

DOI 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145

УДК 316.772:39

С. Ю. Белорусова

Музей антропологии и этнографии
им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН
Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-2069-3452
E-mail: svetlana-90@yandex.ru

■ Киберэтнография: методология и технология

А Н Н О Т А Ц И Я . Интернет-революция сулила не только возможность обретения новой дополненной реальности, но и перспективу замещения физического пространства виртуальным. С начала 1990-х годов этнографы подключились к изучению онлайн-среды, проводили исследования в сети, разрабатывали методы и подходы, открывали школы и направления. Обширность киберпространства дала огромные возможности для работы этнографов, одновременно породив закономерные проблемы проведения киберполевого исследования, сбора и упорядочивания информации, обработки и представления материала. Если раньше территория по-своему ограничивала объем задач этнографа, то в киберисследовании ответственность в выстраивании границ лежит скорее на ученом — он сам организует маршрут своего поля, время и место, предмет и объект работы. В статье рассматриваются три подхода к изучению идентичности в киберсреде: виртуальная этнография К. Хайн, виртуальный мир Second Life Т. Беллсторфа (и одноименные их монографии), проект Why We Post Д. Миллера. Беллсторф изучает формирование виртуальных взаимоотношений вне физического контакта. Миллер, напротив, проводит исследование уже на основе созданной реальности, а интернет-взаимодействия рассматривает как дополнение существующих практик коммуникации. К. Хайн пытается обнаружить новое понимание идентичности во взаимосвязи между онлайн и офлайн. 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. Виртуальная среда отвечает мобильности, вариативности, адаптивности и непрерывности осуществления работы, а определение пути, подхода и техники исследования — в руках самого этнографа.

К Л Ю Ч Е В Ы Е С Л О В А :

киберэтнография, виртуальность,
интернет-исследования, Т. Беллсторф,
Д. Миллер, К. Хайн, виртуальная
идентичность, киберполе

Д Л Я Ц И Т И Р О В А Н И Я : Белорусова С. Ю.

Киберэтнография: методология и
технология. *Этнография*. 2021. 3 (13): 123–145.
doi 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145

S. Belorussova

Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography
(Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences
St. Petersburg, Russian Federation
ORCID: 0000-0002-2069-3452
E-mail: svetlana-90@yandex.ru

■ Cyberethnography: Methodology and Technology

ABSTRACT. The Internet revolution promised not only the possibility of acquiring a new augmented reality, but also the prospect of replacing the physical space with a virtual one. Since the early 1990s, ethnographers have joined studies of the online environment; they conducted research on the web, developed methods and approaches, and initiated schools and research trends. The vastness of the cyberspace has given great opportunities for the work of ethnographers, while at the same time giving rise to legitimate problems of conducting the cyber-field research, collecting and organizing information, and processing and presenting material. Whilst earlier the scope of an ethnographer's tasks was limited by the territory, in cyber research the responsibility for building boundaries lies rather with the scholar — he himself sets the scale of his "field", time and place, and subject and object of work. The article considers three approaches to the studies of identity in the cyber environment, i. e. "Virtual Ethnography" by C. Hine, "The Virtual World of Second Life" by T. Boellstorff, and the "Why We Post" project by D. Miller. Boellstorff studies the formation of virtual relationships outside of physical contact. Miller, on the contrary, conducts research on the basis of the created reality and considers Internet interaction as a complement to the existing communication practices. Hine tries to discover a new understanding of identity in the relationship between the online and the offline. Despite the differences in their techniques of conducting online research, the presented methods are not contradictory, but rather complementary to each other; in their entirety, they allow for a comprehensive study of the modifications of practical interaction in the Internet space. The virtual environment corresponds to the mobility, variability, adaptability, and continuity of the work, while defining the path, approach and technique of a research is in the hands of the ethnographer himself.

KEY WORDS: cyber-ethnography, virtuality, Internet research, T. Boellstorff, D. Miller, C. Hine, virtual identity, cyber field

FOR CITATION: Belorussova S. Cyberethnography: Methodology and Technology. *Etnografia*. 2021. 3 (13): 123–145. doi 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145 (In Russ.).

Интернет-революция 1990-х годов сулила не только возможность обретения новой дополненной реальности, но и перспективу замещения физического пространства виртуальным (Белорусова, Головнёв 2019). В 1993 г. была выпущена игра *Sim City 2000*, в которой можно было опробовать возможности создания собственного виртуального мира — строить дома и города, поддерживать баланс между секторами экономики и повышать жизненный уровень населения. *Sim City* имела успех у пользователей и стала одной из самых популярных игр в истории (по всему миру было продано более 4,23 млн копий и выпущено множество симуляторов-аналогов). Вероятно, интерес к *Sim City* объяснялся возможностью апробации виртуального существования, открытием новых вариантов проявления фантазии, а мир игры казался недалеким будущим человеческого бытия.

В 1995 г. антрополог М. Постер, ссылаясь на *Sim City*, предполагал, что в скором времени люди будут существовать в подобном «созданном компьютером “месте”». Они смогут «просматривать его через очки, а оно будет реагировать на стимулы от участника/участников» (Poster 1995: 85). Он предупреждал не только о будущей равнозначности виртуального и реального миров, но и постепенной замене физической среды на компьютерную: «Машины виртуальной реальности должны позволить участнику войти в воображаемые миры с убедительной правдоподобностью, высвобождая огромные возможности для фантазии, самопознания и самостроительства» (Poster 1995: 93).

По мнению Постера, виртуализация может способствовать изменению сознания человечества, поскольку «непосредственная манипуляция реальностью создает имитационную практику, которая навсегда изменяет условия, при которых идентичность формируется» (Poster 1995: 86). По мнению антрополога Х. Рейнгольда, киберреволюция и вовсе должна была привести к изменению облика всего мира, стиранию границ между человеком и машиной: «Скоро придется решать, чем нам, людям, следует стать, потому что мы находимся на грани возможности создавать любые переживания, которые пожелаем» (Rheingold 1991).

С 1990-х годов антропологи начали работу над феноменом «кибер», а в 1995 г. была издана коллективная монография «*Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment*» («Киберпространство, кибертела и киберпанк: культуры технологического воплощения»), авторы которой единогласно заявляли о перспективах интернета как полноценного мира со своими законами, обрядностью и установками. Исследователи изучали пути адаптации киберпространства к реальности и искали возможности замены физических обликов мест и людей на виртуальные (*Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk* 1995). На базе университетов и ведущих научных центров стали открываться направления по киберпроблематике — в Университете штата Канзас начали разрабатывать

тему цифровой этнографии, в Школе бизнеса Шулих (Йоркский университет) создали центр нетнографии. В 1997 г. на базе Вестминстерского университета был учрежден журнал *Cybersociology*, в котором исследовались проблемы киберсексуальности, киберрасизма и представления стран «третьего мира» в онлайн-пространстве.

