

УДК 39+069

DOI: 10.33876/2311-0546/2025-1/129-147

Научная статья

© Е. А. Комова

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ЯМАЛА В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ МУЗЕЕВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ *ВКОНТАКТЕ*

Музейные экспозиции (в том числе виртуальные) — яркая и востребованная форма презентации этноресурса. Ямало-Ненецкий автономный округ является одним из самых музеефицированных регионов Российской Арктики и имеет огромный опыт реализации разных проектов этнической направленности. Многие местные инициативы находят свое начало в киберпространстве, что не только помогает в повседневной деятельности музея, но и способствует популяризации музейных собраний. Поэтому целью исследования стало изучение тенденций цифровизации культуры через музейные он-лайн площадки: в группах музеев ЯНАО в социальной сети ВКонтакте. ВКонтакте изучаемые музеи зарегистрированы как открытые группы, которые в среднем регулярно обновляют свои страницы, подписчикам доступно использование различных инструментов виртуального взаимодействия (запись на стене, создание и обсуждение тем и пр.). Фокус исследования был направлен на изучение контента с этнической спецификой. В создании постов использовались разные форматы (текстовый, фотоиллюстративный, видеографический и аудио-звуковой). Этнические праздники, фестивали, мастер-классы, экскурсии — популярные информационные поводы для публикаций. Помимо мероприятий, проводимых в физическом пространстве музея, рассмотрены проекты, созданные специально для виртуальных посетителей — цифровая библиотека, циклы видеороликов, конкурсы и др. Для проведения исследования была подготовлена анкета, состоящая из 12 вопросов, ее заполнили онлайн более 100 подписчиков из 14 музеев. По результатам опроса респонденты ответили группам музеев в социальных сетях роль привлекающего информатора для виртуальной аудитории, главной целью которого является преобразование ее в реальную.

Ключевые слова: Ямал, музеи, интернет, социальная сеть, наследие, этноресурс, этноконент

Ссылка при цитировании: Комова Е. А. Презентация этнокультурного наследия Ямала в киберпространстве: опыт музеев в социальной сети *ВКонтакте* // Вестник антропологии. 2025. № 1. С. 129–147.

Комова Елизавета Александровна — аспирант, младший научный сотрудник, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Российская Федерация, 199034 Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 3). Эл. почта: el_fedorova21@mail.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8895-106X>

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

UDC 39+069

DOI: 10.33876/2311-0546/2025-1/129-147

Original Article

© *Elizaveta Komova*

YAMAL'S ETHNO-CULTURAL HERITAGE IN CYBERSPACE: MUSEUMS IN THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK

Museum expositions (including virtual ones) are a bright and popular form of presentation of ethnic resources. The Yamalo-Nenets Autonomous Okrug is one of the most museumified regions of the Russian Arctic and has vast experience in implementing various ethnic projects. Many local initiatives have their origin in cyberspace, which not only helps in the museum's daily activities, but also contributes to the popularisation of museum collections. Therefore, the aim of the research was to study the trends of digitalisation of culture through the museum space: in the groups of museums in the YNAO in the social network VKontakte. The focus of the study was on the content with ethnic specificity. Different formats (text, photo-illustrative, videographic and audio-sound) were used in the creation of posts. Ethnic holidays, festivals, master classes, excursions are popular information occasions for publication. In addition to the events held in the physical space of the museum, the projects created specifically for virtual visitors — digital library, cycles of videos, contests, etc. — were considered. A questionnaire consisting of 12 questions was prepared for the study. More than 100 subscribers from 14 museums took the cyber survey. Thus, in the social network VKontakte the studied museums are registered as open groups, the subscribers have access to the use of various tools of virtual interaction (writing on the wall, creating and discussing topics, etc.), on average they regularly update their pages. In addition, the respondents assigned museum groups the role of an enticing informer for the virtual audience, the main goal of which is to convert it into a real one.

Keywords: *Yamal, museums, Internet, social network, heritage, ethno-resource, ethno-content*

Author Info: **Komova, Elizaveta A.** — Postgraduate student, Junior researcher, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: el_fedorova21@mail.ru ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8895-106X>

For citation: Komova, E. A. 2025. Yamal's Ethno-Cultural Heritage in Cyberspace: Museums in the VKontakte Social Network. *Herald of Anthropology (Vestnik Antropologii)* 1: 129–147.

Funding: The research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-78-10079, <https://rscf.ru/project/23-78-10079/>

Музей является хранилищем этнокультурного наследия страны, представленного предметами материальной и духовной культуры. Помимо важнейшей сберегательной функции, важную роль в его деятельности играет экспонирование этнографических коллекций. Как сказал Дж. Б. Гуд, «...музей должен быть не просто домом, полным образцов в стеклянных витринах. Он должен быть домом, полным идей» (*Goode* 1891/1991: 306). Чтобы быть «домом, полным идей» необходимо представлять свою

аудиторию. Перед музеями стоит задача трансформации из «... «быть о чем-то» в «быть для кого-то»» (Weil 1999: 229). В современной музейной деятельности эту задачу можно разделить на две составляющие: реальную и виртуальную. Целью исследования стало изучение тенденций цифровизации культуры через музейное пространство путем создания и ведения интернет-сообществ в социальной сети *ВКонтакте*.

В статье объединяются методы, предоставляемые программированием, киберэтнографией и традиционной этнографией. Для сбора данных по группам и сообществам сети *ВКонтакте*, которая на сегодняшний день является одной из самых популярных в России, и, согласно нашему исследованию, наиболее востребованной среди изучаемых музейных сообществ, был применен метод парсинга¹ (код, написанный на языке программирования Python). Кроме того, данное исследование было подготовлено в сочетании физического и виртуального наблюдений. В статье используются полевые материалы, собранные автором во время совместной экспедиции с Ю. С. Коньковой (научный сотрудник Лаборатории музейных технологий МАЭ РАН) в г. Салехард, Приуральский и Шурышкарские районы ЯНАО летом 2023 г. Полученные в ходе экспедиции документы и интервью позволяют рассмотреть роль музеев в культурной жизни региона и их значение в сохранении, популяризации и трансляции этнокультурного наследия Российской Арктики. Кроме того, был проведен опрос подписчиков музейных сообществ в сети *ВКонтакте* методом анкетирования в электронном виде на базе открытого сервиса «Yandex Forms».

Данная статья состоит из трех частей: «Теория», «Этноконтент в киберпространстве музея», «Киберисследование подписчиков музеев ЯНАО». В первом разделе описываются особенности теоретических подходов в киберисследовании этнографических музеев. Во втором разделе представлен этноконтент, составленный по данным, собранным в группах музейных сообществ Ямала. В заключительном разделе анализируются группы музеев в социальной сети *ВКонтакте*, приводятся результаты киберанкетирования подписчиков.

Теория

Музеи как «дома» коллекций активно включаются в пространство кибермира путем реализации трех направлений музейных технологий: оцифровка, цифровизация и цифровая трансформация (Сизова, Гордин 2022: 35–36). Не вполне четко определяются содержание и объем этих направлений: пока одни ученые оцифровывают коллекции, другие фокусируются на новых медиа и цифровых коммуникациях, таких как социальные сети и приложения для смартфонов (Головнев и др. 2021: 23). Кроме современных технологий и новых киберплощадок для презентации деятельности и коллекций, меняется и форма, так, разрабатываются музейные онлайн-продукты, а также возможности их монетизации. С одной стороны, музеи стараются привлечь аудиторию к потреблению онлайн-контента, но, с другой стороны, им также важно привлечь посетителей в реальные залы для взаимодействия с музейными предметами (Сизова 2022: 141).

Этнографические музеи и музеи с этнографическими коллекциями оказываются в центре цифровой антропологии, которую называют «методом репрезентации ре-

¹ Парсинг — автоматизированный сбор и систематизация информации из открытых источников с помощью скриптов. Другое название этого процесса — веб-скрейпинг.

