп географически совпадают с территорией проживания их этнических сообществ: бесермянские подписчики обозначили себя преимущественно в Республике Удмуртия, нагайбакские – в Челябинской области. Иная ситуация у води: мало того, что количество подписчиков ключевой группы в 10 раз превышает реальную численность народа, ее участниками оказались представителями не только своего региона, но и центральной и северной частей России, Урала, а также центральной, восточной и северной частей Европы.

Исходя из указанных данных, выделяются следующие закономерности. Во-первых, невысокая численность води, рассеянной по большому периметру, приводит к концентрации их сообщества в единую виртуальную группу. Другая тенденция у нагайбаков, которые проживают

обособленно и по последней переписи их численность превышает количество бесермян и води: их группы во «ВКонтакте» малочисленные и рассредоточенные. Во-вторых, у води ключевая группа оказалась превосходящей по количеству участников среди трех рассматриваемых групп, а у нагайбаков – самая меньшая по подписчикам. Таким образом, свою малую численность води компенсирует не только за счет повышенной активности в виртуальной среде, но и географически обширным коммуникативным сообществом в России и за рубежом. При этом Интернет и, в частности, виртуальные группы во «ВКонтакте» оказываются одним из основных инструментов по поддержанию жизнеспособности этнического сообщества.

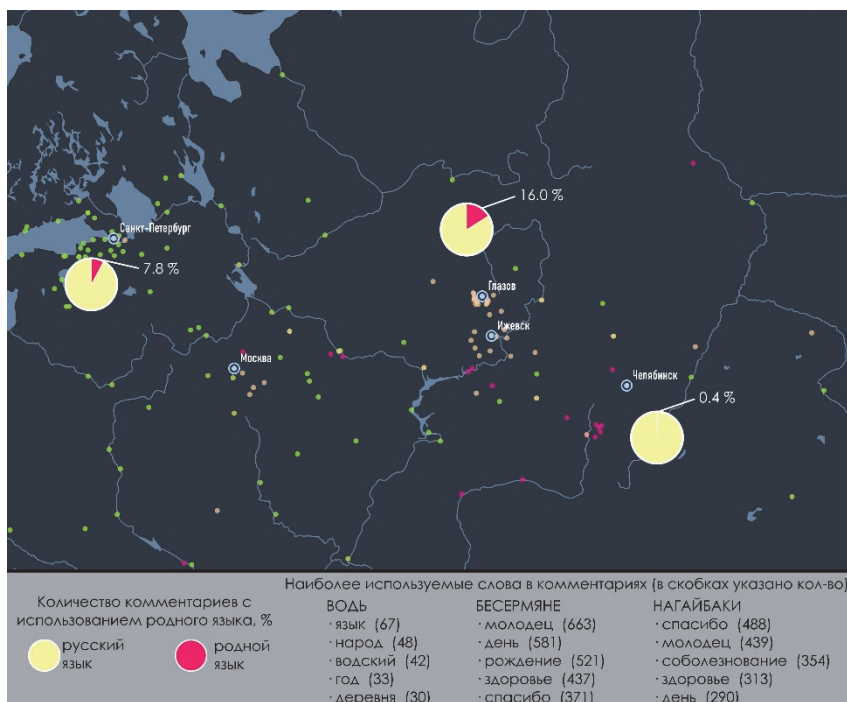


Рис. 9. Использование родного/неродного языка в комментариях.
Наиболее популярные слова в комментариях

Согласно исследованию групп во «ВКонтакте» бесермяне, води и нагайбаки в комментариях используют преимущественно русский язык (см. рис. 9). В процентном соотношении это выглядит так: у води русский язык применяется в 92,2% случаев, родной – 7,8%, у бесермян русский – 83,7%, родной – 16,3%, у нагайбаков русский – 99,6%, родной – 0,4%. Всего в бесермянских группах 4 175 комментариев, в водских – 654, в нагайбакских – 8 005. Согласно полевым наблюдениям, данная

статистика по комментариям в целом отражает общую ситуацию по языку и в реальном взаимодействии внутри этнических групп. Наиболее высокий показатель использования родного языка у бесермян объясняется в том числе внутренними усилиями по его поддержке. Кроме того, проживание в республиканском субъекте дает большие ресурсы для развития языка. Согласно анкетированию среди бесермян, 55% общается в сети преимущественно на русском языке, 20% опрошенных предпочитает коммуникацию на родном языке, 15% – только на русском, 10% – только на родном. У нагайбаков другой случай: проживая среди этнического большинства русских, наблюдается уменьшение использования родного языка, что также отражает статистика комментариев групп во «ВКонтакте».