«Этнография в сети» очерчивала границы и приобретала свои именованья — виртуальная этнография (Hine 2000), интернет-этнография (Sade-Beck 2014), цифровая этнография (Murthy 2008), сетевая этнография (Kozinets 2010), киберэтнография (Robinson, Schulz 2009), вебэтнография, онлайн-этнография (Snodgrass 2014), веб-этнография (Головнёв и др. 2018).

Если в 1990-е годы исследование онлайн казалось «ненадежным» и «обманчиво легким», то уже в 2000-е в киберэтнографии видели огромный потенциал и даже перспективу разрешения кризиса традиционной этнографии (Rutter, Smith 2005: 91–92). По словам Андросопулоса, первая волна исследований виртуальной среды и киберпространства была сфокусирована скорее не на исследовании процессов, происходящих в интернете, а на текстовых данных электронной почты или новостной группы. По своей сути она не отличалась от традиционной этнографии, однако закладывала общие тенденции понимания феномена «кибер» и виртуальной среды (Androutsopoulos 2008: 1–3). Так называемое плотное описание началось чуть позже и во многом связано с разработкой и поиском определений метода виртуальной/киберэтнографии.

КОНЦЕПЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ

По мнению Х. Рейнгольда, виртуальность была присуща человеку с истоков его существования: наскальная живопись давала возможность воссоздавать людям альтернативные миры — «подземные киберпространства» (Rheingold 1991: 379–380). Впоследствии группа американских антропологов заявила, что «виртуальность... следовала человеческой культуре с самого ее начала. Символы открывают воображаемые миры, которые в конечном итоге становятся виртуальными мирами, включая черты, имитирующие реальные социальные миры» (Fornas et al. 2002: 30). Т. Беллсторф, опираясь на идеи Платона, представлял виртуальность как свойство человеческой культуры: «Реальный мир — всего лишь тень мировых идей, например, любой треугольник в мире, если это несовершенное воплощение идеи “треугольника”». Согласно Платону, изначально мир являлся воплощением (виртуальностью), а затем приобрел физические черты. Между временем Платона и нынешней эпохой «произошел переворот представлений о реальности», поэтому сегодня считается, что виртуальный мир онтологически следует за физическим, а между тем именно виртуальность с ее воплощенностью является свойственной человеку чертой (Boellstorff 2008: 33–34).

Большинство ученых считают, что метод киберэтнографии должен выстраиваться на принципах традиционной этнографии: по словам Е. Круза, киберэтнография имеет много отсылок к прошлому опыту и «необязательно означает этнографию нового» (Cruz 2016: 305). Беллсторф 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 и киберсреде (Boellstorf 2008: 6). Т. Сандерс предлагал «адаптировать стандартные антропологические методы и перспективы к уникальной технологически опосредованной природе интернета, а не отказываться от таких методов и перспектив» (Sanders 2005: 466–467).

Одна из проблем киберэтнографии видится в ее ориентированности на тексты (посты, статьи в интернете, переписку), а не на наблюдение и взаимодействие: «Тексты могут быть частью этого исследования, но в случае этнографии виртуального мира одних текстов недостаточно» (Tolbert 2019: 341). Иногда пассивное наблюдение за онлайн-сообществом («подслушивание», «ненавязчивое участие») может дать более целостное представление о сообществе и позволить разработать «актуальные исследовательские вопросы и гипотезы» (Snodgrass 2014: 469). Б. Нарди, исследуя виртуальную жизнь онлайн-игроков World of Warcraft, сообщала, что в начале работы у нее не было «никаких гипотез». Она старалась «плыть по течению», давая возможность своим исследовательским вопросам естественным образом формироваться исходя из обстановки и постоянного наблюдения, а не из «собственных предубеждений и планов» (Nardi 2010: 27). При этом пассивное участие не может быть продолжительным: «Если вы слишком долго ждете, чтобы представиться, вы рискуете заставить участников чувствовать, что вы “шпионите”» (Snodgrass 2014: 472).

В киберсреде важно знание «местных» онлайн-обычаев, ритуалов и даже диалекта — инсайдерского сленга, характерного для конкретного сообщества. «Онлайн-язык» может состоять из «сочетания аббревиатур и сокращений, смайликов, скрытых намеков и культурных отсылок». Благодаря знаниям виртуального мира исследователя в интернет-кружках могут воспринимать не как *newbie* или *noob* (новичка или любителя), а в качестве *leet* (элиты) (Snodgrass 2014: 472). Долговременное включенное кибернаблюдение и уверенное знание онлайн-культуры иногда приводит к тому, что этнографы становятся активными участниками и даже лидерами виртуальных сообществ: Чен, Голуб и Нарди стали авторитетными персонами в игре World of Warcraft, Козинец — лидером фан-клуба сериала «Звездный путь». По мнению Снодграсса, этнограф должен сохранять дистанцию между своими исследовательскими задачами и жизнью в сообществе: «Одним из рисков исследования жизни в интернете в качестве участника-наблюдателя состоит в том, чтобы довести инсайдерство до фактического достижения этого статуса» (Snodgrass 2014: 472).

Какова сущность киберполевого исследования и где границы киберполя? К. Хайн ставила под сомнение концепцию территориальности в киберпространстве и предложила концентрироваться скорее на «потоках и связях», чем «на расположениях и границах» (Hine 2000: 63–65). Не очерченное пространство создает виртуальное поле, а работа в нем: «Наши увлечения, наше теоретическое любопытство и те пути, которые мы выбираем в этой области, приводят к созданию полевой площадки для конкретного исследования» (Hine 2017: 24). 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». Эта этнография не интересуется всей культурой изучаемого общества, но «фокусируется на определенном разделе этой культуры» (Knoblauch 2001: 129–135).

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). Более того, сохранение статуса участника World of Warcraft требует постоянного поддержания игровой формы: «Нужно взять на себя обязательство играть несколько или более вечеров в неделю, в дополнение ко времени, потраченному на подготовку к самим рейдам». По мнению Уильямса, игнорирование хотя бы одного из этапов подготовки к исследованию повлечет за собой «неправильные вопросы в интервью, упущение очевидных объяснений и приведет к неверным предположениям о результатах» (Williams 2010). По мнению Б. Нарди, временные затраты на онлайн-игру компенсируются ее доступностью и дешевизной в сравнении с физическим исследованием: «Всего 50 долларов за игру, еще 14 долларов за подписку,личный компьютер и подключение к интернету выводят из зоны комфорта дома в экзотическую альтернативную онлайн-реальность» (Nardi 2010).

