

УДК 39

DOI: 10.33876/2311-0546/2024-2/129-146

Научная статья

© В. А. Головнев

ЭВЕНКИЙСКИЙ ЭТНОБЛОГИНГ: ВИРТУАЛЬНАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ДРАМАТУРГИИ

Маленький поселок Хатыстыр Алданского района Республики Саха с недавних пор стал центром активной деятельности популярных этноблогеров. Именно отсюда в социальных сетях всему миру рассказывают, кто такие «современные тунгусы». Рассказывают разными способами, голосами, стилями. Рассказывают сами эвенки, презентуя себя и свой народ, сражаясь за зрительскую аудиторию и открыто конкурируя меж собой. Этот новый тип этнической самопрезентации стал возможным лишь в последние годы, благодаря повсеместной цифровизации и активному развитию киберпространства. Сегодня значимость проблемы самопрезентации в антропологии выходит на новый уровень. Этноблогеры становятся новыми проводниками в мир традиционных культур. Рождается виртуальный тип самопозиционирования сообществ и традиций от первого лица. Это исследование того, что представляет собой самопрезентация в развивающемся киберпространстве. Это попытка разобрать самопрезентацию эвенкийских этноблогеров на предмет соотношения в ней театральности и реальности, публичности и интимности, «авансцены» и «закулисья». В качестве научной основы выбрана концепция социальной драматургии, разработанная в середине прошлого столетия американским ученым Ирвингом Гофманом. Насколько теория доинтернетной эпохи применима к современности, тем более в ее самобытных «тунгусских» версиях? Насколько теория социальной драматургии актуальна в коммуникации XXI в., в частности, для самопрезентации в интернете?

Ключевые слова: киберэтнография, самопрезентация, Гофман, этноблогер, эвенки, цифровизация, блогинг

Ссылка при цитировании: Головнев В. А. Эвенкийский этноблогинг: виртуальная самопрезентация и теория социальной драматургии // Вестник антропологии. 2024. № 2. С. 129–146.

Головнев Владимир Андреевич — аспирант, Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН (Российская Федерация, 119334 Москва, Ленинский пр., 32А); Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Российская Федерация, 199034 Санкт-Петербург, Университетская наб., 3). Эл. почта: vladimirgolovnev@yandex.ru
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9179-7761>

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

UDC 39

DOI: 10.33876/2311-0546/2024-2/129-146

Original article

© *Vladimir Golovnev*

ETHNO-BLOGGING AMONG THE EVENKS: VIRTUAL SELF-PRESENTATION AND THE THEORY OF SOCIAL DRAMATURGY

The small village of Khatystyr, Aldan district of the Republic of Sakha, has recently become the center of activity of popular ethno-bloggers. Local bloggers on social networks tell the whole world who the “modern Tungus” are. The stories are told in different ways, voices, styles. Evenks talk about their lives, introducing themselves personally and their people, fighting for audience and openly competing with each other. This new type of ethnic self-presentation has become possible only in recent years, thanks to digitalization and the active development of cyberspace. Today, the significance of the problem of self-presentation in anthropology is reaching a new level. Ethno-bloggers are the new guides to the world of traditional cultures. A virtual type of self-positioning of communities and traditions in the first person is born. This paper is an exploration of what constitutes self-presentation in an evolving cyberspace. This is an attempt to analyze the self-presentation of Evenk ethno-bloggers in terms of the relationship between theatricality and reality, publicity and intimacy, “front stage” and “backstage”. The concept of social dramaturgy, developed in the middle of the last century by the American scientist Erving Goffman, was chosen as the scientific basis. How applicable is the theory of the pre-Internet era to modern times, especially in its authentic “Tungus” versions? How relevant is the theory of social dramaturgy in 21st century communication, in particular, for self-presentation on the Internet?

Keywords: *cyber-ethnography, ethno-blogger, evenki, self-presentation, Goffman, IT-camp, digitalization, blogging*

Author Info: **Golovnev, Vladimir A.** — Ph.D. Student, the Russian Academy of Sciences N. N. Miklouho-Maklay Institute of Ethnology and Anthropology (Moscow, Russian Federation); Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: vladimirgolovnev@yandex.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9179-7761>

For citation: Golovnev, V. A. 2024. Ethno-blogging among the Evenks: Virtual Self-Presentation and the Theory of Social Dramaturgy. *Herald of Anthropology (Vestnik Antropologii)* 2: 129–146.

Funding: The study was funded by the Russian State Foundation, project number № 23-78-10079 <https://rscf.ru/project/23-78-10079/>

С развитием виртуального пространства неизбежно трансформируются и видоизменяются многие формы социального поведения, в том числе — самопрезентации: и индивидуальные, и групповые. Актуальными становятся понятия киберидентич-

ности, виртуального самопредставления, вебэтничности. Пользователи теперь «конструируют онлайн-пространства, изображая их как сообщества» (*Diamandaki* 2003: 3). Интернет-революция 1990-х гг. дала не только возможность обретения новой реальности, но и перспективу замещения физического пространства виртуальным (см.: *Головнёв, Белоруссова, Киссер* 2021); та же мысль проще выражена изречением Билла Гейтса: «Если тебя нет в интернете, тебя нет вообще».

Коренные народы России представляют себя в сети самыми различными способами: через тематические группы, чаты, форумы, где личность подчас превращается в аватар, а коллектив — в новую виртуальную общность. Сохраняя этнические черты самосознания, киберсообщества теряют традиционную территориальную привязку, единство места и времени, обретая взамен иллюзию персональной анонимности, электронную память и даже цифровое бессмертие. Особым явлением в области самопрезентации является появившееся несколько лет назад явление *этноблогинга*.

С 2014 г. в России реализуется масштабная государственная программа по «устранению цифрового неравенства». Изначально в проект вошло около 14 тыс. поселков, сел, деревень, станиц и аулов. В апреле 2021 г. начинается второй этап программы, в ходе которого Минцифры РФ планирует обеспечить мобильным интернетом еще 1198 населенных пунктов с населением менее 500 чел. Тысячи сотовых вышек с 4G/LTE интернет-сигналом еженедельно появляются в самых недоступных уголках страны. Местное население естественным образом осваивает виртуальный мир и онлайн-пространство, а в среде коренных малочисленных народов появляются популярные национальные блогеры, сетевые лидеры, транслирующие традиционную культуру и ценности своего народа популярны среди хантов, якутов, эвенков, ненцев, лакцев и других народов. Их страницы (или каналы) фактически превращаются в тематические коммуникативные площадки с тысячами участников и миллионами зрительских просмотров.

Примером нового явления является «хатыстырский этноблогинг» в Южной Якутии. Маленький поселок Хатыстыр Алданского района Республики Саха с недавних пор стал центром активной деятельности популярных этноблогеров. Именно отсюда в социальных сетях всему миру рассказывают, кто такие «современные тунгусы». Рассказывают разными способами, голосами, стилями. Рассказывают сами эвенки, презентуя себя и свой народ, сражаясь за зрительскую аудиторию и открыто конкурируя меж собой.