альных культур посредством сочетания характерных особенностей цифровых медиа с элементами истории». При этом, для перехода аудитории из положения стандартных потребителей фактов о другой культуре в положение субмерсии, включенного наблюдения опыта этой культуры, необходимо создавать новые интерактивные продукты для пользователей (*Underberg, Zorn 2013: 10*). Формы музеефикации, как и кибермузеефикации, традиционной культуры многообразны. Культура как система символов сама превращается в символ, происходит абсолютная символизация этнокультурного пространства (*Рындина 2018: 43*). Во время цифровой коммуникации использование символов превращает культуру в код, который может быть прочитан как бренд, визитная карточка, особенность региона. С одной стороны, это создание массового туристического продукта, с другой — проверка социальной ответственности музеев, в том числе проблемы стереотипов (*Johnson, Sink 2013: 369*).

Новые медиа стимулируют музейную коммуникацию. Так, этнографические музеи актуализируют данные о культуре и традициях местных сообществ с учетом тенденции их трансформаций. Социальные сети используются не только для установления контактов с общественностью или демонстрации артефактов, но и для расширения музейного пространства, поскольку физических площадей зачастую недостаточно (*Johnson, Sink 2013: 368*).

Помимо включения новых технологий в деятельность музея, необходимо отразить внедрение цифровых технологий в презентуемую им культуру. О. М. Рындина приводит два варианта такого взаимодействия: модернизация механизма трансляции культурной информации и существенное преобразование самих традиционных элементов культуры (*Рындина 2019: 265–266*). Несмотря на эти процессы, культурные компоненты по-прежнему окрашены в этнические тона и в настоящее время осваивают новые социальные уровни, приобретают новые формы трансляции, но не теряют своей актуальности в плане поддержания этнической идентичности.

Примером объединяющей роли онлайн-музеев может выступить опыт российских немцев. Все попытки основать единый музей в России завершались дискуссиями и неопределенностью, оставаясь общей идеей. Региональные сообщества использовали музейную практику самопрезентации в сети. Так, в социальной сети «Одноклассники» Александр Келблер из Германии создал группу «Государственный музей немцев». Таким образом, наиболее удобным способом сохранения своего этнокультурного наследия стал виртуальный музей, который позволяет представить не только весь пласт культуры в одном месте, но и объединить российских немцев, которые проживают по всему миру (*Киссер 2019: 87*).

Таким образом, интровертированные элементы культуры преобразуются в экстравертированные. Например, традиционный обряд очищения (в измененном виде) используется как часть интерактивной экскурсии: при вхождении на территорию парка-музея «Живун» необходимо «очистить» лицо, руки и ноги дымом, тем самым открыть себе путь (ПМА 2023). Что в свою очередь переводит обряд из элемента культуры отдельного сообщества (семьи, группы, народа) в этнически окрашенный символ, встроенный в измененной форме в экскурсионную программу для туристов.

Необходимо отметить плюсы и минусы включения музея в цифровую коммуникацию. Во-первых, современные медиа позволяют музеям участвовать в проектах, которые делают музейный опыт более персонализированным и подверженным множеству интерпретаций, вместо того чтобы представлять только одну авторитетную интерпретацию куратора о значении артефакта (*Johnson, Sink 2013: 359*). Во-вторых, цифровые

технологии способствует расширению возможностей в сфере сохранения и изучения музейных предметов, преобразуют экспозиционно-выставочную работу и взаимодействие с посетителями (Сизова 2022: 141; Kelly 2013: 88). В-третьих, навигация музейного онлайн-продукта может предусматривать несколько путей, а не только один линейный, как в физическом музее, когда вы переходите из галереи А в галерею В. Это обеспечивает более персонализированную встречу с посетителем (Johnson, Sink 2013: 370). Кроме того, это и уже озвученные выше расширение музейного пространства и выстраивание отношений как с потенциальной публикой, так и за пределами местных сообществ. Синк и Джонсон считают, что музеи регионального уровня могут обслуживать виртуальную международную аудиторию (Johnson, Sink 2013: 369). Более того, включение информационных технологий в целом и социальных медиа в частности в работу даёт новый толчок в позиционировании музея как объекта культуры на муниципальном, региональном и федеральном уровнях, что увеличивает трансляцию предметов историко-культурного и природного наследия (Куриных 2021: 25).

Среди распространённых причин, отталкивающих современные коллективы музеев от активного введения онлайн-продуктов, называют: дефицит времени, опасения негативных комментариев или спама, административные проблемы и отсутствие интереса к диалогу у виртуального посетителя. Помимо организационных задач важным является вопрос содержания публикуемого контента. Специалистам этнических музеев приходится балансировать между изображением конкретных групп (например, пуэрториканцев или американцев кубинского происхождения) и обслуживанием более широкой панэтнической или панрасовой группы, что повышает уровень социальной ответственности, обусловленной формированием предубеждений, стереотипов и дискриминации в обществе (Johnson, Sink 2013: 369).

Российские исследователи дополняют список причин аспектами современной действительности музейной работы. А. В. Головнёв одной из проблем на пути широкой презентации этноресурса в музеях называет «музейное мышление», когда деятельность хранителей (сохранителей культуры) и работа популяризаторов (интерпретаторов и экспозиционеров) сталкиваются, образуя если не конфликт, то контрапункт. В плане коммуникации они расходятся к полюсам предпочтения устоявшихся приемов (закрытости) и тяги к новшествам, включая цифровизацию, медиа-презентацию, интерактивность (открытость). Сегодня происходит своего рода вскрытие музеев, возвращение многих из них к первоначальной (античной) миссии театров и форумов. Неслучайно теория коммуникации стала ведущей в музеологии, обеспечив сдвиг внимания от музейного предмета к человеку-в-музее и референтному для музея сообществу. В этом выражается переход от взгляда на предмет как капсулу смысла к его вовлечению в актуальный обмен смыслами (Головнев 2019).

И. А. Сизова указывает на бессистемный, неактивный характер публикаций, а иногда и публикации без определённых цели, и задач; однотипность и редкое обновление информации; дефицит ресурсов (финансовых и людских: количество людей, отвечающих за контент (обычно, это всего один человек) (Сизова 2016: 59–60).

Этноконтент в киберпространстве музея

Сотрудники музеев ЯНАО активно используют виртуальное пространство для привлечения посетителей, расширения возможностей экспозиций, внедрения новых форм деятельности и др. Каждый из исследуемых музеев (14) представлен как

минимум в одной социальной сети. Музейно-выставочный комплекс им. И. С. Шемановского (МВК) — один из наиболее активных исследователей музейного киберпространства в округе — использует 7 интернет-площадок: официальный сайт (МВК 2023), You-Tube канал «МВК имени И. С. Шемановского» (МВКЯМАЛ 2023), страница в социальной сети «TikTok» “mvk.yanao” (mvk.yanao 2024), группы в социальных сетях *Одноклассники* (МВК 2024) и *ВКонтакте* (МВКЯНАО 2024), Telegram-канал «МВК им. И. С. Шемановского» (МВК ЯНАО 2023). Кроме того, сотрудниками музея реализован проект «Предметный разговор» — это сайт-фонд, где можно ознакомиться с виртуальными турами масштабных выставок, фото- и видеопроектами, узнать новости культурной сферы, пройти образовательные курсы, а также прочитать научные статьи, лонгриды. Пользователям предоставлен открытый доступ к коллекции редких книг (Предметный разговор 2023).

Платформа *ВКонтакте* оказалась одной из наиболее удобных и популярных для создания виртуального двойника среди исследуемых музеев (исключение составляет филиал Шурышкарского районного музейного комплекса им. Г. С. Пузырева — Природно-этнографического парка-музея «Живун», он не имеет собственной группы, а использует группу основного музея).