Исследование используемых слов в комментариях участников выявило следующее: у представителей водских групп чаще встречаются слова «язык», «народ», «водский», «год», «деревня», «вось». У бесермян в основном используются лексемы «молодец», «день», «рождение», «здоровье», «спасибо», «поздравлять», «успех», «счастье». В группах нагайбаков чаще в комментариях пишут «спасибо», «молодец», «соболезнование», «здоровье», «день», «память», «небесный», «Париж». Исходя из данных, можно предположить, что комментарии в большей степени направлены на обсуждения этнической идентичности. Использование слов «народ», «вось», «водский» показывает, что комментирующие пользователи как будто дистанцированы от этнического сообщества, однако ощущают с ним сопричастность и переживают за его судьбу. Неслучайно, что слово «язык» оказался на первом месте в обсуждениях, поскольку, как правило, тема сохранения родного языка является одной из волнующих среди коренных народов.

У бесермян используемые слова имеют позитивную коннотацию: они написаны в контексте поздравлений, эмоциональных реакций на благоприятные новости и посты. В целом это отражает положительный настрой сообщества, которое сегодня мотивировано на реализацию этнических проектов и поддержку развития собственной культуры. У нагайбаков комментарии также имеют позитивный настрой, однако отдельно следует отметить слово «соболезнование», которое находится на третьем месте среди используемых. Существительное «соболезнование» употребляется 354 раза, а глагол «соболезновать» – 212, что в совокупности является самой используемой лексемой у нагайбаков. Вероятно, их посты имеют в том числе грустную коннотацию, поэтому реакции нагайбаков направлены на поддержку и сочувствие в отношении тех или иных событий. Судя по анализу слов в комментариях бесермян и нагайбаков, их реакции в большей степени ориентированы на самих представителей группы, которые общаются и обмениваются впечатлениями внутри своего сообщества.

Соединение одной из древнейших технологий картографирования и нового метода киберэтнографии дает возможность детализированного учета этнического взаимодействия в цифровом пространстве. Подобно различным ракурсам в кино, с помощью картографического исследования и анализа баз данных мы наблюдаем – укрупненно или отдаленно – за процессами динамики и статики, активизации и пассивизации в сети. Виртуальность сегодня неразрывна с реальностью, но, как показывает данное исследование, по мере необходимости этнические сообщества используют его как инструмент для достижения определенных целей. К примеру, представители води, которые географически являются наиболее рассредоточенным сообществом, в сети демонстрируют концентрацию своего сообщества. Бесермяне, которые сегодня заняты реализацией этнических проектов, выражают это в том числе через создание и активность в различных группах во «ВКонтакте». Для нагайбаков этничность в виртуальности сегодня не представляет той значимости, что 15 лет назад, однако в связи с различными событиями они также обращаются к этому инструменту.

Созданная ГИС в рамках проекта является основой для дальнейшего «отслеживания» ситуации, описания динамики развития, поиска закономерностей и определения причин того или иного явления. Данная работа – первая попытка опробовать инструменты ГИС-технологий для коренных малочисленных народов в цифровом пространстве, а последующие исследования имеют перспективы углубления и расширения, детальной проработки с привлечением дополнительных источников и материалов. Социальные сети дают возможности визуализированного отображения этничности, а как ее охватить, изучить и представить – зависит порой не только от конкретного инструментария, но и от фантазии исследователя.