Н. А. Мамонтова, говоря о репрезентации эвенкийской народа на просторах интернета, отмечала, что обсуждение «эвенкийскости» в сети «в некоторой степени является ролевым и игровым» (*Мамонтова* 2014: 106). Она отмечала, что подчас идет представление неких «идеальных» эвенков и идет воспроизведение стереотипов не только об эвенках, но и о коренных народах в целом. В этой связи мне кажется важным рассмотреть самопрезентацию эвенкийских этноблогеров на предмет соотношения в ней театральности и реальности, публичности и интимности, «авансцены» и «закулисья». Если иметь в виду популярный взгляд на самопозиционирование в интернете как на вариацию ролевой игры, то в обзоре самопрезентации эвенкийских этноблогеров можно использовать концепцию социальной драматургии, разработанную в середине прошлого столетия (1959) американским ученым Ирвингом Гофманом. Эта теория уделяет внимание почти исключительно индивидуальным самопрезентациям; собственно, и этноблогинг также является индивидуальной самопрезентацией с той раз-

ницей, что информанты Гофмана проявляли себя в живом общении с другими людьми, а этноблогеры, позируя перед камерой, показывали себя зрителям. Уместен вопрос: насколько теория доинтернетной эпохи применима к современности, тем более в ее самобытных «тунгусских» версиях? Насколько хорошо она работает для современной коммуникации, в частности, для самопрезентации в интернете?

Чтобы ответить на эти вопросы, сосредоточимся на решении нескольких частных задач. Во-первых, разберемся, насколько содержание хатыстырских блогов обусловлено желанием публично продемонстрировать «эвенкийскость». Во-вторых, рассмотрим, с помощью каких приемов этноблогеры формируют свою самопрезентацию.

Теоретической основой для анализа стала обширная научная литература, связанная с разными формами виртуальной самопрезентации.

Сетевая самопрезентация напрямую связана с самоидентификацией и идентичностью — каждый этноблогер заявляет в кибермире не только свою персону, но и спектр этнических характеристик, позиционируя себя аудитории как часть народа. Изучение соотношения реальности и иллюзорности такого виртуального самопозиционирования продолжается уже много лет (см.: *Rötzer* 1996; *Döring* 2000 и др.). Одни исследователи изначально ставили под сомнение значимость и объективность виртуальной самопрезентации, говоря о её неизбежной надуманности и преувеличениях (*Bahl* 1997: 23). Между тем А. Баль подчеркивает, что в создании виртуальных идентичностей люди выполняют социально значимую работу по самоидентификации, раскрывая и исследуя внутренние аспекты «я», которые не видны в обыденной реальности. Связано это во многом со «свободой интернета» — с его анонимностью и глобальностью. Н. Доринг в статье «Идентичность + Интернет = виртуальная идентичность?» подчеркивает, что в сети люди подчас уникально открывают своё «я» и ведут значимый самопоиск (*Döring* 2000: 65). При этом, по мнению автора, интернет не только допускает, но и поощряет создание фиктивных образов, вследствие чего социальная коммуникация подчас превращается в «маскарад» (*Döring* 2000: 65). А. Ф. Ротцер считает, что виртуальная идентичность опирается не столько на реальность, сколько на образцы привлекательности, то есть это скорее образ, чем реальность (*Rötzer* 1996: 126). Н. Л. Сунгурова, говоря о виртуальной самопрезентации личности, отмечает, что кибертехнологии «открывают возможности для яркого проявления своей индивидуальности и вариативности самопрезентации» (*Сунгурова* 2015: 319). А исследователи интернет-сообществ Д. Миллер и Д. Слойтер считают, что интернет не порождает новые идентичности, а скорее помогает людям виртуально стать теми, кем они уже хотели быть, акцентировать наиболее благоприятные и/или желаемые характеристики группы, но эти характеристики нередко берутся из дискурсивных практик «реальной» жизни (*Miller, Slater* 2011: 85). Т. Эриксен заметил, что «нации процветают в интернете» (*Eriksen* 2007), который сегодня «стал ключевой технологией по поддержанию наций».

Как уже было сказано, в качестве теоретической рамки, которая позволит нам рассмотреть самопрезентации этноблогеров, возьмем теорию социальной драматургии, разработанную Ирвингом Гофманом (*Гофман* 2000). Вряд ли стоит подробно пересказывать эту теорию, вошедшую в анналы антропологической и социологической классики; для удобства последующего чтения ограничимся только кратким изложением основных положений. Индивидуальная самопрезентация человека другим людям (одному или нескольким) производится по принципу театрального

исполнения (performance): индивид выстраивает *передний план* (front), используя некую *обстановку, сценическое оснащение* (stage props), то есть совокупность предметов, наполняющих театрализованное действие символическими значениями. Гофманом вводится понятие *личного переднего плана*, то есть личных характеристик каждого индивида, в том числе его *внешнего вида и манер*. В социальном измерении личный передний план, основанный на исполнении *роли*, представляется как *личина*, или *маска* (mask); *социальная роль* представляет собой совокупность ожиданий, представлений о том, как ведут себя (или должны вести) представители какой-либо социальной группы. С точки зрения «театрального» действия, по Гофману, можно выделить зоны переднего и заднего плана. *Зона переднего плана* (front regions) — это пространство, которое позволяет видеть делающих действие со стороны публики. *Зона заднего плана* (back regions), или *закулисы* — пространство, выключенное из зоны действия; здесь участники действия отдыхают, подготавливают действия в зоне переднего плана. Исполнитель роли создает зону переднего плана и манипулирует ей с помощью приемов *управления впечатлением* (impression management). Повседневное *исполнение* предполагает доверие зрителей, их *веру* в исполняемую партию. Повторимся, что у Гофмана эта теория уделяет внимание большей частью индивидуальным самопрезентациям в живом режиме (личное общение человека с другим человеком или несколькими людьми); мы же ставим перед собой задачу разобраться, применима ли эта теория к новым техническим условиям — выступлениям видеоблогеров, при котором общение происходит не напрямую со зрителем, а через посредника — видеокамеру. Теория социальной драматургии уже не раз привлекалась для анализа поведения в интернете (Sannicolas 1997; Громов 2020).

* * *

Методология исследования основана на сочетании контент-анализа материалов интернета (прежде всего, видеоблогов этнической направленности — этноблогов) и полевых исследований (включенного наблюдения и интервьюирования). Этноблог является базовой единицей исследования; каждый такой блог представляет собой серию видеозаписей, снятых блогером о себе. В данном случае речь идет о группе эвенков, занимающихся охотой (профессионально или любительски) и оленеводством, являющихся продолжателями традиционного уклада данного народа, его традиционных форм деятельности. В центре внимания несколько наиболее значимых видеоблогов, в частности: «Дневник эвенка» (143 видео, 131 тыс. подписчиков, создан в 2016 г.) (Дневник эвенка); «Анатолий Лээги» (146 видео, 119 тыс. подписчиков, создан в 2020 г.) (Анатолий Лээги); «Бону» (55 видео, 13,8 тыс. подписчиков, создан в 2020 г.) (Бону) и другие.