Некоторые этнографы склонны не только «выбирать поле» на существующих ресурсах, но и конструировать собственные интернет-площадки, привлекая на них информантов. Созданный этнографами сайт PeruDigital собирает архивные данные об истории Перу, публикации о перуанских этнических проектах (фестивалях и фольклоре), а также содержит интерактивный раздел, в котором пользователи могут разместить воспоминания, фотографии или семейные архивы (Underberg, Zorn 2013: 88). Главной задачей ресурса является привлечение перуанцев со всего мира к общему диалогу и создание «цифровой диаспоры» (Underberg, Zorn 2013). По мнению создателей, «новые медиа могут позволить антропологам и фольклористам рассказывать инновационные

культурные истории и воссоздавать аспекты этнографической методологии для разнообразной аудитории» (Underberg, Zorn 2013: 10). М. Форте назвал подобный метод создания виртуальной среды «творческим наблюдением» — его преимуществом является возможность наблюдения за информантами без вторжения в их пространство. По мнению Форте, такие площадки должны подогревать интерес респондента и давать ему возможность персонального высказывания, поэтому нужно отказаться от формализованного получения информации в виде онлайн-опросов и виртуальных анкет в пользу свободы самовыражения (Forte 2005: 98).

В связи с тем, что киберпространству свойственны быстрое устаревание информации и частое обновление контента, киберэтнограф вынужден «встраиваться» в виртуальную скорость — менять углы восприятия и техники исследования (Головнёв 2020). По мнению М. Доджа, картографирование в вебэтнографическом исследовании может дать много полезного материала, который, однако, быстро потеряет свою значимость: «Киберкарты могут оказаться очень ценными, но в то же время они никогда не могут быть бесценными» (Dodge 2005: 127).

«Мгновенное» взаимопонимание с респондентом в сети установить значительно труднее, чем в реальной среде, поэтому «договорные отношения между исследователем и информантом должны строиться постепенно, позволяя со временем установить доверие» (Kivits 2005: 58). По мнению Сейд-Бека, отсутствие взаимодействия лицом к лицу «приводит к потере многих дополнительных слоев смысла, добавленных к вербальному обмену, таких как тон речи или язык тела, так же как и жесты и выражение лица» (Sade-Beck 2004: 7).

Практика опросов в сети также требует адаптации в сравнении с исследованием в физическом пространстве: у интернет-пользователя значительно меньше мотивации к долгим интервью и длинному анкетированию. А. Джойнсон предлагает использовать технику «нога в двери», суть которой сводится к постепенному подключению респондента к сбору материала. Опрос начинается с коротких ответов на небольшие вопросы, а затем объем спрашиваемой информации существенно увеличивается (Joinson 2005: 28). Дж. Кивитс считает управление временем основополагающим фактором эффективного проведения киберисследования: онлайн-опрос требует больших ресурсов, чем при ответах офлайн, поэтому необходимо строго ограничивать исследовательскую программу. Между тем четкость работы поможет достичь доверительных и глубоких отношений между исследователем и участником опроса (Kivits 2005: 48).

Определяя соотношение физического и интернет-пространства, Круз в исследовании *Onlife Ethnography* пришел к выводу, что границы реальности и виртуальности «перетекают плавно» (Cruz 2016: 302). Лехдонверта считал, что большая часть исследования виртуального мира держится на дихотомической «виртуально-реальной» перспективе

(Lehdonvirta 2010: 2). Согласно Барреллу, онлайн и офлайн представляют собой сложно сплетенное пространство, а объекты виртуального изучения конструируются, а не обнаруживаются (Burrell 2009). Сейд-Бек старался установить связи между виртуальным и реальным мирами и считал, что исследования исключительно онлайн «не могут быть единственным источником данных, поскольку они дают лишь частичную и ограниченную картину без связи с “реальным миром”», и при этом из нее «трудно получить “плотное описание”» (Sade-Beck 2004: 8).

В последующих разделах представлены три различных взгляда на виртуальную/цифровую антропологию/этнографию — профессора Университета Суррея Кристин Хайн (Christine Hine), профессора Университета Калифорнии Тома Беллсторфа (Tom Boellstorff) и профессора Университетского колледжа Лондона Дэниэла Миллера (Daniel Miller). Исследователи предложили разные методологические стратегии изучения сущности виртуальности, а их работы оказали значительное влияние на дальнейшие разработки киберэтнографии.

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭТНОГРАФИЯ К. ХАЙН

К. Хайн в своей классической 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). Одна из центральных задач Хайн состояла в определении новых принципов полевой работы в условиях сочетания реальности и виртуальности. Если в прошлом физическое путешествие было ключом к пониманию сообществ и культур, а сами этнографы оказывались знаатоками, обладающими информацией «из первых рук» (Hine 2000: 39–40), то этнография виртуальности нивелировала этот статус — современные интернет-этнографы проводят исследования из дома и с работы, «не пачкают своих штанов и крепко держатся за университетскую обивку» (Hine 2000: 45). В этих переменах можно увидеть «кризис» современной этнографии и утрату значимости работы этнографа. Однако Хайн предлагает воспринимать новые реалии не как потерю достигнутого, а как приобретение новой техники исследования — это «открывающие возможности для творческих и стратегических программ методологии» (Hine 2000: 43).

В работе Хайн интернет представляется, с одной стороны, отдельной культурой (среда, в которой происходят события), с другой — культурным артефактом (то, как интернет становится событием). При этом оба феномена переплетены и связаны между собой (Hine 2000: 10). Для объяснения разницы между культурой и культурным артефактом Хайн в рамках учебного курса просила студентов приносить вырезки из газет с упоминанием событий, связанных с интернетом. В одной из статей 1998 г. интернет

был представлен как «опасное место с распространяемой порнографией, сетью педофилов и неонацистов» (Hine 2000: 29–30). В данном случае представление об интернете как о пугающем явлении оказывается культурным артефактом, а среда, в которой происходят воображаемые события, — культурой интернета.

В виртуальной этнографии нет границ, поэтому ее объектом является «тема, а не место» (Hine 2000: 67). Задача виртуальной этнографии — «исследовать установление границ и создание связей, особенно между “виртуальным” и “реальным”» (Hine 2000: 64). Понятие «поле» в киберисследовании «ставится под сомнение», поскольку этнограф изучает скорее «потoki и связи», чем физически ограниченный предустановленный объект. Виртуальная этнография «виртуальна не только в том смысле, что лишена тела... но и несет в себе оттенок “не совсем”» — она всегда частична, адаптивна, не способна охватить всю культуру и представить объективную реальность. При этом она подходит для «практических целей исследования отношений опосредованного взаимодействия» (Hine 2000: 65). Традиционные принципы поведения этнографа сохраняются и в виртуальном поле — он должен «стать достаточно близким к изучаемой культуре, чтобы понять, как это работает, и в то же время уметь оторваться от него в достаточной мере, чтобы быть в состоянии сообщить об этом» (Hine 2000: 43).