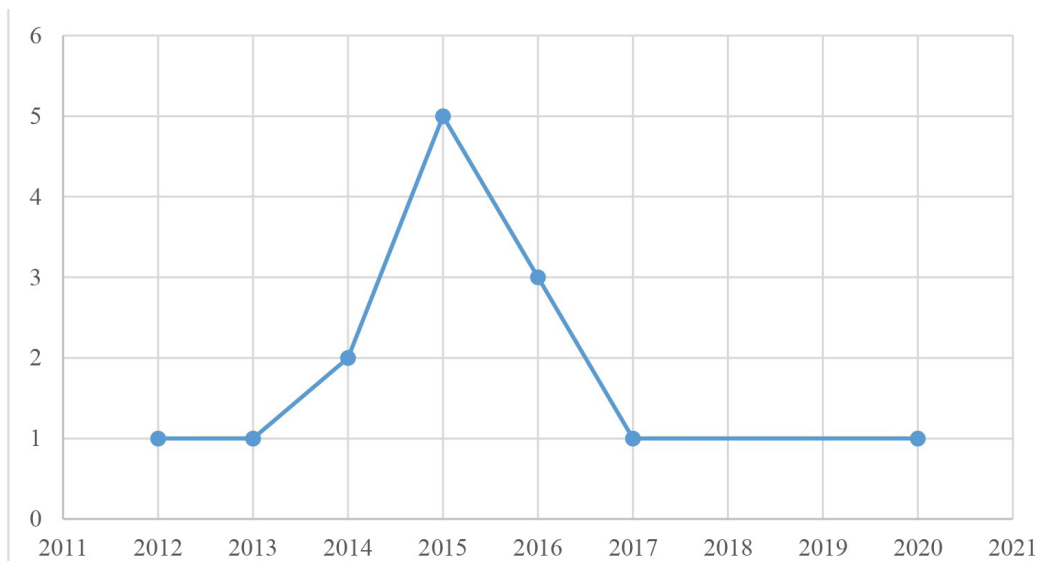


Рис. 1. График регистрации музейных групп в сети *ВКонтакте*

Регистрация групп проходила с 2012 по 2020 гг. По меркам сетевого пространства большинство групп создано достаточно давно — около 10 лет назад. Причем все из них остаются функциональными и не переходят в статус «мертвых».

В 2015 г. случился бум музейной киберактивности в виде создания новых виртуальных сообществ (было создано 5 групп музеев ЯНАО); на сегодняшний день существует 14 групп, со средней численностью 1000 участников. Сообщество Губкинского музея освоения севера — одно из наиболее многочисленных (8201 подписчиков)¹. Наименьшее число подписчиков у Овгортского краеведческого музея им. Е. И. Тыликовой — 244, что обусловлено в первую очередь местонахождением

¹ Представлены данные на момент проведения киберанкетирования: осень 2023 г.

музеев (промышленный город / село), разной степенью доступности в физическое пространство музеев, а также общим числом местных жителей (34 355 / 1 319 человек (Население Губкинский 2023; Население 2024).

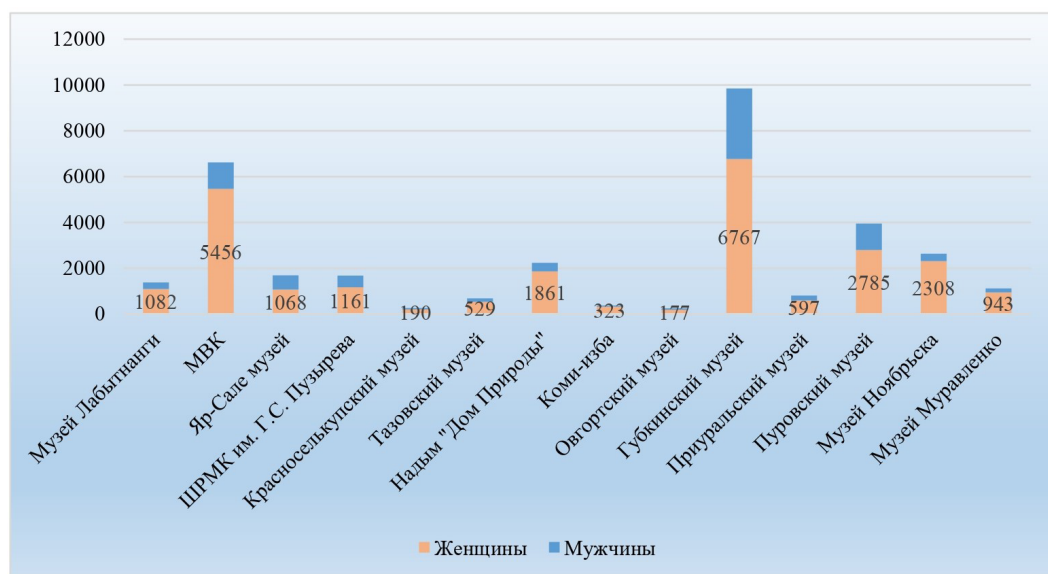


Рис. 2. Общее количество подписчиков групп музеев ЯНАО в ВКонтakte

Фокус исследования был направлен на анализ этноконента, публикуемого в группах музеев. Его можно классифицировать по формату, регулярности и тематике публикаций. Посты содержат текстовый, фотоиллюстративный, реже аудио- и видео- форматы. Востребованность в этноконенте возрастает накануне таких праздников, как День оленевода, Международный день коренных народов мира, а также перед проведением национальных мероприятий. Стоит отметить, ряд музеев публикует посты с этнической спецификой вне зависимости от памятных дат (некоторые из них: «Коми изба», ПЭПМ «Живун», Овгортский краеведческий музей, городской краеведческий музей Лабытнанги, Тазовский краеведческий музей и др.).

Тематически публикации можно разделить на освещение проводимых музеем реальных мероприятий и презентацию виртуальных проектов. Превалирующая часть публикаций посвящена организации музейных событий (анонсы, фото- и видеоотчеты). Среди них выделяются следующие форматы: экскурсии, лекции, мастер-классы, музейные занятия, этнические праздники, театральные постановки (в том числе кукольные), культурно-массовые мероприятия, квесты, экспедиции, фестивали и др.

Экскурсия остается самой распространенной и популярной формой взаимодействия с аудиторией. В современной деятельности музеев классические экскурсии приобретают новые качества, включая в себя дополнительные элементы — игры, лекции, театр. Как пример, в доме-музее «Коми изба» проводятся тематические экскурсии в формате субмерсии — погружения в культуру коми путем костюмированного представления (посетители могут облачиться в специально сшитые стилизованные костюмы) (Комова 2023: 591–592). В эколого-краеведческом музее города Муравленко, чтобы закрепить знания, к экскурсии для школьников добавляется этно-квест «Чумовое путешествие» (Эколого-краеведческий музей города Муравлен-

ко 2023). Городской краеведческий музей Лабытнанги разработал иммерсивную экскурсию «Земля отцов, земля детей» (Земля отцов, земля детей 2023), посвященную истории колхоза коми «Герд Кодью» (с коми означает «Красная звезда»). Пуровский районный музей придумал квест для старшеклассников «Леденящие истории» (Леденящие истории 2023) на основе легенды о Хад-хаде (Головнев 2004: 325)¹.

Второй по популярности формой взаимодействия выступают разнообразные музейные занятия. Среди них выделяются исторические, географические, этнографические и языковые. Так, в 2023 г. Тазовский музей провел тематический музейный урок истории, посвященный Ваули Пиеттомину (Ваули Пиеттомин 2024)². Пуровский музей провел цикл музейных занятий для детей «Сокровища березовой колыбели» о культуре и традициях ненцев (Музейное занятие 2024). Дом-музей «Коми изба» ежегодно проводит музейные уроки «Сёрнитам чужан кылён» («Говорим на родном языке») по изучению литературного варианта коми языка для детей и взрослых. Обучение проводит серебряный волонтер Н. Д. Рочева³ (Комова 2023: 592).

Третьей востребованной формой музейной коммуникации являются мастер-классы. Условно они делятся на образовательные и сувенирные. Так, к первым можно отнести мастер-класс по плетению аркана, который проводит Приуральский районный краеведческий музей (ПМА 2023), кулинарные мастер-классы «Ненецкая лепешка на ухе» в Тазовском музее (Мастер-класс 2024), по изготовлению коми-кулебяки в городском музее Лабытнанги (С Днём России! 2024), мастер-классы по кузнечному ремеслу в парке-музее «Живун» и др. Дети активно посещают мастер-классы по изготовлению сувениров. Красноселькупский музей проводит мастер-класс по изготовлению тематической открытки с изображением чума, оленей (Веселый олень 2024), Музейный ресурсный центр г. Ноябрьска организовал цикл мастер-классов по изготовлению кукол, оберегов, ритуальной маски, щепного оленя, музыки Севера (Северный колорит 2024). В МВК проходят мастер-классы по изготовлению современных изделий (кардхолдер, визитница и т. д.) из традиционных для коренных народов материалов, в том числе из рыбьей кожи (Комова 2023: 589).