Примечания

¹ «Геоизображение – любая пространственно-временная, масштабная, генерализованная модель земных (планетных) процессов, представленная в графической, образной форме (все множество карт, снимков и других подобных моделей)» (Берлянт 2006: 35).

² <https://imprecit.ru/analytics>

³ ia.net/topics/webtrends2007

Список источников

Анализ сетевых характеристик коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://ataskmns.ru/page/ru/papers_003_tomsk_soc.html (дата обращения: 12.03.2024).

Белоруссова С.Ю. Из Парижа в Париж: путешествие нагайбаков по дорогам предков // Уральский исторический вестник. 2014. № 3 (44). С. 128–135.

- Белоруссова С.Ю. Исчезают ли нагайбаки? // *Этнография*. 2023. № 1 (19). С. 203–224.
- Белоруссова С.Ю. Киберэтнография: методология и технология // *Этнография*. 2021. № 3 (13). С. 123–145.
- Белоруссова С.Ю. Коренные малочисленные народы: виртуальная этничность и сетевые опыты // *Этнография*. 2022. № 4 (18). С. 84–111.
- Берлянт А.М. Теория геонизображений. М.: ГЕОС, 2006.
- Брубейкер Р. Этничность без групп. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2012.
- Головнёв А.В. Киберскорость // *Этнография*. 2020. № 3 (9). С. 6–32.
- Головнёв А.В. Игра в карты: визуализация Севера // *Этнография*. 2021. № 3 (13). С. 207–243.
- Михайлова А.А., Хвалец Д.В., Михайлов А.С. Геоинформационная оценка интереса интернет-пользователей приграничного региона к трансграничной мобильности // *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: материалы Междунар. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2022. Т. 28, ч. 2. С. 146–159.*
- Национальный атлас России. Т. 3: Население, экономика. М.: Минтранс РФ, Роскартография, 2008.
- Ненько А.Е., Курилова М.А., Подкорытова М.И. Анализ эмоционального восприятия территорий и развитие «Умного города» // *International Journal of Open Information Technologies*. 2020. Т. 8, № 11. С. 128–136.
- Черешня О.Ю., Грибков М.В. Комплексная оценка цифрового неравенства в регионах России // *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: материалы Междунар. конф. М.: Географический факультет МГУ, 2023. Т. 29, ч. 1. С. 143–157.*
- 40 maps that explain the internet. URL: <https://www.vox.com/a/internet-maps> (дата обращения: 12.03.2024).
- Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. New Jersey: Princeton University Press, 2008.
- Brubaker R. Digital Hyperconnectivity and the Self // *Theory and Society*. 2020. Vol. 49. P. 771–801.
- Chumash Indians. URL: <https://www.santaynezchumash.org/letterarmenta.html> (дата обращения: 04.10.2022).
- Cruz E.G. The (Be)coming of Selfies: Revisiting an Onlife Ethnography on Digital Photography Practices // *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. New York: Routledge, 2016. P. 300–307.
- Diamandaki K. Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace // *Global Media Journal*. 2003. № 2. P. 3–14.
- Dodge M. The Role of Maps in Virtual Research Methods // *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005. P. 113–128.
- Eriksen T.H. Nations in Cyberspace. 2007. URL: <http://tamilnation.co/selfdetermination/nation/erikson.htm> (дата обращения: 30.12.2017).
- Forte M.C. *Centring the Links: Understanding Cybernetic Patterns of Co-Production, Circulation and Consumption* // *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Oxford; New York: Berg, 2005. P. 93–106.
- Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. New York: Taylor & Francis Group, 2020.
- Hine C. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications, 2000.
- Knoblauch H. Fokussierte Ethnographie als Teil einer soziologischen Ethnographie. Zur Klärung einiger Missverständnisse // *Sozialer Sinn*. 2001. № 3 (1). S. 129–135.
- Meskwaki Nation. URL: <https://www.meskwaki.org/> (дата обращения: 04.10.2022).
- Miller D., Costa E., Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Wang X. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press, 2016.