В качестве case study Хайн приводит собственное исследование интернет-реакции на дело Луизы Вудворд — британской няни, обвиняемой в непредумышленном убийстве американского ребенка. Судебное разбирательство происходило в 1997 г. и стало первым столь широко обсуждаемым событием в интернет-среде. Согласно следствию, Вудворд грубо обращалась с ребенком («трясла», «бросала его на кровать»), чем нанесла несовместимые с жизнью травмы — перелом черепа и субдуральную гематому. Вина Вудворд была неопределенной, а история таила в себе много неоднозначного: например, в заявлении в полицию Вудворд употребила слово «roped», что в американском английском означает применение насилия. Это подтверждало выводы следствия о грубом обращении. Однако адвокат Вудворд заявил, что в британском английском «roped» означает «положить» или «поместить» — слово без негативных коннотаций.

Разница в оттенках языка, а также факт, что «одинокую» британскую няню судят в чужой (а для некоторых во «вражеской») стране, вызвали общественный резонанс. В СМИ и новостных лентах оно стало рассматриваться не как преступление женщины в отношении ребенка, а как «национальное противостояние» двух культур — английской и американской (Hine 2000: 113). По делу Вудворд создавались отдельные сайты, новостные группы и ленты для обсуждений. К оформлению таких страниц подходили творчески, отражая настроение среди

интернет-пользователей: один из разработчиков принял решение сделать фон сайта черным, чтобы передать «мрачность» расследуемого дела (Hine 2000: 88). По словам другого участника интернет-дискуссии, «дело Луизы Вудворд стало чем-то вроде англо-американской битвы, янки хотели ее смерти, а мы, британцы, будучи глупо патриотичными, потребовали ее свободы» (Hine 2000: 113). В группе новостей soc.culture дело доходило до «яростных идеологических выпадов» и «националистических оскорблений» (Hine 2000: 113). Дело Луизы Вудворд открыло одну из главных возможностей интернета — создание единства времени и места, когда территориально разделенные противоборствующие стороны ведут диалог и даже устраивают «интернет-бои» (по накалу не уступающие реальным) в одном пространстве.

Случай Луизы Вудворд оказался «богатым материалом для изучения зарождающейся культуры интернета, включающим временные и пространственные отношения, взаимодействие власти и идентичности при обмене информацией и мнениями, а также возможность использования интернета для множества целей» (Hine 2000: 69). Хайн проводила исследование преимущественно с помощью наблюдений: изучала новостные сайты, следила за мгновенными реакциями по ходу процесса, проводила опросы. Во время исследования ее постигали как неудачи, связанные с техническим несовершенством интернет-общения, так и радости по поводу добытого материала. В финале судебного процесса веб-трафик оказался перегружен, связь прервалась, и Хайн не сумела отследить быстрые отзывы и впечатления от объявления решения. С одной стороны, ее «постигло разочарование» от невыполненной задачи, с другой — исследовательница почувствовала, что «проект стал по-настоящему этнографическим», с высокой степенью вовлеченности и сопереживания (Hine 2000: 71).

Виртуальное исследование «на большом расстоянии и за пределами личного общения» позволило Хайн испытать те же ощущения, что в «реальном» этнографическом поле. Перемещаясь по группам новостей, она была «незнакомкой», переживающей «дезориентацию» в новом пространстве (Hine 2000: 113). Хайн, приспособив виртуальную этнографию к своим стратегиям, пришла к выводу об адаптивности и мобильности такого подхода в исследовании (Hine 2000: 154). По ее словам, «личное взаимодействие и проживание в ограниченном пространстве открывает новые горизонты для этнографии и обещает новые способы понимания интернета» (Hine 2000: 155).

В дальнейших исследованиях Хайн предложила алгоритм *E3* — *Embedded, Embodied, Everyday* (встроенное, воплощенное, повседневное) — для изучения «укорененных в практиках, повседневных нерелективных 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. Кибер-поле, в отличие от физической среды, ситуативно и мобильно, ученый вынужден «творчески» адаптировать инструменты своего исследования. При этом стратегии исследователя должны основываться на базовых концептах этнографического исследования (Hine 2020; Мясникова 2015: 202–204).

Если раньше интернет казался пространством свободы и всеобщего доступа, то сегодня в нем все больше замкнутых, ограниченных (в том числе «элитарных») сообществ, вход в которые доступен узкому кругу пользователей. С одной стороны, выстраивание границ пространства в сети представляется перспективным этнографическим полем. С другой — закрытость виртуальных пространств мешает проведению антропологического исследования: «...будет непросто разработать способы этнографического описания все более укорененных, эфемерных и персонализированных форм онлайн-коммуникации» (Hine 2015: 27). В последнее время закрытость интернет-сообщества работает не на ограничение участия, а, наоборот, на привлечение аудитории. Например, социальная сеть Club House набрала популярность в том числе благодаря стратегии закрытости (регистрации по ограниченным приглашениям) и избранности (участию в ней известных персон — Илона Маска, Марка Цукерберга, Кевина Харта, Олега Тинькова и др.).

SECOND LIFE Т. БЕЛЛСТОРФА

Т. Беллсторф 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.

Second Life был основан компанией Linden Research 23 июня 2003 г. и является уникальным примером альтернативной вселенной, в которой можно строить виртуальные объекты, продавать товары, создавать произведения искусства, самостоятельно возводить космические зоны и сказочные миры. Пользователи Second Life ходят на работу и в магазины, посещают театры и рестораны, летают над пространством вселенной, участвуют в боях и схватках, занимаются любовью и создают семьи. Пользовательская сеть не имеет четко установленных рамок, а «творчество

ограничено только пределами собственного воображения» (Jensen 2008: 172).

Игра Second Life обрела популярность в начале 2000-х годов, и до сих пор количество ее участников неуклонно растет. Если в 2007 г. Second Life насчитывала около 50 тыс. человек, находящихся в сети одновременно (Boellstorff 2008: 63), то сегодня там синхронно присутствуют не менее 1 млн пользователей. Учредители Second Life считают проект не развлечением, а адаптируемым пространством жизни: по словам основателя Ф. Роздейла, он создал «не игру, а настоящее государство». Некоторые участники испытывают там комфортные ощущения знакомых мест: для англичан, например, Second Life является скорее «соседским пабом, где люди проводят свободное время, развивают отношения, предаются любимым развлечениям» (Blume 2009: 228).