Мной было просмотрено более 200 часов «этнографии от первого лица», проведена аналитика просмотров, изучена сетевая активность, проанализированы комментарии. В 2022–2023 гг. были проведены полевые исследования (ПМА 2022, ПМА 2023), в ходе которых записано 10 больших интервью с этноблогерами-эвенками, а также снято более 70 часов видеонаблюдений. Информанты предоставили значительную часть исходного материала своих любительских съемок, что помогло изучить формирование итогового видеосюжета (принципы отбора материала, создания смысловых акцентов, отсеивания фрагментов, которые, по мнению блогеров, оказались лишними).

Данные исследования лежат в русле моего профессионального интереса к этноблогингу; в частности, ранее происходило более или менее близкое общение с этноблогерами из ХМАО-Югры и Дагестана (Головнев 2021); как режиссер-документалист я собираю материалы для фильмов по этой теме.

* * *

Отправляясь в экспедицию в Южную Якутию, я ловил себя на мысли, что еду к хорошо знакомым людям. Меня совсем не смущало в одиночку отправляться за тысячи километров, ведь там ждали «свои» ребята, которых я, казалось, знаю очень давно. Много раз мне доводилось видеть их в различных эмоциях, делить с ними охотничьи победы и досадные провалы, наблюдать их праздничную эйфорию и будничные хлопоты. Я подробно знал распорядок дня каждого оленевода, отчетливо представлял элементы одежды, хорошо помнил обстановку жилищ и, казалось, даже чувствовал запах их ежедневной традиционной пищи. Да и сам эвенкийский мир виделся мне понятным и почти родным. Но, уже сев в самолет, я задумался, что ни разу в жизни не был в Якутии и никогда не видел живую ни одного эвенка.

Хотя предварительно я посмотрел сотни часов видеоблогов, но, когда я впервые, наконец, увидел своих «старых знакомых» эвенков, не смог не поприветствовать их нарочито дружески. В ответ почувствовал странный холодок приличия — хозяйева встретили меня дежурными улыбками «на Вы» — они видели меня впервые. Да и мир, в который я окунулся в реальности, почему-то неожиданно по-другому жил и по-другому пах. В сравнении реального и виртуального не было очевидного противоречия, вот только сложившийся в моей голове устойчивый образ эвенка всё время наталкивал на открывшуюся «закулисную» реальность, где сетевые «герои» вдруг оказались людьми, а «декорации» — местом, где мне теперь предстояло жить.

Так у меня в непосредственном общении возникло понимание, что виртуальные образы людей отличаются от них самих, и чтобы понять этноблогинг, нужно понимать, что же происходит, происходит, когда блогер выключает свою камеру. Что остается за кадром? Что и почему нельзя показывать, и о чем всегда неудобно говорить, глядя в объектив? Где заканчиваются границы открытой публичности и начинается «закулисная» реальность? Когда культура готова демонстрировать себя, а когда она прячется от посторонних глаз, пытаюсь сохранить?

Прежде чем начать собственно анализ, вкратце представлю героев своего исследования — эвенков-видеоблогеров.

Ютуб-канал «Дневник эвенка» был создан в 2016 г. Альбертом Соловьевым, уроженцем села Хатыстыр Алданского района республики Саха. В описании канала сказано: «В этом канале буду показывать жизнь и быт, промысел малочисленных народов севера, эвенков и саха. Мне больше нравится снимать людей в их естественных условиях, без прикрас и не вмешиваясь в процесс».

Соловьев задумал этноблогинг как коллективный проект. Предполагалось, что снимать видео будет не только он сам — то же будут делать другие эвенкийские охотники, «много уникальных людей, которые с детства живут в тайге» (Дневник эвенка). Так в 2016 г. в селе Хатыстыр начал формироваться «клондайк» популярных этноблогеров. Соловьев раздавал им для работы видеокamеры, смонтированные видеозаписи выкладывались на «Дневнике эвенка». Местные охотники и оленеводы Анатолий Иванов

(Лээги) и Тимофей Местников (Беркэ) и Михаил Соловьев (Хантер) уже несколько лет с разной периодичностью выкладывают здесь свои видеозарисовки и дневники.

Шестидесятилетний эвенкийский охотник Тимофей Иванович Местников в сети взял себе творческий псевдоним «Беркэ», это одно из местных наименований волка. Значительная часть его видеоматериалов — кадры охоты на хищников. Тимофей — волчатник, недавно с гордостью добыл своего шестидесятого волка. Его камера постоянно «идет» по волчьему следу, проверяет ловушки и только за кадром мы слышим тихий неторопливый голос охотника. Блогер вспоминает, как еще в 1994 г. вниз по реке Амге стояло порядка 520 оленей, несколько стад. Сейчас не осталось ни одного — и это результат деятельности хищников. Яды (фторацетат бария) против волков запретили, вертолетный отстрел слишком дорог, олень по голове ежегодно снижается (ПМА 2023). «Приплод съедают медведи, а основное стадо — волки», — Беркэ постоянно подчеркивает, что работа волчатника в Алданском районе актуальна и вынуждена, как никогда (Дневник эвенка). На кону — само существование традиционного оленеводства. И своем блоге охотник нередко подчеркивает хозяйственные трудности и изъяны законодательства, рассчитывая на внимание властных и административных структур. Самые популярные видеозарисовки Беркэ — «Волки задрали 12 лошадей в Южной Якутии» (473 тыс. просмотров) и «60й волк. Как это было» (255 тыс. просмотров).

Охотник Анатолий Павлович Иванов долгое время был одним из героев канала «Дневник эвенка». Первые годы у начинающего этноблогера не получалось найти своего зрителя: его видеозарисовки про национальные праздники, этнографические музеи, природные красоты или эвенкийскую утиную охоту зрительской популярностью не пользовались. Но однажды он начал снимать приготовление национальной еды, и его блог резко обрёл массового зрителя. Альберт Соловьев считает, что именно «еда сделала его звездой интернета». После обретения популярности начались первые внутриблогерские конкурентные конфликты, появились финансовые разногласия. Так Анатолий Павлович отсоединился от хатыстырской команды «Дневника эвенка», создав персональный блог «Анатолий Лээги», став конкурентом в борьбе за аудиторию, которой интересна этнография эвенков (ПМА 2022).