- Onondaga Nation. URL: <https://www.onondaganation.org/> (дата обращения: 11.10.2022).
- Paül i Agustí D. Mapping Gender in Tourist Behaviour Based on Instagram // *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 2021. № 35. Art. number 100381.
- Poster M. Virtual Ethnicity: Tribal Identity in an Age of Global Communications // *CyberSociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks: Sage, 1998. P. 184–211.
- Rutter J., Smith G.W.H. Ethnographic Presence in a Nebulous Setting // *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Oxford; New York: Berg, 2005. P. 81–92.
- Williams D., Ducheneaut N., Xiong L., Zhang Y., Yee N., Nickell E. From tree house to barracks: The social life of guilds in World of Warcraft // *Games and Culture*. 2006. № 1. P. 338–361.
- Woodward D., Harley J.B. The History of Cartography, Volume 1: Cartography in Prehistoric, Ancient, and Medieval Europe and the Mediterranean. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

References

- 40 maps that explain the internet. Available at: <https://www.vox.com/a/internet-maps> (Accessed 12 March 2024)
- Analiz setevykh kharakteristik korenykh malochislennykh narodov Severa, Sibiri i Dal'nego Vostoka v sotsial'noi seti «VKontakte» [Analysis of network characteristics of indigenous peoples of the North, Siberia and the Far East in the social network “VKontakte”]. Available at: https://atlaskmns.ru/page/ru/papers_003_tomsk_soc.html (Accessed 12 March 2024).
- Belorussova S.Yu. (2014) Iz Parizha v Parizh: puteshestvie nagajbakov po dorogam predkov [From Paris to Paris: the journey of nagaibaks along the roads of their ancestors]. *Ural'skii istoricheskii vestnik*, no. 3 (44), pp. 128–135.
- Belorussova S.Yu. (2021) Kiberetnografiya: metodologiya i tekhnologiya [Cyberethnography: methodology and technology]. *Etnografiya*, no. 3 (13), pp. 123–145. doi: 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145
- Belorussova S.Yu. (2022) Korennye malochislennye narody: virtual'naya etnichnost' i setevye opyty [Minor Indigenous Peoples: Virtual Ethnicity and Network Experiences]. *Etnografiya*, no. 4 (18), pp. 84–111. doi: 10.31250/2618-8600-2022-4(18)-84-111
- Belorussova S.Yu. (2023) Ischezaiut li nagajbaki? [Are Nagaibaks disappearing?]. *Etnografiya*, no. 1 (19), pp. 203–224. doi: 10.31250/2618-8600-2023-1(19)-203-224
- Berlyant A.M. (2006) *Teoriya geoizobrazhenij* [Theory of geoimages]. Moscow: GEOS.
- Boellstorff T. (2008) *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. New Jersey. Princeton University Press.
- Brubaker R. (2012) *Etnichnost' bez grupp* [Ethnicity Without Groups]. Moscow: Izdatel'skij dom Vyshej shkoly ekonomiki. (In Russian)
- Brubaker R. (2020) Digital Hyperconnectivity and the Self. *Theory and Society*, Vol. 49, pp. 771–801.
- Chereshnia O.Yu., Gribok M.V. (2023) Kompleksnaya ocenka cifrovogo neravenstva v regionah Rossii [Complex assessment of digital inequality in the Regions of Russia]. In: *InterCarto. InterGIS. Geoinformacionnoe obespechenie ustojchivogo razvitiya territorij* [InterCarto. InterGIS. GI support of sustainable development of territories]. Moscow: izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. no. 1 (29), pp. 143–157. doi: 10.35595/2414-9179-2023-1-29-143-157
- Chumash Indians. Available at: <https://www.santaynezechumash.org/letterarmenta.html> (Accessed 4 October 2022).
- Cruz E.G. (2016) The (Be)coming of Selfies: Revisiting an Onlife Ethnography on Digital Photography Practices. In: *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. New York: Routledge. pp. 300–307.