Название книги Беллсторфа «Coming of Age in Second Life» отсылает к этнографическому исследованию М. Мид «Взросление на Самоа» («Coming of Age in Samoa») (Зайонц 2011: 201). По аналогии со структурой работы Мид, Беллсторф, с одной стороны, изучает пользователей, которые на протяжении участия «взрослеют» — обретают навыки существования в виртуальном мире, осознают в нем собственную роль и набирают опыт коммуникации с окружающими. С другой стороны, мир Second Life также «достигает совершеннолетия», формируясь не столько за счет разработчиков, но и благодаря креативности участников.

Для изучения Second Life Беллсторф применил собственный полевой этнографический опыт (связанный с изучением сексуальных меньшинств в Индонезии), чтобы «продемонстрировать потенциал этнографии для изучения виртуальных миров» (Boellstorff 2008: 24). Он выявлял общие для виртуального пространства практики и нормы проявления культур, подчеркивая необходимость погружения в изучаемую онлайн-среду (Зайонц 2011: 201). В своей работе Беллсторф развивал мысль, что виртуальность всегда была присуща человеку: «Благодаря культуре люди виртуальны»; человек всегда играет роли и тем самым представляет определенные «аватары» (Boellstorff 2008: 249). Автор не исследует степень «правдивости» образов в Second Life, гораздо ценнее оказывается изучение «практики построения идеального представления о себе». Впрочем, поиск «лучшей» версии себя не является уникальным — древнегреческие и древнеримские статуи были «гиперболической символикой» и метафорой совершенства (Jensen 2008: 174).

Виртуальный образ опытных пользователей Second Life существенно отличается от их облика в физическом пространстве: зачастую они меняют внешность, цвет кожи, этническую и гендерную принадлежность. «Новички» игры обычно остаются «самими собой» и легко «узнаваемы по их унылой стандартной внешности и неуклюжести», однако по мере пребывания в виртуальном мире они также «преображаются»

(Blume 2009: 228). Герои, аватары и образы Second Life обычно «проживают» короткую жизнь — наиболее долгосрочные резиденты существуют в сети не более трех лет (Blume 2009: 228).

Основную трудность в исследовании виртуальных миров Беллсторф видит, во-первых, в их «способности быстро меняться» (Boellstorff 2008: 17), во-вторых, в необходимости работы с большим объемом анализируемых материалов: «Моя собственная подборка данных составляла более десяти тысяч страниц полевых заметок, полученных путем включенного наблюдения, интервью в фокус-группах, плюс примерно десять тысяч дополнительных страниц блогов, информационных бюллетеней и других веб-сайтов» (Boellstorff 2008: 75).

В индонезийском «физическом» поле работа с фокус-группами и массовыми опросами казалась Беллсторфу «бесполезной» и не оправдала «объема потраченных сил»: респондентов нужно было уговаривать прийти на интервью, многие отказывались, а те, кто соглашался, в назначенное время не появлялись. Напротив, в виртуальном пространстве эта техника обнаружила эффективность и удобство: пользователи охотно соглашались на интервью и были заинтересованы в получении нового опыта. Беллсторф сконструировал специальную комнату для общения, приглашал туда людей для бесед и таким образом успешно провел около сорока встреч (Boellstorff 2008: 78). Вероятно, анонимность и вымышленность собственного образа в виртуальности располагали к большей открытости, чем демонстрация собственного «я» в реальности.

В рамках исследования автор рассматривал политику и экономику виртуальности, использование рабочей силы, специфику трат и приобретений, условия труда, проблемы нарушения прав и социального неравенства. Во время проведения полевых исследований Беллсторф намеренно не контактировал в физическом мире с теми, с кем общался в виртуальном пространстве, а также избегал общения с администрацией и разработчиками Second Life (Зайонц 2011: 203). Таким образом, он ограничил исследование исключительно виртуальным миром пользователя, без уточнения технической функциональности сайта и деталей «работы» виртуального пространства. Тем не менее в онлайн-среду попадали элементы физического мира. Например, в Second Life проводились политические кампании, связанные с реальным миром и настоящими личностями. Автор не сторонился подобных сюжетов, однако предостерегал от изучения обратного влияния мира онлайн на физическое пространство (Зайонц 2011: 203).

В последующих работах Беллсторф развивал метод цифровой антропологии и определял его как «технику» виртуального исследования, а не как «предмет изучения» или разновидность антропологии (например, медицинской или юридической). Киберпространство выстраивается посредством образов и впечатлений, поэтому принцип виртуальной полевой работы должен быть основан скорее на наблюдении за участниками,

чем на интервьюировании или проведении опроса. Работа ученых, которая выстраивается только на материалах виртуальных бесед и онлайн-анкетирования, «не вполне этнографична» (Boellstorff 2012: 40). Основная «сила» цифровой антропологии заключается в анализе прошлого и настоящего без попыток прогнозов и выявления основных трендов. При этом необходимо использовать достоинства воображения, которые являются важным фактором креативного исследования. Согласно Беллсторфу, цифровая антропология — не просто «этнография в интернете» (Boellstorff 2012: 56–57), а способ исследования нового вида мышления со своими задачами, героями, мотивами и последствиями.

WHY WE POST Д. МИЛЛЕРА

В рамках проекта Д. Миллера *Why We Post* в течение последних десяти лет проводится исследование влияния медиатехнологий на повседневную жизнь и анализ роли социальных сетей в формировании современных практик взаимоотношений. Участники проекта (ученые из разных университетов мира) проводили анализ социальных медиа в разных частях света: Северном Чили, Бразилии, Юго-Восточной Турции, Тринидаде, сельской Англии, Северо-Восточной Италии, Южной Индии, промышленном и сельском Китае. Результатом исследования стала серия *Why We Post* из одиннадцати монографий на английском, испанском, итальянском и португальском языках, выпущенная с 2016 по 2019 г. Миллер постарался сделать проект доступным для желающих — книги написаны простым «школьным» языком и находятся в свободном доступе. У проекта есть YouTube-канал, на котором выложены короткие трехминутные видео с представлением направлений работ и кратким содержанием исследований. Несколько лет назад под руководством Миллера был разработан учебный курс *Why We Post* (переведен на несколько языков), где желающему из любой точки мира предлагается ознакомиться с социальными медиа в своем регионе.

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» (Miller et al. 2016: 31–32). Цитируя Рейни и Уэллмана (Rainie, Wellman 2012), Миллер называет социальные сети последующей ступенью в развитии интернета и информационных связей: «Сетевая революция — это третья революция после интернет-революции и мобильной революции» (Miller et al. 2016: 21). Согласно концепции Миллера, разделение реальности и виртуальности выглядит неактуальным, ведь «социальные медиа вплетены в обычную жизнь, неотделимы от повседневных практик и встроены в «другие социальные пространства».