Чуть особняком стоит дружественный эвенкийский youtube-канал «Бону», также хатыстырский. Его главный герой — Иван Алексеевич Илестяров (*Бону* — эвенкийский вариант имени Иван), охотник, возглавляющий сегодня оленеводческое хозяйство коренных малочисленных народов Севера «Хатыстыр». Свой канал он представляет так: «Здесь я показываю жизнь, охоту, малочисленных народов севера. Некоторые ролики могут вам показаться жестокими (кадры с охоты), но это вековой традиционный быт эвенков, опыт и жизненный уклад которых передается из поколения в поколение» (*Бону*). Наибольшей популярностью у Ивана Илестярова пользуются именно видеозарисовки охоты: «Погоня за волком» (544 тыс. просмотров), «Погоня за хищником» (460 тыс.), «По следам медведя» (137 тыс.). Для сравнения, наименьшим зрительским интересом пользуются ролики «Как же достали комары» (8,7 тыс.) и «Обратный путь» (6,9 тыс.). Среди видеозарисовок Ивана Илестярова немало тревожных, нервных и грустных: «Волки задрали оленя», «Волк не дремлет», «Всё, упустили зверя». Оленеводство в Южной Якутии прочно соседствует с охотой на хищников — одно поддерживает другое. Изредка материал блога дополняется обрядами, праздниками и житейскими радостями лесных эвенков.

Примечательно, что качественный интернет-сигнал появился в Хатыстыре только в 2022 г., а до тех пор таежным блогерам приходилось ездить 50 километров в районный центр Алдан в поисках заветного значка LTE.

С самого начала проект был задуман как коллективная презентация традиционного уклада эвенкийского народа. Открыто заявлялось, что своей работой этноблогеры рассчитывают заинтересовать молодое поколение эвенков, привить им интерес к традиционной культуре и традиционным формам трудовой деятельности. В качестве потенциальной адресной аудитории Соловьев видел городских жителей, подростков, а также всех, кто интересуется охотой и рыбалкой. Надо сказать, Алданский район является исторически сложившейся территорией расселения эвенков южной Якутии. Несмотря на активное развитие золотодобычи, именно здесь долгое время сохранялась традиционная культура (ПМА 2023). Примечательно, что в 1926 г. здесь было образовано административное образование «Алданский туземный улус», в административную функцию которого входило попечительство над эвенкийским населением, оказание протекции эвенкийской культуре, чтобы «тунгусы сохранились как этнос» (Куликова 2015: 42). Сегодня Хатыстыр официально является центром компактного проживания эвенков с бытованием традиционной культуры, здесь проводятся национальные праздники и национальные мероприятия («День оленевода», «Бакалдын») (Куликова 2015: 45). Разговаривают местные эвенки преимущественно на якутском, русском и эвенкийском языках. Традиционные этнические черты сохранились в основном среди оленеводческих бригад, которые все ещё сохраняют образ жизни кочевников.

Добавим, что этноблогингом в регионе занимаются также каналы «Клёвая рыбалка» (747 видео, 588 тыс. подписчиков, первое видео — 2016 г.) (Клевая рыбалка), «Жизнь в Якутии» (67 видео, 218 тыс. подписчиков, первое видео — 2017 г.) (Жизнь в Якутии), «Жизнь Эвена!!! Even Life!!!» (173 видео, 83 тыс. подписчиков, первое видео — 2018 г.) (Жизнь эвена) и других.

* * *

Интернет изначально создал в моей голове четко сконструированный образ эвенкийской реальности. Каждая видеозарисовка — отдельная самопрезентация. Соединенные вместе, они уверенно сконструировали вполне законченную картину мира. При всей несомненной правдивости и документальности демонстрируемого материала при личном контакте в ходе полевой работы мне всё чаще виделись элементы саморежиссуры и инстинктивной, подчас неосознаваемой авторами драматургии. Этот образ, или то, что в социальной драматургии обозначалось термином *маска*, разумеется, никто специально не сочинял и не приукрашивал осознанно. Это обусловленные *социальными ролями* маски, которые «становятся второй натурой и составной частью личности» (Ковалев 2000: 20). Никакой постановки или неправды — камеры этноблогеров отличались честностью и объективностью фиксации. Но вырванные из бытового контекста кадры почему-то при просмотре обретали новый смысл, а монтаж если не деформировал происходящее, то точно создавал ему новую ритмичность и заведомое удобство восприятия.

Было интересно наблюдать, из чего состоит закулисы этой реальности. Термины, которыми более 60 лет назад пользовался американский социолог Ирвинг Гофман,

вдруг по-новому актуализировались в якутской тайге, натолкнув на мысль о наличии универсальных законов самопрезентации, не зависящих от века и технологий.

Как уже было сказано, «Дневник эвенка» был задуман его создателем как ютуб-канал, поддерживающий традиционную культуру эвенков, презентующих эвенкийский уклад жизни, этничность. Бону говорил, что «цель: популяризировать оленеводство среди молодежи, показывать жизнь и быт, промысел малочисленных народов севера эвенков». Он часто и демонстративно называет себя эвенком, соблюдает национальную календарную обрядность и всю свою основную деятельность считает нарочито традиционной, эвенкийской. Аналогично отчетливо подчеркивают свою «эвенкийскость» и Альберт Соловьев, и все блогеры канала «Дневник эвенка». Об ориентации на этничность заявлялось неоднократно. Говоря языком Гофмана, был задан *фрейм* (Гофман 2004), заставлявший видеть в самых разных проявлениях повседневности именно презентацию «эвенкийскости».

Такой подход предполагает некоторые противоречия.

Во-первых, ввиду того, что «эвенки юга Якутии исторически довольно сильно якутизированы и русифицированы» (Куликова 2015: 42), не все блогеры являются чистокровными эвенками; например, Бону — наполовину якут. Примечательно, что между собой



Рис. 1. В качестве «декорации» для съемки сюжета Бону использует кочевую стоянку. Фото В. А. Головнёва
Fig. 1. Bonu uses a nomadic camp as a “scenery” for filming the plot. Photo by V. A. Golovnev

эвенки-олeneводы говорят на якутском языке, на камеру — на русском (что обусловлено необходимостью создания переднего плана, понятного зрителю).

Во-вторых, блогеры, стремясь подчеркнуть традиционность и этничность своей жизни, вынуждены к числу традиционной деятельности относить любую охоту и оленеводство, даже когда она ведется вполне современными методами.

Управление впечатлением производится через создание *переднего плана* — это «стандартный набор выразительных приемов и инструментов, намеренно или невольно выработанных индивидом в ходе исполнения. Прежде всего это обстановка, включая мебель, декорацию, физическое расположение участников и другие элементы фона, которые составляют сценический и постановочный реквизит для протекания человеческого действия» (Гофман 2000: 54). В числе элементов личного переднего плана ранговые символы, внешность, осанка, характерные речевые обороты, выражение лица, жесты (Гофман 2000: 56). Здесь очевидно возникает театрализация, которая, подчас даже не вступая в противоречия с естественной жизнью исполнителя, все-таки имеет свою драматургию, арсенал художественных средств, реквизит. Передний план этноблогера — это то, что мы видим и слышим в кадре. Можно выделить общие черты конструирования «переднего плана» в «хатыстырском этноблогинге».