Стоит отметить, что музеи не ограничиваются экспозиционными площадями. Популярными формами «выездной работы» выступают передвижные выставки и проекты, а также создаются дополнительные музейные площадки с этнической спецификой. Так, Пуровский районный музей участвует в проекте арт-променад «Музейный арбат», в 2023 году организовав выставку звуко-визуальной композиции художественных работ Анны Геннадьевны Краснобородкиной, которые отражают мировоззрение и культуру КМНС (Арт-променад 2024). В «Коми избе» с 1999 г. существует проект «Каслающий музей», сотрудники отправляются в путешествие по труднодоступным населенным пунктам района и знакомят жителей с новыми выставками и культурными ценностями, хранящиеся в музейных фондах (Комова 2023: 592).

¹ Хад Хада — "Пурга Старуха", дух холода и смерти в облике крадущей людей старухи с длинными седыми волосами. По легенде, Хад Хада унесла заблудившуюся девушку на небо и превратила ее в чайку-халов.

² А. В. Головнев со ссылками на других авторов приводит следующую информацию: Ваули Пиеттомин — «бунтовщик» (Абрамов 1857: 356), он же — «руководитель народного восстания, борец с утнетателями», борец «против царизма и местных князей» (Бударин 1968: 72). О Ваули (в ненецкой огласовке Вав-лэ) сложены легенды, ему посвящены литературные произведения, чаще он выступает олицетворением «боевого духа» ненцев (Головнев 1995: 150–165).

³ Рочева Н. Д. — автор букваря и учебников на коми-ижемском диалекте.

У нескольких музеев есть свои дополнительные площадки, которые представляют собой чумы, в них проводятся не только этнические, но и культурно-массовые мероприятия. Например, у Тазовского музея есть экспозиция под открытым небом «Чум», в 2023 году провели культурно-массовое мероприятие «Нам года не беда — коль душа молода», приуроченное ко Дню пожилого человека. Гости облачились в традиционную одежду, приняли участие в ненецком обряде очищения огнем и в игровой программе, которая включала в себя национальные виды спорта. Разгадывали ненецкие деревянные головоломки «Хобцокодва хохова» («Давайте найдем головоломку»), угощались блюдами национальной кухни: олениной и ненецкими лепешками (Мероприятие 2024)

В «Дом природы» г. Надым работает гостевой чум «Мядонти мя»; в музейном ресурсном центре г. Ноябрьска действует природно-этнографический комплекс «НУМ». Городской краеведческий музей Лабытнанги недавно обрел этно-комплекс «Коми-деревня», представляющий собой реконструкцию исторического поселения (за ходом работы можно было следить в группе музея и на сайте проекта).

Природно-этнографический парк-музей «Живун» обладает одним из уникальных опытов по созданию и реализации этнопроектов. На его территории ежегодно проводятся детский этнографический лагерь «Кедровый остров», фестиваль национальных ремесел «Земля мастеровая», мастер-классы кузнечного ремесла в реконструированной средневековой кузнице. Особую ценность проекту придает использование в отливке 3-D моделей подлинников, хранящихся в фондах музея (Комова 2023: 593).

Кроме этого, сотрудники музеев создают виртуальные этнопроекты. Так, в группах запускаются конкурсы, специальные этно-рубрики, видео экскурсии, циклы видеороликов по культуре и традициям, тематические посты об этнографических предметах и национальных праздниках, создаются виртуальные базы данных (мультимедийная фольклорная библиотека) и пошивочная мастерская.

Губкинский музей освоения Севера публикует цикл постов, посвященных описанию традиционных игр лесных ненцев. Кроме того, реализован проект, состоящий из цикла видеороликов «Лайфхаки из тундры», посвященный лесным ненцам (Лайфхаки 2024). Силами сотрудников музея создан электронный сборник «Мультимедийная фольклорная библиотека электронный сборник «Сказки народов Севера»», предназначенный для изучения фольклорного наследия и культуры коренных малочисленных народов Севера. Для него разработан собственный красочный сайт, каждая сказка проиллюстрирована и озвучена. Представлены сказки 5 коренных народов: ханты, селькупы, коми-зыряне, тундровые и лесные ненцы (Сказки Севера 2023).

«Дом природы» г. Надыма публикует видеоролики, где хранитель музея рассказывает о предметах, в том числе о предметах этнографической коллекции (Экспонат 2024). Овгортский краеведческий музей выпускает текстовые посты о праздниках («Лун кутап хатл», «Ворнахатл»), видео и фотоиллюстративные посты с подробным описанием экспонатов (Праздник 2024; Выставка 2024). Сотрудники дома-музея «Коми изба» публикуют виртуальные экскурсии по этнографической экспозиции и временным выставкам. Кроме того, из цикла мастер-классов выросла пошивочная мастерская (пока она проходит в виртуальном формате на базе «Коми избы») (ПМА 2023; Мастерская 2024).

Благодаря группам *ВКонтакте* музеи расширяют возможности работы с аудиторией через различные алгоритмы, в том числе, проводя виртуальные конкурсы. В

2022 г. Приуральский музей выступил организатором конкурса блюд народов России «Чем дальше в будущее входим, тем больше прошлым дорожим...», в котором были представлены угощения русских, ненцев, ханты и коми (победителем признана рыбная строганина юных мастеров из хантыйского рода Тайшиных) (Кова 2023: 591). К Международному дню семьи Тазовский музей стал организатором районного конкурса семейных реликвий «История моей семьи», в котором приняли участие 3 семьи района из числа коренных народов ЯНАО (Конкурс 2024).

Городской краеведческий музей города Лабытнанги имеет один из уникальных опытов виртуальной музейной коммуникации. Подписчики активно оценивают и комментируют публикации, участвуют в организованных сотрудниками музея субботниках (например, участвуют в субботниках на территории старого коми-зырянского кладбища). Публикация о начале строительства нового этнографического парка «Коми-деревня» на месте исторического поселения собрала 40 «лайков», 7 комментариев и 5 репостов. Комментаторы пишут «Новодел это уже не то...», «Не сохранит оригинал, а восторженно писать о подобии?», «Втихую снесли то, что было дорого и нарушили договоренность о сохранности Коми-деревни» (Коми-деревня 2024).

Отдельно хочется отметить использование языков коренных народов в музейном контенте. Так, публикации начинаются с приветствий на родных языках («Коми изба», ПЭПМ «Живун»), в названиях мероприятий также используются местные наречия, музей Муравленко назвал экологическую экспозицию по-ненецки: «Я пуна хаёда», которая переводится так «Земля после нас остается» (Возможности 2024). Примечательно, что подписчики комментируют записи на русском языке, и на языке коренных народов. Например, в Ямальском районном музее традиционная рубрика «Угадай, что за экспонат», в которой часто используются предметы из коллекции быта. Подписчики в комментариях оставляют свои варианты наименования на разных языках (Рубрика 2024). В доме-музее «Коми изба» под постом-поздравлением с Новым годом и Рождеством подписчики написали свои пожелания на коми языке (Рождество 2024).

Помимо своих виртуальных проектов, музеи присоединяются к общероссийским. Так, часть музеев стали участниками акции «Культурная суббота. Игры народов России», для участия в которой необходимо было создать собственный видеоролик с традиционными играми своего региона, опубликовать его на своей странице в социальной сети *ВКонтакте* и поставить хештег [#игрыкдш](#), указав регион, имя/фамилию, название коллектива или учреждения. Так, Тазовский музей организовал мероприятие «Голос тундры», которое познакомило детей с традиционными национальными играми: «Тынзя моёпава» (игра в аркан), «Медикова» (сборка и разборка чума), «Перетягивание палки». Кроме того, провели мастер-класс по знакомству с ненецкими узорами «Изготовление ненецкого узора». Дети могли примерить традиционную одежду. По итогу опубликовали видео-пост (Игры 2024). В Красноселькупском музее подготовили тематическую лекцию «История игр и игрушек» и мастер-класс по изготовлению куклы-самокрутки Берегиня (История 2024). Музейный ресурсный центр г. Ноябрьска провел игровую программу «День оленевода» с национальными подвижными играми и головоломками (День 2024).