Исследование Д. Миллера и Д. Слейтера в конце 1990-х годов в Тринидаде позволило убедиться в необходимости долговременного

физического наблюдения для полноценного изучения социальных медиа: «Если вы хотите попасть в интернет, не начинайте оттуда» (Miller, Slater 2000: 5). Участники проекта проводили в исследуемых сообществах не менее пятнадцати месяцев (необходимый срок для погружения в культуру), в течение которых овладевали местными языками и налаживали контакты с населением. Исследование предполагало скорее взаимодействие, чем наблюдение: участники устраивались на работу нянями, официантами, продавцами в салоны сотовой связи и др. (Miller et al. 2016: 28). Так, Дж. Синанан прожила в тринидадском городе Эль Мирадор пятнадцать месяцев и опросила около двухсот человек, причем в фокусе ее постоянного внимания («крупном плане») были два персонажа (Sinanan 2017: 3).

Согласно концепции Why We Post, за время полевой работы исследователю необходимо стать «хамелеоном»: научиться вызывать доверие у людей, «чтобы всем было комфортно в его или ее присутствии» (Miller et al. 2016: 30). Участники учитывали любые детали, которые могли препятствовать внедрению в сообщество, следили за речью, манерами и внешним видом. В своей книге Миллер вспоминает ошибку этнографа, который, будучи в традиционном сообществе Южной Индии, одевался отлично от местного населения — в футболку и джинсы. В результате жители избегали контактов с ним. Тогда он решил поменять стиль: переоделся в деловой костюм. Однако и это не помогло, поскольку местные думали, что он «пытается им что-то продать», ведь выглядел он как бизнесмен. Только когда он уподобился местным жителям — «проколол оба уха и начал носить традиционные индийские курты ручной работы», — его работа в поле «пошла просто отлично» (Miller et al. 2016: 31–32).

По мнению Миллера, среди пользователей силен стереотип, что социальные сети представляют нечто «ненастоящее» и замещающее «правдивую» реальность. Однако, как показало исследование в промышленном Китае, виртуальный мир там считается более честным пространством, чем реальный. Дружба в интернете имеет название *chun* (чище) и «не несет прагматических мотивов», которые часты в отношениях офлайн. По словам жителя индустриального Китая, «они [онлайн-друзья] любят вас и разговаривают с вами, потому что им действительно нравится, что вы — это вы, а не потому, что вы богаты, чтобы они могли занимать у вас деньги, или вы могущественны, чтобы они могли получить от вас работу. Здесь [в интернете] все намного чище без участия власти и денег» (Miller et al. 2016: 108). В некоторых случаях действия в интернете имеют большую «силу», чем в реальности: в Чили романтические отношения обретают значимость только после публикации о них на Facebook, а признание в любви в онлайн-чате среди жителей индустриального Китая считается более правдивым, чем признание в реальности (Miller et al. 2016: 109).

Социальные медиа формируют женские и мужские визуальные идеалы виртуальной среды. Так, в Тринидаде женский образ связан с «гламуром, сексуальностью и телесностью, тогда как мужественность — с брендовой одеждой и аксессуарами... тяжелыми золотыми цепями, кольцами или нарукавными повязками, которые указывают на богатство и силу». Афротринидадские мужчины демонстрируют себя с помощью образа «гангста» из американских хип-хоп клипов — «в солнцезащитных очках и джинсах с низкой посадкой». Индотринидадские мужчины обычно представляют себя в «рабочем и профессиональном образе», а тринидадские женщины среднего класса делают записи «о своей жизни и сферах потребления». При этом все тринидадские жители во всех случаях «подчеркивают свою привлекательность... они никогда не разместят изображение, в котором выглядели бы непривлекательно» (Miller et al. 2016: 120).

Для англичан куда меньшее значение имеет их внешняя привлекательность, а важным атрибутом мужского образа на фотоснимках в социальных сетях является наличие кружки пива, существенной же частью женского облика — бокала вина. Согласно Миллеру, просматривая фотографии на Facebook, можно увидеть ассоциацию мужчин с пивом, а женщин с вином «сотни раз» (Miller et al. 2016: 119). В разделе картинок Facebook есть категория «вино», которая является предметом шуток, анекдотов и мемов среди английских женщин. Например, «мой книжный клуб читает только винные этикетки» или «я больше никогда не буду пить... О, смотри... вино». Если в отношениях офлайн гендерное различие можно выразить одеждой, то в английском интернете именно «напиток является своего рода одеждой» (Miller et al. 2016: 120).

Ценность социальных медиа Миллер видит в восстановлении утраченных общинных связей: «Групповой компонент социальных медиа может рассматриваться как способ сохранения или усиления групповой социальности, такой как семья, каста или племя» (Miller et al. 2016: 21). Некоторые элементы социальных сетей (например, хештеги) позволяют выстроить границы «своих» и «чужих» и обозначить собственное пространство (Белоруссова и др. 2020). Индусы в интернете в основном общаются с представителями семьи или касты (Miller et al. 2016: 7); жители промышленного Китая чаще контактируют внутри новообразованных сообществ: «Рабочие-мигранты в значительной степени утратили свои традиционные формы социальности и фактически создали социальные группы, адаптированные к новой жизни, в основном перемещаясь из города в город» (Miller et al. 2016: 7). Существует и другая тенденция использования социальных сетей: человек, неудовлетворенный местом в своем сообществе (семье, родственной группе), ищет в интернете обновления индивидуальности и изолированного общения (Miller et al. 2016: 192).

По результатам проекта Why We Post участники сделали «три открытия социальных медиа»:

1. *Социальные медиа не делают нас более индивидуалистичными.* Согласно исследованию, «социальные сети используются для укрепления традиционных групп, таких как семья, каста и племя, а также для устранения разрывов, вызванных миграцией и мобильностью». Семьи шахтеров Чили используют социальные сети для поддержания связи с близкими, живущими в других регионах. Объединенные верой, но незнакомые между собой представители различных религиозных направлений в Бразилии (например, пятидесятники) часто добавляют друг друга в друзья в Facebook.
2. *Социальные сети не отвлекают от образования — они и есть образование.* Участники проекта опровергают распространенное мнение, будто социальные сети препятствуют «нормальному» обучению. Так, представители бедных китайских семей не могут получить полноценного формального образования, поэтому медиа (например, YouTube) оказываются важным источником обучения. Кроме того, в Англии социальные сети являются «ценным активом для общения между родителями, учителями и учениками в начальной школе».
3. *Существует много различных жанров селфи.* Обычно селфи ассоциируется с «эгоистичным поведением и одержимостью собой», однако исследование Миллера показывает его вариации — «разнообразную картину селфи, сделанных для разных целей». В промышленном Китае селфи дает возможность «выглядеть лучше». Там женщины часто фотографируются с прическами, которые делают их визуально выше. В северном Чили изобрели иной вид селфи — *footie* (с изображением ног человека, сидящего перед телевизором).