1. Использование элементов традиционного образа жизни.

Обычное место действия видеосюжетов — это тайга, горы, кочевые стоянки или национальный поселок. Акцент делается на регулярном соблюдении праздничной обрядности, потреблении национальной пищи; подчеркиваются сохранившиеся до наших дней эвенкийские таежные порядки и ритуалы.

Например, среди значимых обрядов — демонстрация традиционного эвенкийского уважения к добытому медведю. Подчеркивается, что ни в коем случае нельзя



Рис. 2. Съемки гулика — воздушного захоронения медведя.

Фото В. А. Головнёва

Fig. 2. Filming a gulik — an overground burial of a bear.

Photo by V. A. Golovnev

выбрасывать мясо убитого хищника; то, что не идет в пищу, должно быть аккуратно захоронено. Для этого на высоте около двух метров от земли сооружают воздушное захоронение — *гулик*, состоящее из стволов и веток (*Бону*). «А когда едим мясо медведя, то перед поеданием первого куска кричим «кук!» — мол, это

ворон клюёт. Подразумеваем, мол, дедушка-медведь, ты за мной не охоться! Это — не я, это ворон клюет. Я тебе не враг, это ворон ест твоё мясо», — рассказывает Иван Илестяров (ПМА 2023). Этот обряд всегда на «переднем плане» эвенкийской охоты; его принято подчеркивать, так как он придает вполне обычной охоте явный этнический колорит.

2. Акцентуация на элементах оленеводческой деятельности.

Олень всегда на «переднем плане». «Вся жизнь — олени. Нет оленя — нет эвенка», — эта фраза стала расхожей в публичном поле оленеводов. Олень часто присутствует в кадре, об оленях говорят и спорят. Всё для оленей и из-за оленей! Например, отёл оленей — особая драма, где собраны трогательные кадры чуть пошатывающихся тугутов, новорожденных оленят. Олени — первопричина многих действий, включая напряжённую охоту (ПМА 2023).

3. Самопрезентация в статусе охотника-защитника.

На заставке канала «Бону» стоит Иван Илестяров с охотничьим ружьём. Значительная часть контента «Беркэ» — это демонстрация ловушек и капканов на хищников. Охота всегда азартна, зрелищна и динамична. Визуально в сети она выглядит как последовательное представление, каждый элемент которого отточен и отрепетирован годами таежной жизни.

Важной частью *управления впечатлением* является то, что блогеры преподносят себя как защитников, охотящихся на хищников по необходимости. Аргументами охот-

ников выступают отнюдь не добыча зверя или явный внутренний охотничий азарт, а острая необходимость постоянной обороны от хищников. В блогах часто подчеркивается опасность весенних медвежьих шатаний и круглогодичных волчьих набегов, говорится о ежегодном снижении оленьего поголовья. «Мы защищаемся! — многократно повторяет Бону. — В прошлом году медведи почти всех оленят передавили, только двое остались». Такая риторика убеждает в изначальной гуманности оленеводов и делает кровавые кадры охоты не столь шокирующими для массового зрителя. Ввиду того, что блогерам важно представить охоту как самооборону, вынужденную меру для сохранения исчезающего оленеводческого промысла, они демонстрируются кадры зверств хищников: разодранные туши оленей, останки оленят, брошенные кости. Иногда такие кровавые кадры сопровождаются прямыми обращениями к зоозащитникам с аргументами необходимости провести немедленный отстрел хищников.



Рис. 3. «Нет оленя — нет эвенка», олени на переднем плане всегда. Фото В. А. Головнева

Fig. 3. “No deer — no Evenk”, deer are always in the foreground. Photo by V. A. Golovnev

Поголовье оленьих стад Южной Якутии уменьшается с каждым годом. «Если не охранять, через три–четыре года не останется ни одного оленя», — подчеркивает Илестяров (ПМА 2023). В своем блоге он часто отмечает, что нынешние законы связали эвенков «по рукам и ногам» штрафами и ответственностью. Личная заинтересованность этноблогера очевидна — обратить массовое внимание (в том числе административные структуры) за бедственное положение оленеводства и необходимость системной борьбы с хищниками.

4. Подчеркивание экстремальных условий жизни.
Якутская тайга носит звание «самой холодной территории». Эту природную экстремальность принято выводить на «передний план» среди эвенкийских этноблогеров. Самопрезентация себя как человека суровых северных широт делает необходимым выведение на авансцену непогоды, бездорожья, замерзающих при -50°C снегоходов и глубоких снегов.

Для этноблогеров работа над личным передним планом особенно актуальна, ведь стержнем каждого блога является человек, его внешность, опыт, харизма. Антрополог А. Рид пишет о том, что люди, ведущие личные блоги, нередко воспринимают их буквально как репрезентацию себя: «мой блог — это я». Это является основным отличием блогеров от литераторов, позволяющих себе лишь время от времени появляться в тексте. Блог в большей степени отражает повседневную жизнь его создателя (Reed 2005).

Всё это в совокупности создает упомянутое выше *управление впечатлением*, которое является основной теории социальной драматургии. Помимо личного переднего плана, реквизита, места действия, фона и других привычных выразительных приемов, в нашем случае добавляется стиль видеосъемки, крупность плана, ракурс, темпоритм монтажных склеек и звуковая обработка.

На содержание «переднего плана» этноблогеров влияет статистика сетевых просмотров. Очевидно, что охота и связанная с ней динамика и драматичность особенно интересна широкому зрителю — это подтверждают цифры просмотров и активность комментариев (таким образом осуществляется обратная связь, зрители показывают этноблогеру, что они хотят увидеть). А потому таежные эвенки подчас настолько увлекаются выведением на передний план динамики, опасностей и погонь, что создается ощущение мира непрерывных приключений и динамичного экшена. Монтаж легко сжимает время и тягучие недели таежной охоты превращаются в динамичный эмоциональный полёт. Приехав в стойбище и часами просиживая в домике, глядя в реальности на неторопливых хозяев, я не мог понять, куда же делись те лихие путешественники из социальных сетей.

В теории социальной драматургии как раз и говорится, что управление впечатлением производится, помимо прочего, через наполнение «переднего плана» выигрышными образами. В нашем случае отдельные моменты жизни исполнителя «выразительно подчеркиваются», а другие, «которые могут испортить желаемое впечатление, скрываются»; ради создания нужного впечатления «выпячиваются одни вещи и прячутся другие» (Гофман 2000: 101). И. Гофман писал: «Ясно, что выигрышные, ударные факты исполнители предпочитают показывать в зоне переднего плана. Точно так же должно быть ясно, что может существовать и другая зона — «зона заднего плана» или «закулисная зона», где появляются и признаются скрываемые от публики факты» (Гофман 2000: 148).

Помимо «переднего плана» теория социальной драматургии указывает на наличие *заднего плана*, или *закулисы* основного действия. «За кулисами исполнитель может расслабиться, перестать выдерживать безукоризненный представительский вид... и выйти из образа» (Гофман 2000: 148).