Таким образом, контент виртуальных сообществ музеев ЯНАО насыщен этнической спецификой. Представляется возможным его классификация по формату публикации, времени и тематике. Текстовый формат с фотоиллюстративными дополнениями является общим и самым распространенным среди исследуемых музеев. В

большинстве случаев, этно контент публикуется в преддверье праздников, однако, ряд музеев не ограничивается ими. Актуальными темами для постов выбирают информирование о проводимых мероприятиях в музее (экскурсии, лекции, мастер-классы, квесты, театральные постановки и т. д.), презентацию виртуальных проектов (цифровая библиотека, видеографические подборки, конкурсы и др.). Публикации не только презентуют музейные собрания, но и позволяют обсудить волнующие вопросы (например, реконструкция коми деревни в Лабытнанги). Чтобы не потеряться в многообразии постов многие музеи используют хэштеги. Их можно разбить на несколько групп: общероссийские, хэштеги с названием музеев, хэштеги тематических рубрик.

Киберисследование подписчиков музеев ЯНАО

На следующем этапе исследования был проведен опрос подписчиков музеев методом анкетирования в электронном виде на базе открытого сервиса «Yandex Forms». Вопросы затрагивали следующие аспекты: мотивацию быть подписчиками группы, определить информированность о деятельности музея и степень активности подписчиков. Целевую аудиторию опроса составили подписчики групп музеев в социальной сети *ВКонтакте*. В опросе приняли участие 120 человек, по принципу «опрос всех согласных». Анкета распространялась несколькими путями: публикация в группах музеев (с разрешения администраторов), через сообщения участникам групп, через личные знакомства. Всего в исследовании было задействовано 14 музеев ЯНАО, в которых представлено этнографическое собрание:

1. Городской краеведческий музей (Лабытнанги)
2. Губкинский музей освоения севера (Губкинский)
3. Дом природы (филиал музея истории и археологии города Надыма)
4. Дом-музей «Коми-изба» (Мужи, филиал Шурышкарского районного музейного комплекса им. Г. С. Пузырёва)
5. Красноселькупский районный краеведческий музей (Красноселькуп)
6. МВК им. И. С. Шемановского (Салехард)
7. Музейный ресурсный центр МО г. Ноябрьск
8. Овгортский краеведческий музей им. Е. И. Тыликовой (Овгорт)
9. Природно-этнографический парк-музей «Живун» (филиал ШРМК)
10. Приуральский районный краеведческий музей (Аксарка)
11. Пуровский районный историко-краеведческий музей (Тарко-сале)
12. Тазовский районный краеведческий музей (Тазовский)
13. Эколого-краеведческий музей города Муравленко
14. Ямальский районный музей (Яр-Сале).

В социальной сети *ВКонтакте* исследуемые музеи зарегистрированы как открытые группы, в среднем они регулярно обновляют свои страницы, для подписчиков открыт доступ к использованию различных инструментов виртуального взаимодействия (запись на стене, создание и обсуждение тем и пр.). По гендерному составу среди анкетированных преобладают женщины (78,3% ответов). Возрастная структура включает участников от 12 до 70 лет. Шурышкарский районный музейный комплекс им. Г. С. Пузырёва был выбран наибольшим количеством анкетированных (32); Пуровский районный историко-краеведческий музей — наименьшим (2).

В задачи исследования входило определение мотивации быть подписчиком музейной группы. 93,1% участников опроса подписались на группу, после посещения музея. Большинство называют причинами *интерес, желание быть в курсе предстоящих музейных событий*. Кроме того, пользователей привлекает этно контент, публикуемый в группах — «*Это наследие моей национальности*»; «*Мне это интересно, так как я представительница коми культуры*».

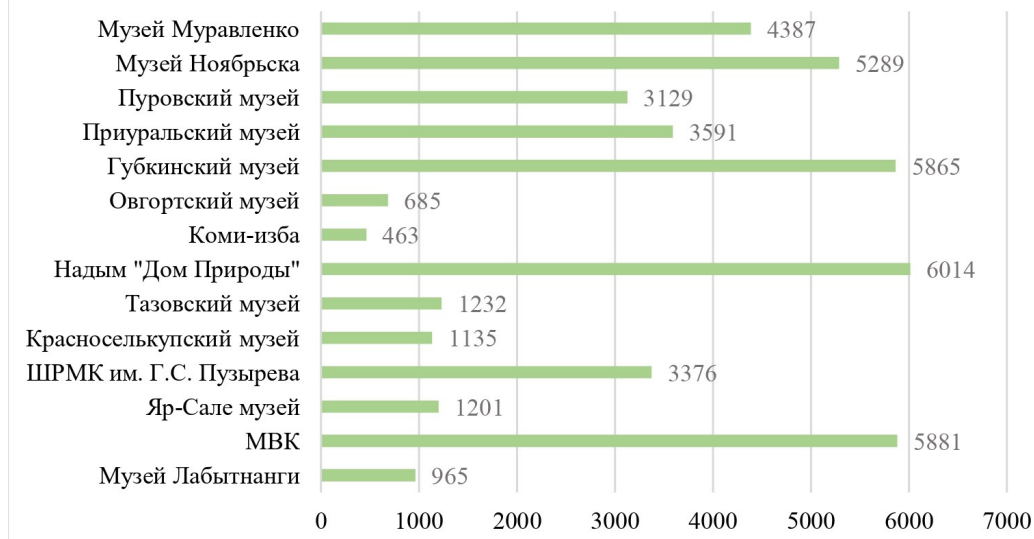


Рис. 3. Общее количество постов в группах музеев ЯНАО

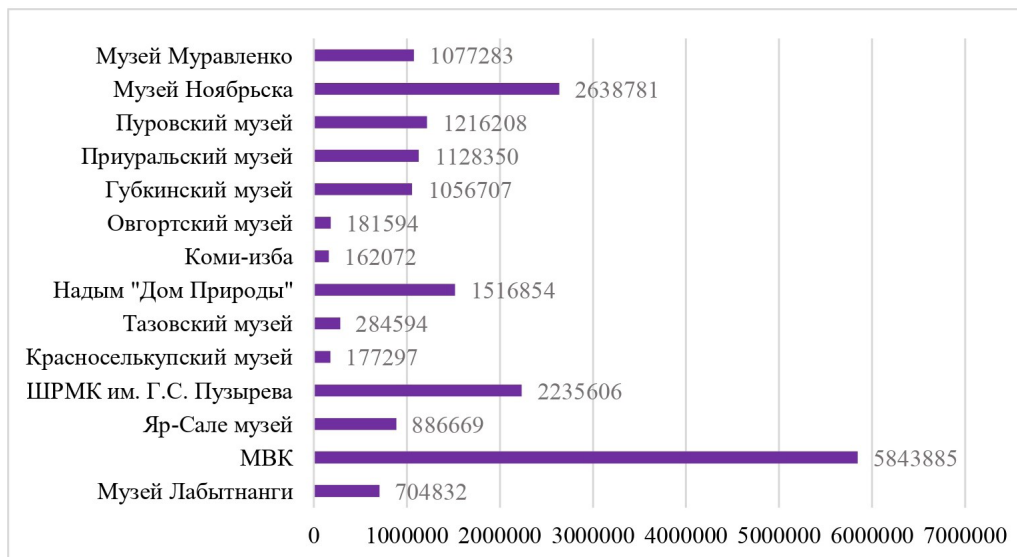


Рис. 4. Общее количество просмотров постов в группах музеев ЯНАО

«Дом природы» г. Надыма с момента регистрации группы (23.04.2012) по настоящее время опубликовал 6 014 постов, что составляет в среднем 501 публикацию в

год. Наименьшее число записей у дома-музея «Коми изба» — 463, что составляет в среднем 57 постов в год (со времени регистрации группы 27.02.2016).

Функция обратной связи является одним из преимуществ ведения группы в социальных сетях. К ней можно отнести участие виртуальных посетителей в деятельности музея. Так, на вопрос «Как вы участвуете в деятельности группы?» большинство респондентов ответили — «Слежу за новостями», «Просматриваю посты», «Ставлю лайки, комментирую записи, делаю репосты».