В завершение исследования авторы попытались ответить на неформальный вопрос: делают ли социальные медиа людей счастливее? По наблюдениям участников, для одних социальные сети становятся «новыми пространствами выражения видимости счастья», для других — местом, где можно «надеть обманчиво улыбающееся лицо, предназначенное для публики» (Miller et al. 2016: 204). Согласно результатам опроса, социальные сети доставляют скорее счастье, чем несчастье: 68% опрошенных из промышленного Китая ответили именно так и лишь 13% из Северо-Восточной Турции и Южной Индии отреагировали негативно (самые высокие результаты «да» и «нет» из всех соответственно) (Miller et al. 2016: 64). Тем не менее авторы признают невозможность обретения «счастья» через социальные медиа, которые, однако, позволяют «лучше понять, что означает счастье для пользователей, а также то, как и где они могут его выражать» (Miller et al. 2016: 204).

* * *

Обширность киберпространства открыла огромные возможности для работы этнографов, одновременно породив проблемы проведения «полевого» исследования в сети, сбора и упорядочивания информации, обработки и представления материала. Если раньше территория по-своему ограничивала объем задач этнографа, то в киберисследовании ответственность в выстраивании границ лежит скорее на ученом: он сам организует масштаб своего поля, время и место, предмет и объект изучения. Из одного поля в другое он может переходить мгновенно, а поток научного материала практически непрерывен.

Вариативность техник онлайн-исследования обусловила появление множества методологических парадигм. Т. Беллсторф считает виртуальность «чистой» средой проявления истинных человеческих мотивов и желаний, поэтому изучает взаимоотношения онлайн вне физического контакта. Д. Миллер, напротив, проводит исследование на реальной территории, а интернет-взаимодействия считает дополнением существующих практик коммуникации. К. Хайн пытается обнаружить новое понимание идентичности во взаимосвязи между онлайн и офлайн. 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. Виртуальная среда отвечает мобильности, вариативности, адаптивности и непрерывности осуществления работы, а определение пути, подхода и техники исследования — в руках самого этнографа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Белоруссова С. Ю., Головнёв А. В. Виртуальная этничность — новация на фоне традиции? // Сибирские исторические исследования. 2019. № 3. С. 36–40.

Белоруссова С. Ю., Данилова Е. Н., Сысоева М. Э. Хештеги и этничность // Этнография. 2020. № 3 (9). С. 33–61.

Головнёв А. В. Киберскорость // Этнография. 2020. №3 (9). С. 6–32.

Головнёв А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Веб-этнография и киберэтночность // Уральский исторический вестник. 2018. № 1 (58). С. 100–108.

Зайонц В. В. Социально-антропологический подход к исследованию интернет-сообществ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 1 (14). С. 200–205.

Мясникова М. Л. Онлайн этнографический подход к исследованию интернет-сообществ: методологические разногласия и базовые принципы. Рец. на книгу: Hine С. Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every day. Bloomsbury Academic, 2015. 240 p. ISBN: 978-0857855701 // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. Т. 20. № 1 (89). С. 199–207.

Androutopoulos J. Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnography // Language@Internet. 2008. No. 5 (9). Pp. 1–20.

Blume T. W. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human — by Tom Boellstorff // Journal of Family Theory & Review. December. 2009. Pp. 227–230.

Boellstorff T. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human. New Jersey. Princeton University Press, 2008. 336 p.

Boellstorff T. Rethinking Digital Anthropology // Digital Anthropology. London; New York: Bloomsbury Academic, 2012. Pp. 39–60.

Burrell J. The field site as a network: A Strategy for Locating Ethnographic Research // Field Methods. 2009. No. 21. Pp. 181–199.

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. Pp. 300–307.

Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications, 1996. 296 p.

Dodge M. The Role of Maps in Virtual Research Methods // Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg. 2005. Pp. 113–128.

Fornas J., Klein K., Ladendorf M., Sunden J., Sveningsson M. Into Digital Borderlands // Digital Borderlands: Cultural studies of Identity and Interactivity on the Internet. New York: Peter Lang, 2002. Pp. 1–47.

Forte M. C. Centring the Links: Understanding Cybernetic Patterns of Co-Production, Circulation and Consumption // Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg, 2005. Pp. 93–106.

Hine C. From Virtual Ethnography to the Embedded, Embodied, Everyday Internet // The Routledge Companion to Digital Ethnography. New York: Routledge, 2017. Pp. 21–28.

Hine C. Virtual Ethnography. London: Sage Publications, 2000. 192 p.

Jensen N. Tom Boellstorff. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human. New Jersey: Princeton University Press. 336 p. // Graduate Journal of Social Science. 2008. Vol. 8. Issue 3. Pp. 172–176.

Joinson A. N. Internet Behaviour and the Design of Virtual Methods // Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg, 2005. Pp. 21–34.

Juimares Jr. M. J. L. Doing Anthropology in Cyberspace: Fieldwork Boundaries and Social Environments // Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg, 2005. Pp. 141–156.

Kivits J. Online Interviewing and the Research Relationship // Virtual methods: issues in social research on the Internet. New York: Berg. 2005, Pp. 35–50.

Knoblauch H. Fokussierte Ethnographie als Teil einer soziologischen Ethnographie. Zur Klärung einiger Missverständnisse // Sozialer Sinn. 2001. No. 3 (1). S. 129–135.

Kozinets R. V. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. Thousand Oaks: Sage, 2010. 221 p.

Krekhovetsky L. Writing Ethnicity on the Internet: Communicative Practices of the Ukrainian Virtual Community. PhD. 1998. 132 p.

Lehdonvirta V. Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous // Approach in

- MMO Studies. International Journal of Computer Game Research. 2010. No. 10 (1). Pp. 1–16.
- 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. 288 p.
- Miller D., Slater D. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg, 2000. 227 p.
- Murthy D. Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research // *Sociology*. 2008. No. 42 (5). Pp. 837–855.
- Nardi B. A. *My life as a night elf priest: An anthropological account of World of Warcraft*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2010. 244 p.
- Panos D. “I” on the Web: Social Penetration Theory Revisited // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. No. 19 (5). Pp. 185–205.
- Poster M. *Postmodern Virtualities // Cyberspace / Cyberbodies / Cyberpunk*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications, 1996. Pp. 79–96.
- Rheingold H. *Virtual reality*. New York: Simon and Schuster. 1991. 400 p.
- Robinson L., Schulz J. New Avenues for Sociological Inquiry: Evolving Forms of Ethnographic Practice // *Sociology*. 2009. No. 43. Pp 685–698.
- Sade-Beck L. Internet Ethnography: Online and Offline // *International Journal of Qualitative Methods*. 2004. No. 2 (3). URL: <https://journals.library.ualberta.ca/tc/index.php/IJQM/article/view/4472/3597> (дата обращения: 19.06.2021).
- Sanders T. Researching the Online Sex Work Community // *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. New York: Berg, 2005. Pp. 67–80.
- Sinanan J. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press, 2017. 236 p.
- Snodgrass J. G. *Ethnography of Online Cultures // Handbook of Methods in Cultural Anthropology*. New York: Rowman and Littlefield, 2014. Pp. 465–495.
- Underberg N. M., Zorn E. *Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media*. Austin: University of Texas Press, 2013. 117 p.
- Williams D. *The Perils and Promises of Large-Scale Data Extractions*. Chicago: MacArthur Foundation, 2010. URL: <http://dmitriwilliams.com/publications/> (дата обращения: 19.05.2021).
- 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. No. 1. Pp. 338–361.