За кулисами эвенкийских блогов остаются утомительные, однообразные, часто кажущиеся скучными будни. «Иногда по 20 дней за одним волком можем гоняться. Ничего интересного. Людям в итоге показываем только результат», — рассказывает Бону (ПМА 2023).

Сознание этноблогера инстинктивно фильтрует передний и задний план по принципу интересного и неинтересного. Но многое остается за кадром вполне осознанно. Так, некоторые традиционные эвенкийские правила жизни сегодня откровенно конфликтуют с федеральным законодательством, один из моих информантов говорил: «Не выставляю весенние материалы... Некоторые материалы идут с законом вразрез. Например, во время ледохода нельзя ездить на лодке — а у нас издревле так ездили. А сейчас серьезно к этому относятся надзорные органы. Против себя свидетельствуем получаемся. (...) Надзорные органы изучают нас по этим видео. И ставят нам палки в колеса». Опасение преследования по закону заставляет перемещать на «задний план» (или попросту скрывать) то, что в иной ситуации считалось бы приемлемым. Говоря словами И. Гофмана, «это неизбежно влечет за собой выпячивание одних фактов и затушевывание других» (Гофман 2000: 179).

Блогеры иногда не демонстрируют то, что значимо для них самих. Внутренняя самоцензура при самопрезентации весьма развита у оленеводов. Недоговаривание, дозированная подача информации не воспринимается чем-то противоестественным. В декабре 2022 г. надзорные органы задержали одну из бригад с подозрением на несанкционированную охоту (ПМА 2023). Проблема решилась благополучно, но опасность попадания черного видеоматериала в чужие руки была воспринята явно негативно. Потому что это было бы проникновением в зону «заднего плана», куда посторонним вход воспрещен. Практически об этом Гофман пишет: «Поскольку жизненно важные секреты спектакля явно находятся за кулисами и поскольку там же исполнители позволяют себе временно выходить из роли, естественно ожидать, что проход из зоны переднего плана в зону заднего плана будет закрытым для людей из публики или что вся закулисная зона будет скрыта от них» (Гофман 2000: 150).

Показ повседневности эвенкийского охотника или оленевода может не соответствовать моральным и эстетическим установкам зрителей, вступать в противоречие с точкой зрения зоозащитников: «Показывать, как забиваешь оленя — нельзя! Как разделываешь — нельзя. Кровь показывать нельзя. Блокируют сразу! Или подключаются хейтеры. Момент самого уничтожения — не показываем. Хотя для нас это самое интересное. Это ж звездный час! Вершина все твоих трудов двухнедельных! Но они же не вникают». При включенной камере оленеводы избегают словосочетаний «убить медведя» или «застрелить волка» — используются более мягкие термины: «добыть» или «ликвидировать» (врага) (ПМА 2023). Всё это находит отклик в тексте Гофмана: «Вряд ли найдутся какие-нибудь законные повседневные профессии или отношения, исполнители которых не прибегают бы к тайным практическим уловкам, несовместимым с предназначенными для других впечатлениями... обязательно найдется нечто такое, с чем он не может работать открыто» (Гофман 2000: 98).

Живые «закулисные» разговоры подчас заметно отличаются от слов на «переднем плане». Приватно рассказывая о целях создания и ведения своих блогов, оленеводы могут уже не использовать заведомо социально одобряемые ответы. Так, Бону изначально начал снимать свой быт, чтобы вызвать одобрение и понимание своего руководителя — хотел показать ему по-настоящему суровые условия работы оленевода; живые видеокadres лесной жизни настолько убедили кабинетного начальника, что в администрации одобрили закупку оленеводам новой спецтехники, на некоторое время удалось наладить столь необходимое взаимопонимание с властью. А. Беркэ на самом деле едва заметно заикается, и ведение блога стало для него способом исцеления от изматывающего недуга. Удивительно, но закадровая речь его блога всегда звучит без запинок. Еще одним важным аргументом в пользу ведения видеодневника является неизбежное чувство одиночества таежного охотника; тогда камера становится единственным «собеседником» Беркэ, с ней не так страшно — всегда есть «слушатель» и «свидетель». Эта непубличная личная информация остаётся за кулисами основного представления, где значимыми представляются совсем другие мотивационные акценты.

Недоговаривание в публичном пространстве — естественный способ защиты заднего плана от всеобщего внимания. Это то, что теории социальной драматургии называется «контролированием передней зоны» (Гофман 2000: 175). Здесь территория публичного и личного разграничивается границами кадра и последующими монтажными склейками. В широкий онлайн-доступ попадает только выверенная информа-

ция, всё интимное остается в темном и никому не известном офлайн-пространстве. Эта граница становится условной стеной, защищающей и оберегающей задний план эвенкийского мира, где каждому дозволено «выйти из образа».

Отдельно рассмотрим один встретившийся нам прием, связанный с выносом закулисья на передний план повествования. Часто Бону начинает снимать себя на камеру сразу в момент пробуждения, когда глаза спросонья еще до конца не открылись. Естественная взлохмаченность, хриплый голос, «неприбранность» утреннего жилища, ленивое пробуждение соседей-оленоводов и заведомое неглиже... Утренние туалеты тоже часто без стеснения попадают в кадр. На мой вопрос «Зачем?», оленевод ответил, что «зритель любит, когда все по-настоящему» (ПМА 2023). Сегодня много говорят о популярности эстетики вуайеризма, в котором видят «стремление подглядывать в замочную скважину» за чужой жизнью (Короваев 2017). Тех, кто не стесняется открывать свои житейские неприглядности называют «трушными», или честными — такие люди вызывают больше доверия. Эвенкийские оленеводы-блогеры тоже почувствовали тренд на «трушность» и без смущения демонстрируют в кадре случайные эмоции, несдержанность, неловкости, неаккуратности и нарочитое пренебрежение классической эстетикой. Перед нами осознанное и намеренное разрушение стены в закулисье. Современному зрителю интересна «кухня», потаенная задняя неприглядная часть основного действия. Идет осознанное выпячивание и даже смакование «заднего плана». Часть «закулисья» намеренно переводится в переднюю зону, приоткрывается для всеобщего подглядывания. В этом есть очевидный сегодняшний зрительский запрос — сочетание переднего и заднего плана, когда с последнего осознанно срывается занавес тайны и закрытости, а демонстрация закулисного мира становится приемом коммуникации, повышающим зрительский интерес.

Гофман отмечал, что рассматриваемые им самопрезентации предполагают *веру* зрителя в *исполнение*: «Когда индивид исполняет какую-то житейскую партию во время взаимодействия с другими, он неявно просит своих наблюдателей всерьез воспринимать создаваемый перед ними образ. Этому соответствует распространенный взгляд, будто индивид предлагает свое исполнение и разыгрывает свой спектакль «для блага других людей»» (Гофман 2000: 49). Точно так же зрители доверяют хатыстырским этноблогерам, справедливо осознавая их аутентичность — одна из причин популярности этноблогов в том, что зрители при просмотре видео виртуально оказываются включены в реальную жизнь, которая экзотична, наполнена яркими событиями, а иногда и предполагает временную синхронность (свежие видеозаписи могут быть выложены сразу после съемки).