Из данных Рис. 4. следует, что у «Дома природы» 1 516 854 просмотра, т. е. в среднем один пост просматривают 252 из 2 236 подписчиков (11,3%). Для сравнения у «Коми избы» общее число просмотров составляет 162 072, т. е. в среднем один пост просматривают 350 из 373 подписчиков (93,8%). Эти данные позволяют сделать вывод о том, что, несмотря на явное преимущество в количестве публикаций и просмотров, в качественном отношении подписчики «Коми избы» активнее участвуют в деятельности группы, чем подписчики «Дома природы».

Вопрос анкеты «Оценивали ли вы записи? Почему?» собрал полярные мнения: «Да. Оцениваю то, что считаю полезным для нашего единства», «Чтобы дать обратную связь по мероприятиям музея», «Да. Чтобы учреждения знали плюсы и минусы своей деятельности», «Иногда. По настроению», «Нет, полагаю, что этого делать не за чем».

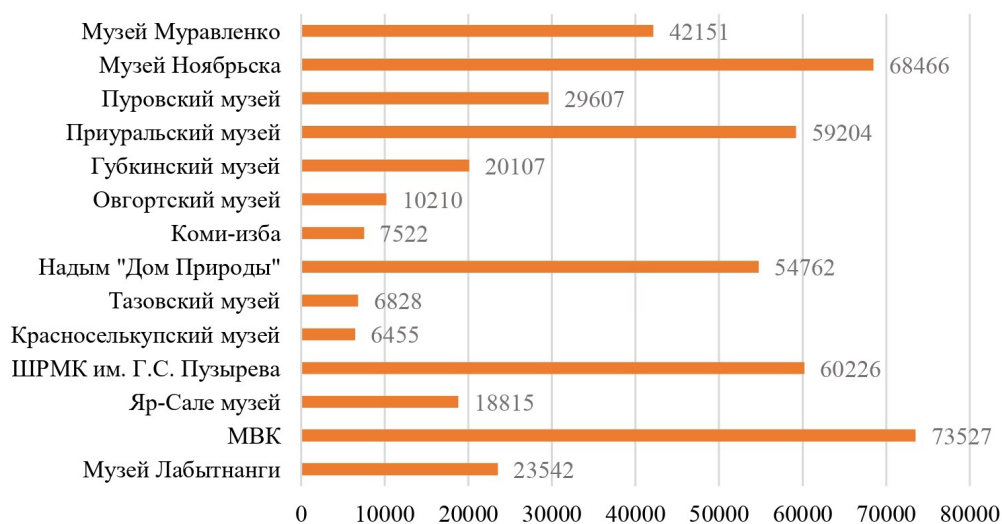


Рис. 5. Общее количество оценок «лайк» — «мне нравится» в группах музеев ЯНАО

Музейно-выставочный комплекс им. И. С. Шемановского набрал наибольшее число «лайков» — 73 527; Красноселькупский районный краеведческий музей наименьшее — 6 455. По данным из Рис. 3. общее количество постов у МВК — 5 881, что означает: среднее количество оценок равно 12,5. У Красноселькупского музея общее количество постов — 1 135, из чего следует: среднее количество оценок — 5,6. По данным Рис. 2. количество подписчиков у МВК — 6 624, т. е. оценивает записи каждый 530 участник группы (8%). У Красноселькупского музея 250 подписчиков, а оценивает записи каждый 26 участник группы (10,4%). Та-

ким образом, несмотря на значительную разницу в числе подписчиков, количеству оценок, качественное различие во внимании аудитории к публикуемому контенту не является весомым.

Современная деятельность музея включает в себя создание комфортной мобильной площадки для коммуникаций. Последнее находит свое применение в виртуальной сфере за счет возможности перейти в раздел «Обсуждения», «Комментарии» в группах музеев. Учитывая этот факт, в исследование был включен вопрос «Участвуете ли в обсуждениях в группе?». Мнения анкетированных оказались полярными: одна половина ответила утвердительно, а другая — отрицательно.

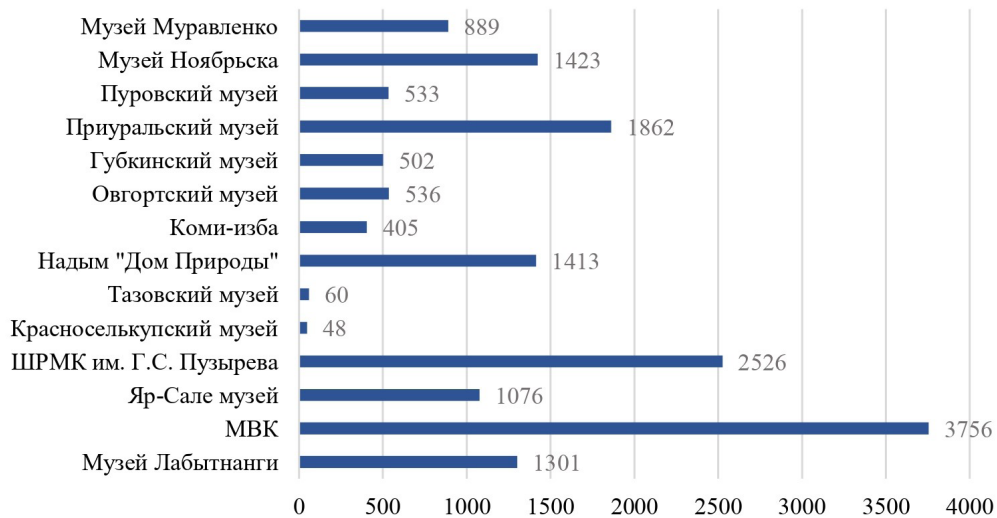


Рис. 6. Общее количество комментариев в группах музеев ЯНАО

Группа МВК с момента регистрации (26.01.2013) до времени проведения исследования набрала наибольшее число комментариев — 3 756. Для сравнения, наименьшее — у Красноселькупского музея — 48. По данным Рис. 3. общее количество постов у МВК — 5 881, что означает: в среднем комментируется каждый второй пост. У Красноселькупского музея общее количество постов — 1 135, из чего следует: в среднем комментируется каждый 24 пост. Таким образом, аудитория МВК комментирует записи чаще, чем аудитория музея в Красноселькупе.

Среди подходящих и привлекательных для обсуждения тем были названы: «Мероприятия музея, культурно-досуговых организаций», «Новости музея» и «История одного экспоната».

Завершающий вопрос анкеты был посвящен значению группы музея в социальной сети для его аудитории: «Согласны ли Вы с утверждением, что достаточно посмотреть группу музея в социальных сетях и не посещать музей?». Большинство участников опроса выразили свое несогласие: «Нет, группа музея стоит на службе у его коллекций, цель этой группы в том, чтобы привлечь посетителей. Если эта цель не выполняется, то группа ведётся неправильно», «Нет. Пока что нет такой возможности, которая могла бы заменить физическое посещение музея», «Не согласна! Когда смотришь информацию в группе, то ноги сами ведут в музей!».

Были и противоположные мнения: «Да, я как будто побывала на экскурсии увидела воочию и услышала то, что еще не знала о своих традициях и о своей национальности...», «Да, но музей посещать нужно обязательно». Таким образом, группа музея в социальной сети, по мнению виртуальной аудитории, в большей степени является формой привлечения, ознакомления, информирования, нежели цифровым двойником музея. Однако, респонденты отмечают и самодостаточность интернет-ресурсов в презентации культурного наследия, что говорит о значительной роли музейного киберпространства в процессе цифровизации культуры.

* * *

Во время киберисследования групп музеев ЯНАО в социальной сети *ВКонтакте* было проведено интернет-анкетирование более 100 подписчиков из 14 музеев. Результаты опроса позволили выявить основные стимулы, степень информированности о деятельности музеев, уровень активности подписчиков. Стоит отметить, далеко не всегда работа сотрудников музеев на виртуальную аудиторию оценивается и поддерживается ею соразмерно: несмотря на значительное количество и регулярность публикаций, число просмотров, лайков, комментариев может быть существенно ниже числа участников группы. Кроме того, опрошенные ответили группам музеев в социальных сетях роль завлекающего информатора для виртуальной аудитории, главной целью которого является преобразование ее в реальную.