- Diamandaki K. (2003) Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace, *Global Media Journal*, no. 2, pp. 3–14.
- Dodge M. (2005) The Role of Maps in Virtual Research Methods. In: *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Oxford, New York: Berg, pp. 113–128.
- Eriksen T.H. *Nations in Cyberspace*. 2007. Available at: <http://tamilnation.co/selfdetermination/nation/erikson.htm> (Accessed 30 December 2017).
- Forte M.C. (2005) Centring the Links: Understanding Cybernetic Patterns of Co-Production, Circulation and Consumption. In: *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Oxford, New York: Berg, pp. 93–106.
- Golovnev A.V. (2021) Igra v karty: vizualizaciya Severa [Playing Maps: Visualization of the North]. *Etnografika*, no. 3 (13), pp. 207–243. doi: 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-207-243
- Hine C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications.
- Hine C. (2020) *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. New York: Taylor & Francis Group.
- Knoblauch H. (2001) Fokussierte Ethnographie als Teil einer soziologischen Ethnographie. *Zur Klärung einiger Missverständnisse. Sozialer Sinn*, vol. 3 (1), pp. 129–135.
- Meskwaki Nation. Available at: <https://www.meskwaki.org/> (Accessed 4 October 2022).
- Mikhaylova A.A., Hvalev D.V., Mikhaylov A.S. (2022) Geoinformacionnaya ocenka interesa internet-pol'zovatelej pri granichnogo regiona k transgranichnoj mobil'nosti [Geoinformational assessment of the interest of internet users in the border region to cross-border mobility]. In: *InterCarto. InterGIS. Geoinformacionnoe obespechenie ustojchivogo razvitiya territorij* [InterCarto. InterGIS. GI support of sustainable development of territories]. Moscow: izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. no 2 (28), pp. 146–159. doi: 10.35595/2414-9179-2022-2-28-146-159
- Miller D., Costa E., Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Wang X. (2016) *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Nacional'nyj atlas Rossii. T. 3. Naselenie. *Ekonomika* (The National Atlas of Russia. Volume 3 “Population. Economy”) Moscow: Mintrans RF, Roskartografiya, 2008.
- Nen'ko A.E., Kurilova M.A., Podkoritova M.I. (2020) Analiz emocionalnogo vospriyatiya territorii i razvitiye «umnogo goroda» [Analysis of emotional perception of urban spaces and “smart city” development]. *International Journal of Open Information Technologies*. no. 8 (11), pp. 128–136.
- Onondaga Nation. Available at: <https://www.onondaganation.org/> (Accessed 11 October 2022).
- Paül i Agustí D. (2021) Mapping Gender in Tourist Behaviour Based on Instagram. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, Vol. 35 (100381).
- Poster M. (1998) Virtual Ethnicity: Tribal Identity in an Age of Global Communications. *CyberSociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks: Sage, pp. 184–211.
- Rutter J., Smith G.W.H. (2005) Ethnographic Presence in a Nebulous Setting. In: *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. Oxford, New York: Berg, pp. 81–92.
- Williams D., Ducheneaut N., Xiong L., Zhang Y., Yee N., Nickell E. (2006) From tree house to barracks: The social life of guilds in World of Warcraft. *Games and Culture*. Vol. 1 (4), pp. 338–361.
- Woodward D., Harley, J.B. (1987) *The History of Cartography, Volume 1: Cartography in Prehistoric, Ancient, and Medieval Europe and the Mediterranean*. Chicago: University of Chicago Press.

Сведения об авторах:

БЕЛОРУССОВА Светлана Юрьевна – кандидат исторических наук, заведующая лабораторией музейных технологий, старший научный сотрудник, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: svetlana-90@yandex.ru

СЮЗИУМОВ Арсений Алексеевич – младший научный сотрудник лаборатории музейных технологий, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: a.a.siuziumov@gmail.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Svetlana Yu. Belorussova, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the RAS (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: svetlana-90@yandex.ru
Arsenii A. Siuziumov, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the RAS (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: a.a.siuziumov@gmail.com

The authors declare no conflict of interests.

*Статья поступила в редакцию 22 апреля 2024;
принята к публикации 20 июня 2024.*

*The article was submitted 22.04.2024;
accepted for publication 20.06.2024.*