REFERENCES

- Androutopoulos J. Potentials and limitations of discourse-centred online ethnography. *Language@Internet*, 2008, no. 5 (9), pp. 1–20. (In English).
- Belorussova S. Yu., Danilova E. N., Sysoeva M. E. [Hashtags and Ethnicity]. *Ethnografia*, 2020, no. 3 (9), pp. 33–61. (In Russian).
- Belorussova S. Yu., Golovnev A. V. [Is virtual Ethnicity a Novation on the Background of Tradition?]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniia* [Siberian Historical Research], 2019, no. 3, pp. 36–40. (In Russian).

Blume T. W. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human — by Tom Boellstorff. *Journal of Family Theory & Review*, december 2009, pp. 227–230. (In English).

Boellstorff T. *Rethinking Digital Anthropology. Digital Anthropology*. London; New York: Bloomsbury Academic, 2012, pp. 39–60. (In English).

Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. New Jersey: Princeton University Press, 2008. (In English).

Burrell J. The field site as a network: A strategy for locating ethnographic research. *Field Methods*, 2009, no. 21, pp. 181–199. (In English).

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, pp. 300–307. (In English).

Cyberspace / Cyberbodies / Cyberpunk. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications, 1996. (In English).

Dodge M. *The Role of Maps in Virtual Research Methods. Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 113–128. (In English).

Fornas J., Klein K., Ladendorf M., Sunden J., Sveningsson M. Into Digital Borderlands. *Digital Borderlands: Cultural studies of Identity and Interactivity on the Internet*. New York: Peter Lang, 2002, pp. 1–47. (In English).

Forte M. C. Centring the Links: Understanding Cybernetic Patterns of Co-Production, Circulation and Consumption. *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 93–106. (In English).

Golovnev A. V. [Cyber-speed]. *Etnografija*, 2020, no. 3 (9), pp. 6–32. (In Russian).

Golovnev A. V., Belorussova S. Yu., Kisser T. S. [Web ethnography and cyber-ethnicity]. *Ural'skij istoricheskij vestnik* [Ural Historical Journal], 2018, no. 1 (58), pp. 100–108. (In Russian).

Hine C. From Virtual Ethnography to the Embedded, Embodied, Everyday Internet. *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. New York: Routledge, 2017, pp. 21–28. (In English).

Hine C. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications, 2000. (In English).

Jensen N. Tom Boellstorff. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human. New Jersey: Princeton University Press. 336 pp. *Graduate Journal of Social Science*, 2008, vol. 8, iss. 3, pp. 172–176. (In English).

Joinson A. N. Internet Behaviour and the Design of Virtual Methods. *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 21–34. (In English).

Juimares Jr. M. J. L. Doing Anthropology in Cyberspace: Fieldwork Boundaries and Social Environments. *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 141–156. (In English).

Kivits J. Online Interviewing and the Research Relationship. *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 35–50. (In English).

Knoblauch H. [Focused ethnography as part of a sociological ethnography. To clarify some misconceptions]. *Sozialer Sinn* [Social sense], 2001, no. 3 (1), pp. 129–135. (In German).

Kozinets R. V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Thousand Oaks: Sage, 2010. (In English).

Krekhovetsky L. *Writing Ethnicity on the Internet: Communicative Practices of the Ukrainian Virtual Community*, PhD, 1998. (In English).

Lehdonvirta V. Virtual Worlds Don't Exist: Questioning the Dichotomous. Approach in MMO Studies. *International Journal of Computer Game Research*, 2010, no. 10 (1), pp. 1–16. (In English).

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. (In English).

Miller D., Slater D. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg, 2000. (In English).

Murthy D. Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 2008, no. 42 (5), pp. 837–855. (In English).

Myasnikova M. L. [Online ethnographic approach to the study of Internet communities: methodological differences and basic principles. Book Review: Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every day*. Bloomsbury Academic, 2015. 240 p. ISBN 978-0857855701]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 2017, vol. 20, no. 1 (89), pp. 199–207. (In Russian).

Nardi B. A. *My life as a night elf priest: An anthropological account of World of Warcraft*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2010. (In English).

Panos D. “I” on the Web: Social Penetration Theory Revisited. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2014, no. 19 (5), pp. 185–205. (In English).

Poster M. Postmodern Virtualities. *Cyberspace / Cyberbodies / Cyberpunk*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications, 1996, pp. 79–96. (In English).

Rheingold H. *Virtual reality*. New York: Simon and Schuster, 1991. (In English).

Robinson L., Schulz J. New avenues for sociological inquiry: Evolving forms of ethnographic practice. *Sociology*, 2009, no. 43, pp. 685–698. (In English).

Sade-Beck L. Internet Ethnography: Online and Offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 2004, no. 2 (3). Available at: <https://journals.library.ualberta.ca/tc/index.php/IJQM/article/view/4472/3597> (accessed: 19.06.2021). (In English).

Sanders T. Researching the Online Sex Work Community. *Virtual methods: issues in social research on the Internet*. New York: Berg, 2005, pp. 67–80. (In English).

Sinanan J. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press, 2017. (In English).

Snodgrass J. G. Ethnography of Online Cultures. *Handbook of Methods in Cultural Anthropology*. New York: Rowman and Littlefield, 2014, pp. 465–495. (In English).

Underberg N. M., Zorn E. *Digital ethnography: anthropology, narrative, and new media*. Austin: University of Texas Press, 2013. (In English).

Williams D. *The perils and promises of large-scale data extractions*. Chicago: MacArthur Foundation, 2010. Available at: <http://dmitriwilliams.com/publications/> (accessed: 19.05.2021). (In English).

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, no. 1, pp. 338–361. (In English).

Zayonts V. V. [Socio-anthropological approach to the study of Internet communities]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 2011, no. 1 (14). pp. 200–205. (In Russian).

Submitted: 22.06.2021

Accepted: 29.07.2021

Published: 01.10.2021