Музеи Ямала стали «домом» для уникальных собраний предметов этнокультурного наследия, которые активно используются для презентации этноресурса региона, в том числе, в киберпространстве. Социальная сеть *ВКонтакте* оказалась одной из самых удобных и популярных платформ для исследуемых музеев. Многослойная информация и варианты форматов (аудио-, видео-, изображения и текст) — типичные способы расширить музейный опыт в кибермире. Этноконтент, публикуемый в группах музеев, тематически разделен на информационный блок (анонсы, ход, отчет мероприятий) и на презентацию виртуальных проектов (курсы видеороликов, цифровая библиотека, конкурсы и пр.). В большинстве, группы становятся не копией реального музея, а инструментом для расширения возможностей, переосмысления отношений со своей аудиторией (стать «музеем для кого-то»), обеспечения более глубоких, насыщенных и интересных способов диалога посетителей с коллекциями как на территории музея, так и за его пределами.

Автор статьи выражает благодарность исполнителям проекта РНФ № 23-78-10079 «Коренные малочисленные народы: виртуальная этничность и сетевые опыты» за помощь в сборе материалов, а также благодарит всех, кто участвовал в исследовании.

Источники и материалы

ПМА 2023 — Материалы полевых исследований автора, собранных во время этнографической экспедиции в г. Салехард, Приуральский и Шурышкарские районы Ямало-Ненецкого автономного округа.

mvk.yanao 2024 — Главный музей Ямала: [Электронный ресурс]. https://www.tiktok.com/@mvk.yanao?is_from_webapp=1&sender_device=pc (дата обращения: 19.01.2024).

Арт-променад 2024 — Арт-променад «Музейный Арбат» // Пуровский Районный Музей

- г. Тарко-Сале. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-65926303_3040 (дата обращения: 17.04.2024).
- Ваули Пиеттомин 2024 — Музейный урок «Ваули Пиеттомин — ненецкий герой» // МБУ «Тазовский районный краеведческий музей». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-138900934_1367 (дата обращения: 17.04.2024).
- Веселый олень 2024 — Музейное занятие «Олень — символ жизни» // Красноселькупский районный краеведческий музей. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-85070972_927 (дата обращения: 17.04.2024).
- Возможности 2024 — Возможности выставки «Я пуна хаёда» удивляют! // Эколога-краеведческий музей города Муравленко. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-79696835_6020 (дата обращения: 17.04.2024).
- Выставка 2024 — ВИРТУАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА // Овгортский краеведческий музей имени Е. И. Тыликовой. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-199842154_1292 (дата обращения: 17.04.2024).
- День 2024 — Игровая программа «День оленевода» // Музей Ноябрьска. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-97224630_8659 (дата обращения: 17.04.2024).
- Земля отцов, земля детей 2023 — Новая иммерсивная экскурсия «Земля отцов, земля детей» // Музей Лабытнанги. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-91680675_2141 (дата обращения: 17.12.2023).
- Игры 2024 — «Культурная суббота. Игры народов России» // МБУ «Тазовский районный краеведческий музей». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-138900934_1329 (дата обращения: 17.04.2024).
- История 2024 — История игр и игрушек // Красноселькупский районный краеведческий музей. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-85070972_1011 (дата обращения: 17.04.2024).
- Коми-деревня 2024 — Территория Коми-деревни считается началом поселения // Музей Лабытнанги. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-91680675_2060 (дата обращения: 17.04.2024).
- Конкурс 2024 — Итоги районного конкурса семейных реликвий «История моей семьи» // МБУ «Тазовский районный краеведческий музей». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-138900934_1298 (дата обращения: 17.04.2024).
- Лайфхаки 2024 — Лайфхаки из тундры // МБУ «Губкинский музей освоения Севера». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-105168847_7375 (дата обращения: 17.04.2024).
- Леденящие истории 2023 — Игра-квест «Леденящие истории» // Пуровский Районный Музей г. Тарко-Сале. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-65926303_3350 (дата обращения: 17.12.2023).
- Мастер-класс 2024 — мастер-класс «Ненецкая лепешка на ухе» // МБУ «Тазовский районный краеведческий музей». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-138900934_1335 (дата обращения: 17.04.2024).
- Мастерская 2024 — Мастерская по пошиву коми сарафана // Дом-музей «Коми изба». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-115800335_526 (дата обращения: 17.04.2024).
- МВК 2023 — МВК имени И. С. Шемановского. Сайт: [Электронный ресурс]. <https://www.mvk.yanao.ru/> (дата обращения: 17.10.2023).
- МВК 2024 — МВК имени И. С. Шемановского. Одноклассники: [Электронный ресурс]. <https://ok.ru/group/55785502801942> (дата обращения: 19.01.2024).
- МВК ЯНАО 2023 — МВК имени И. С. Шемановского. Телеграм-канал: [Электронный ресурс]. https://t.me/mvk_yanao (дата обращения: 17.10.2023).
- МВКЯМАЛ 2023 — МВК имени И. С. Шемановского. YouTube-канал: [Электронный ресурс]. <https://www.youtube.com/user/mvkyamal> (дата обращения: 17.10.2023).
- МВКЯНАО 2024 — МВК имени И. С. Шемановского. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. <https://vk.com/mvk.yanao?w=club48852757> (дата обращения: 19.01.2024).

- Мероприятие 2024 — И вновь новый лист календаря! // МБУ «Тазовский районный краеведческий музей». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-138900934_1388 (дата обращения: 17.04.2024).
- Музейное занятие 2024 — Музейное занятие «Сокровища березовой колыбели» // Пуровский Районный Музей г. Тарко-Сале. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-65926303_3286 (дата обращения: 17.04.2024).
- Население 2024 — Население села Овгорт // BDEX: [Электронный ресурс]. <https://bdex.ru/naselenie/yamalo-neneckiy-avtonomnyy-okrug/n/shuryshkarskiy/ovgort/> (дата обращения: 07.05.2024).
- Население Губкинский 2023 — Население Губкинского за полгода выросло на 813 человек // Ямал 1: [Электронный ресурс]. <https://yamal1.ru/novosti/2023/09/28/naselenie-gubkinskogo-za-polgodu-vyroslo-na-chelovek/> (дата обращения: 07.05.2024).
- Праздник 2024 — праздник Ильин день или Лун кутап хатл // Овгортский краеведческий музей имени Е. И. Тыликовой. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-199842154_1434 (дата обращения: 17.04.2024).
- Предметный разговор 2023 — Культурно-просветительский портал «Предметный разговор». [Электронный ресурс]. <https://portmvk.yanao.ru/> (дата обращения: 17.10.2023).
- Пупкова 2016 — Пупкова Н. "Долина сказок" // Газета "Крымская правда". 14.03.2016 [электронная версия]. <https://c-pravda.ru/news/2016-03-14/dolina-skazok>.
- Рождество 2024 — С наступившим Новым годом и Рождеством! // Дом-музей «Коми изба». ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-115800335_818 (дата обращения: 17.04.2024).
- Рубрика 2024 — УГАДАЙ, ЧТО ЗА ЭКСПОНАТ // Ямальский районный музей | Яр-Сале. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-128477833_2051 (дата обращения: 17.04.2024).
- С Днём России! 2024 — Фаина Алексеевна готовит кулебяку по традиции народа коми // Музей Лабытнанги. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-91680675_851 (дата обращения: 17.04.2024).
- Северный колорит 2024 — Почувствуй северный колорит в музее! // Музей Ноябрьска. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-97224630_8235 (дата обращения: 17.04.2024).
- Сказки Севера 2023 — Мультимедийная фольклорная библиотека «Сказки народов Севера». [Электронный ресурс]. <https://skazki-severa.muzeyos.ru/> (дата обращения: 17.10.2023).
- Эколого-краеведческий музей города Муравленко 2023 — О Ямале — с любовью // Эколого-краеведческий музей города Муравленко. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-79696835_6180 (дата обращения: 17.12.2023).
- Экспонат 2024 — Детская люлька // «Дом природы» г. Надым. ВКонтакте: [Электронный ресурс]. https://vk.com/wall-38157038_7981 (дата обращения: 17.04.2024).