При этом видеоблогинг дает и возможности для определенного *мистифицирования* зрителей. В теории социальной драматургии говорится, что поддержание исполнителем определенной дистанции по отношению к зрителю дает возможность создавать нужный образ (Гофман 2000: 102). В случае эвенкийских видеоблогеров сетевая удаленность создает ту самую дистанцию, которая необходима для формирования образа. Этноблогер не присутствует в реальности своих зрителей, он живет лишь на экране гаджета, а потому — загадочен и в известной степени недостижим. Формируется массовое впечатление, «которое было бы уничтожено слишком тесным знакомством публики с исполнителем» (Гофман 2000: 102). Иван Илестяров рассказывает, что одноклассники дочери считают его настоящей «звездой» (ПМА 2023). Этноблогеры — местная гордость, лидеры общественного мнения своего на-

рода и даже региональная достопримечательность. Это посредник между локальной и магистральной культурами. Этноблогеру приписываются особые знания и особая роль в среде своего народа.

* * *

Рассмотрев виртуальные самопрезентации хатыстырских этноблогеров, сделаем следующие **выводы**.

1. Хотя теория социальной драматургии Ирвинга Гофмана и построена на реалиях 1950-х гг., но она подходит и для рассмотрения современной самопрезентации и коммуникации в условиях интернета. Хотя Гофман рассматривал поведение людей в живом общении лицом к лицу, но выявленные им схемы действуют и для ситуации, когда коммуникация блогера с его зрителями разнесена в пространстве и времени и происходит через посредника — видеокамеру. Подобно тому, как классическая драма не меняет своей структуры с античных времен, так и явление самопрезентации уверенно сохраняет и заново воспроизводит свои основы в новом тысячелетии, лишь обрстая техническими новшествами.
2. Конструирование этнической эвенкийской самобытности происходит через презентацию характерных традиционных видов деятельности, прежде всего, оленеводства и сопровождающей его охоты. Соответственно, конструирование происходит через съемки в «декорациях» (на фоне южносибирских пейзажей, на заимках, в зимовьях и т. д.) и использование «атрибутов» — одежды, оружия, традиционной утвари, шкур убитых животных и т. д. Хотя при конструировании этничности используются архаичные детали (например, ритуальные манипуляции с тушей убитого медведя), но в целом установки на архаичность нет — например, демонстрируются современные методы охоты.
3. Хотя творчество хатыстырских этноблогеров изначально (согласно концепции проекта) фреймировано как презентация эвенкийской этничности, но в ходе реальной самопрезентации регулярно происходит переключение фреймов — для блогеров съемка видео является средством решения собственных задач; не в последнюю очередь мотивация этноблогеров обусловлена и их творческим потенциалом, внутренним артистизмом (напомним, что предложение заняться видеоблогингом в рамках «Дневника эвенка» приняли далеко не все).
4. Презентация эвенкийской самобытности оказывается ограничена рядом объективных факторов. Ориентация на восприятие широкого зрителя ведет к избеганию показа характерных, но недостаточно зрелищных ситуаций. Ориентация на зрителей и, в частности, зоозащитников требует избегания показа жестокости по отношению к животным (что, собственно, является частью традиционного уклада). Ориентация на надзирающие органы заставляет избегать показа некоторых моментов, которые свойственны традиционной культуре, но вступают в конфликт с законодательством.

Добавим, что традиционная самопрезентация в сочетании с кибертехнологиями с новой силой и новым охватом представляют традиционную культуру эвенков широкому внешнему миру. С одной стороны, наступающая виртуальность неизбежно упрощает и сжимает многообразие этнического мира эвенков. С другой, благодаря мировой паутине национальная культура оленеводов Якутии обрета-

ет неслыханную ранее популярность и востребованность. Так, канал «Дневник эвенка» сегодня имеет постоянную аудиторию 130 тыс. подписчиков и насчитывает более 8,7 млн просмотров. Для сравнения общая численность российских эвенков по переписи 2010 г. насчитывает лишь 37,1 тыс. чел. (Официальный портал Красноярского края). Эта заинтересованность формирует отчетливую перемену отношения представителей самих коренных малочисленных народов к собственной этничности. Иван Илестяров вспоминает, как 1990-е гг. стеснялся своей национальностью: «Отношение было как к неполноценным». Теперь же национальность становится для Бону предметом собственной гордости и главным ресурсом самопозиционирования: «Я — эвенк и готов говорить об этом». Кибермир становится хранилищем и форумом этнокультурного наследия и провоцирует «этноренессанс», повышенный спрос и даже моду на «этно» (Киссер 2019: 69). А виртуальная самопрезентация этноблогеров становится важным инструментом возрождения этой самой новой этничности, уже неотделимой от наступающих технологий и стремительного темпа кибердвижения.

Источники и материалы

ПМА 2022 — Полевые материалы автора, Республика Саха (Якутия), Алданский район, июнь 2022 г.

ПМА 2023 — Полевые материалы автора, Республика Саха (Якутия), Алданский район, апрель-май 2023 г.

Анатолий Лээги — Анатолий Лээги. YouTube-канал: [сайт]. <https://www.youtube.com/@anatotyleegi> (дата обращения: 30.12.2023).

Бону — Бону. YouTube-канал: [сайт]. https://www.youtube.com/@bonu_volkodav (дата обращения: 30.12.2023).

Дневник эвенка — Дневник эвенка. YouTube-канал: [сайт]. https://www.youtube.com/@dnevnik_tungusa (дата обращения: 30.12.2023).

Жизнь в Якутии — Жизнь в Якутии. YouTube-канал: [сайт]. <https://www.youtube.com/@Lifeyakutia> (дата обращения: 30.12.2023).

Жизнь эвена — Жизнь Эвена!!! Even Life!!!. YouTube-канал: [сайт]. https://www.youtube.com/@evenlife_appo (дата обращения: 30.12.2023).

Клевая рыбалка — Клевая рыбалка. YouTube-канал: [сайт]. <https://www.youtube.com/@klevayarybalka> (дата обращения: 30.12.2023).

Официальный портал Красноярского края — Официальный портал Красноярского края: [сайт]. <http://www.krskstate.ru/about/narod/etnoatlas/0/eid/4> (дата обращения: 30.12.2023).

Научная литература

Головнёв А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Виртуальная этничность и киберэтнография. СПб.: МАЭ РАН, 2021. 280 с.

Головнев В. А. Медиатрансформации в этнографии и рождение этноблогинга (на примере хантов реки Тромъеган) // Этнография. 2021. № 4 (14). С. 186–210.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле», 2000. 304 с.

Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2004. 752 с.

Громов Д. В. Гопник в Интернете: виртуальная игра с точки зрения социальной драматургии Ирвина Гофмана // Новое прошлое / The New Past. 2020. № 1. С. 134–153.

- Киссер Т. С. Виртуальная идентичность российских немцев // Сибирские исторические исследования. 2019. № 2. С. 64–84.
- Ковалев А. Д. Книга Ирвинга Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни» и социологическая традиция // Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни, М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле», 2000. С. 5–26.
- Короваев И. В. Эстетика вайеризма // Наука и современность — 2017. Сборник материалов ЛШ Международной научно-практической конференции. Новосибирск, 2017. С. 106–125.
- Куликова А. Н. Этнокультурная ситуация эвенков Беллетского наслега Алданского района республики Якутия в современных социальных, межнациональных и экономических условиях // Гуманитарные исследования в восточной Сибири и на Дальнем Востоке. № 1. 2015. С. 41–50.
- Мамонтова Н. А. Кочевание на просторах Интернета: репрезентация эвенкийской культуры on-line // Сибирские исторические исследования. 2014. № 2. С. 95–125.
- Сунгурова Н. Л. Виртуальная самопрезентация личности: гендерный аспект // Психология и педагогика XXI века: теория, практика и перспективы. М.: РУДН, 2015. С. 316–329.
- Diamandaki K. Virtual Ethnicity and Digital Diasporas: Identity Construction in Cyberspace // Global Media Journal. 2003. № 2. P. 3–14.
- Döring N. Identity + Internet = Virtual Identity? // Forum Medienethik. 2000. № 2. P. 65–75.
- Eriksen T. H. Nations in Cyberspace. 2007. <http://tamilnation.co/selfdetermination/nation/erikson.htm>
- Miller D., Slater D. The Internet. An Ethnographic Approach. Oxford, UK: Berg, 2011.
- Reed A. 'My Blog Is Me': Texts and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology) // Ethnos: Journal of Anthropology. Vol. 70. Issue 2. 2005. P. 220–245.
- Rötzer F. Interaktion — das Ende herkömmlicher Massenmedien // Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche / ed. by R. Maresch. München: Boer, 1996. P. 96–114.
- Sannicolas N. Erving Goffman, Dramaturgy, and On-Line Relationships // Cybersociology. 1997. № 1. http://www.cybersociology.com/files/1_2_sannicolas.html

References

- Diamandaki, K. 2003. Virtual Ethnicity and Digital Diasporas: Identity Construction in Cyberspace. *Global Media Journal* 2: 3–14.
- Döring, N. 2000. Identity + Internet = virtual identity? *Forum Medienethik* 2: 65–75.
- Eriksen, T. H. 2007. *Nations in Cyberspace*. <http://tamilnation.co/selfdetermination/nation/erikson.htm>
- Goffman, E. 2000. *Predstavlenie sebja drugim v povsednevnoi zhizni* [The Presentation of Self in Everyday Life]. Moscow: KANON-press-TS; Kuchkovo pole. 304 p.
- Goffman, E. 2004. *Analiz freimov: Esse ob organizatsii povsednevnogo opyta* [Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience]. Moscow: Institut sotsiologii RAN. 752 p.
- Golovnev, A. V., S. Yu. Belorussova and T. S. Kisser. 2021. *Virtual'naia etnichnost' i kiberetnografiia* [Virtual Ethnicity and Cyberethnography]. Saint Petersburg: MAE RAN. 280 p.
- Golovnev, V. A. 2021. Mediatransformatsii v etnografii i rozhdenie etnobloginga (na primere khandov reki Trom'egan) [Mediatransformation in Ethnography and the Birth of Ethnoblogging (The Case of the Khanty of the Tromyegan River)]. *Etnografiia* 4(14): 186–210.
- Gromov, D. V. 2020. Gopnik v Internete: virtual'naia igra s točki zreniia sotsial'noi dramaturgii Irvina Gofmana [Gopnik on the Internet: A Virtual Game from the Point of View of Social Dramaturgy of Irving Goffman]. *Novoye proshloye / The New Past* 1: 134–153.
- Kisser, T. S. 2019. Virtual'naia identichnost' rossiiskikh nemtsev [Virtual Identity of Russian Germans]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniia* 2: 64–84.

- Korovaiev, I. V. 2017. Estetika vuayerizma [Aesthetics of Voyeurism]. *Nauka i sovremennost'* — 2017. Sbornik materialov 53 Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Science and Modernity — 2017. Collection of Materials of the 53rd International Scientific and Practical Conference]. Novosibirsk. 106–125.
- Kovalev, A. D. 2000. Kniga Irvinga Goffmana “Predstavlenie sebia drugim v povsednevnoi zhizni” i sotsiologicheskaiia traditsiia’ [Erving Goffman’s Book “The Presentation of Self in Everyday Life” and the Sociological Tradition”]. In *Goffman E. Predstavlenie sebia drugim v povsednevnoi zhizni* [Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life]. Moscow: KANON-press-TS; Kuchkovo pole. 5–26.
- Kulikova, A. N. 2015. Etnokul’turnaia situatsiia evenkov Belletskego naslega Aldanskogo raiona respubliki Iakutiia v sovremennykh sotsial’nykh, mezhnatsional’nykh i ekonomicheskikh usloviiaakh [Ethnocultural Situation of the Evenks of the Bellet Nasleg of the Aldan Region of the Republic of Yakutia in Modern Social, Interethnic and Economic Conditions]. *Gumanitarnye issledovaniia v vostochnoi Sibiri i na Dal’nem Vostoke* 1: 41–50.
- Mamontova, N. A. 2014. Kochevanie na prostorakh Interneta: reprezentatsiia evenkiiskoi kul’tury on-line [Nomadism on the Internet: Representation of Evenki Culture On-line]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniia* 2: 95–125.
- Miller, D. and D. Slater. 2000. *The Internet. An Ethnographic Approach*. Oxford, UK: Berg. 221 p.
- Reed, A. 2005. ‘My Blog Is Me’: Texts and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology). *Ethnos: Journal of Anthropology* 70(2): 220–245.
- Rötzer, F. 1996. Interaktion — das Ende herkömmlicher Massenmedien [Interaction — the End of Traditional Mass Media]. In *Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche* [Media and Public. Positioning, Symptoms, Simulation Breaks], ed. by R. Maresch. München: Boer. 96–114.
- Sannicolas, N. 1997. Erving Goffman, Dramaturgy, and On-Line Relationships. *Cybersociology* 1. http://www.cybersociology.com/files/1_2_sannicolas.html
- Sungurova, N. L. 2015. Virtual’naia samoprezentatsiia lichnosti: gendernyi aspekt [Virtual Self-Presentation of Personality: Gender Aspect]. In *Psikhologiya i pedagogika XXI veka: teoriia, praktika i perspektivy* [Psychology and Pedagogy of the 21st Century: Theory, Practice and Prospects]. Moscow: RUDN. 316–329.