Научная литература

- Головнев А. В. Говорящие культуры: традиции самодийцев и угров. Екатеринбург: УрО РАН, 1995. 600 с.
- Головнев А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Виртуальная этничность и киберэтнография. СПб: МАЭ РАН, 2021. 280 с.
- Головнев А. В. Кочевники тундры: ненцы и их фольклор. Екатеринбург: УрО РАН, 2004. 343 с.
- Головнев А. В. Музейное мышление: соблазн открытия и инстинкт хранения // Кунсткамера. 2019. № 3 (5). С. 9–18. [https://doi.org/10.31250/2618-8619-2019-3\(5\)-9-18](https://doi.org/10.31250/2618-8619-2019-3(5)-9-18)
- Киссер Т. С. Музей реальный и виртуальный (опыт российских немцев) // Уральский исторический вестник. 2019. № 4(65). С. 82–89. [https://doi.org/10.30759/1728-9718-2019-4\(65\)-82-89](https://doi.org/10.30759/1728-9718-2019-4(65)-82-89)
- Комова Е. А. Этнокультурное наследие в музеях Ямала: концепции и экспозиции // Ежегодник финно-угорских исследований. 2023. № 4. С. 587–596. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2023-17-4-587-596>
- Куринских П. А. Перспективы развития социальных сетей в деятельности музеев РАН // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 54. С. 24–32.

- Рындина О. М. Этническая культура, цифровизация и неотрадиционализм // Вестник Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2019. № 35. С. 264–274. <https://doi.org/10.17223/22220836/35/24>
- Рындина О. М. Коды традиционной культуры и этническая идентичность в современности // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. 2018. № 1 (2). С. 40–44.
- Сизова И. А., Гордин В. Э. Цифровизация музеев: трудности, успехи, перспективы (по материалам социологического исследования) // Информационное общество. 2022. № 4. С. 35–44. https://doi.org/10.52605/16059921_2022_04_35
- Сизова И. А. Монетизация музейных онлайн-продуктов: механизмы, стратегии, примеры. Вопросы музеологии 2022. 13 (1). С. 140–148. <https://doi.org/10.21638/spbu27.2022.110>
- Сизова И. А. Музей и социальные сети: направления работы // Труды Томского областного краеведческого музея им. М. Б. Шатилова: Материалы межрегиональной научно-практической конференции «Шатиловские чтения — 2014». Сб. статей / ОГАУК «ТОКМ им. М. Б. Шатилова». Томск: Издательство «Ветер», 2016. С. 57–61.
- Goode G. B. The origins of natural science in America. S. G. Kohlstedt (Ed.). Washington: Smithsonian Institution Press. (1891) 1991. 411 p.
- Johnson M. A., Sink W. (eds.). Ethnic Museum Public Relations: Cultural Diplomacy and Cultural Intermediaries in the Digital Age // Public Relations Inquiry. 2013. Vol. 2 (3). P. 355–376. <https://doi.org/10.1177/2046147X13491762>
- Kelly L. The Connected Museum in the World of Social Media // Museum Communication and Social Media / ed. by Kirsten Drotner & Kim Christian Schröder. New York: Routledge, 2013. P. 88–109.
- Weil S. From being about something to being for somebody: The ongoing transformation of the American museum // Daedalus. 1999. Vol. 128 (3). P. 229–258.
- Underberg N. M., Zorn E. (eds.). Digital ethnography: anthropology, narrative, and new media. Austin: University of Texas Press. 2013. 127 p.

References

- Golovnev, A. V. 1995. *Govoriashchie kul'tury: traditsii samodiitsev i ugrov* [Speaking Cultures: Samoyed and Ugrian Traditions]. Ekaterinburg: UrO RAN. 600 p.
- Golovnev, A. V. 2004. *Kochevniki tundry: nentsy i ikh fol'klor* [Tundra Nomads: Nenets and Their Folklore]. Ekaterinburg: UrO RAN. 343 p.
- Golovnev, A. V. 2019. Muzeinoe myshlenie: soblazn otkrytiia i instinkt khraneniia [Museum Thinking: The Temptation of Discovery and Storage Instinct]. *Kunstkamera* 3(5): 9–18. [https://doi.org/10.31250/2618-8619-2019-3\(5\)-9-18](https://doi.org/10.31250/2618-8619-2019-3(5)-9-18)
- 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.
- Goode, G. B. (1891) 1991. *The Origins of Natural Science in America*. Washington: Smithsonian Institution Press. 411 p.
- Johnson, M. A., and W. Sink. 2013. Ethnic Museum Public Relations: Cultural Diplomacy and Cultural Intermediaries in the Digital Age. *Public Relations Inquiry* 2(3): 355–376. <https://doi.org/10.1177/2046147X13491762>
- Kelly, L. 2013. The Connected Museum in the World of Social Media. In *Museum Communication and Social Media*, ed. by K. Drotner and K. C. Schröder. New York: Routledge. 88–109.
- Kisser, T. S. 2019. Muzei real'nyi i virtual'nyi (opyt rossiiskikh nemtsev) [Museum Real and Virtual (The Experience of Russian Germans)]. *Ural'skii istoricheskii vestnik* 4(65): 82–89. [https://doi.org/10.30759/1728-9718-2019-4\(65\)-82-89](https://doi.org/10.30759/1728-9718-2019-4(65)-82-89)
- Komova, E. A. 2023. Etnokul'turnoye nasledie v muzeyakh Yamala: kontseptsii i ekspozitsii [Ethnocultural Heritage in Yamal Museums: Concepts and Displays]. *Yezhegodnik finno-ugorskikh issledovaniy* 4: 587–596. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2023-17-4-587-596>

- Kurinskikh, P. A. 2021. Perspektivy razvitiia sotsial'nykh setei v deiatel'nosti muzeev RAN [The Perspective of Using Social Networks in Local Museums of Russian Academy of Sciences]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* 54: 24–32.
- Ryndina, O. M. 2018. Kody traditsionnoi kul'tury i etnicheskaiia identichnost' v sovremennosti [Codes of a Traditional Culture and an Ethnic Identity in the Modern Era]. *Kul'tura v evraziiskom prostranstve: traditsii i novatsii* 1(2): 40–44.
- Ryndina, O. M. 2019. Etnicheskaiia kul'tura, tsifrovizatsiia i neotraditsionalizm [Ethnic Culture, Digitalization and Neo-Traditionalism]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* 35: 264–274. <https://doi.org/10.17223/22220836/35/24>
- Sizova, I. A. 2016. Muzei i sotsial'nye seti: napravleniia raboty [Museums and Social Networks: Areas of Work]. In *Trudy Tomskogo oblastnogo kraevedcheskogo muzeia im. M. B. Shatilova: Materialy mezhregional'noi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Shatilovskie chteniia — 2014"* [Proceedings of the Tomsk Regional Museum of Local Lore Named After M. B. Shatilov. M. B. Shatilov: Materials of the Interregional Scientific-Practical Conference 'Shatilov Readings — 2014'], ed. by K. N. Shirko. Tomsk: Izdatel'stvo 'Veter'. 57–61.
- Sizova, I. A. 2022. Monetizatsiia muzeinykh onlain-produktov: mekhanizmy, strategii, primery [Monetizing Online Museum Products: Mechanisms, Strategies, and Examples]. *Voprosy muzeologii* 13 (1): 140–148. <https://doi.org/10.21638/spbu27.2022.110>
- Sizova, I. A., and V. E. Gordin. 2022. Tsifrovizatsiia muzeev: trudnosti, uspekhi, perspektivy (po materialam sotsiologicheskogo issledovaniia) [The Digitalization of Museums: Challenges, Successes, and Prospects (On the Materials of Sociological Research)]. *Informatsionnoe obshchestvo* 4: 35–44. https://doi.org/10.52605/16059921_2022_04_35
- Underberg, N. M., and E. Zorn (eds.). 2013. *Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media*. Austin: University of Texas Press. 127 p.
- Weil, S. 1999. From Being About Something to Being for Somebody: The Ongoing Transformation of the American Museum. *Daedalus* 128(3): 229–258.