

© М.И. Белл (Гурвич)

## ИЛЬЯ САМУИЛОВИЧ ГУРВИЧ: УРОКИ УЧЕНОГО. ОТ ЭТНОГРАФИИ К СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИЧЕСКОЙ АНТРОПОЛОГИИ

*В статье дочь Ильи Самуиловича Гурвича вспоминает о своем восприятии работы отца и рассматривает это в контексте современной деятельности антрополога в корпорации. Исследовательница размышляет о том, как идеи и поведение Ильи Самуиловича повлияли на ее понимание мира еще в детстве, как воспринятое ею этнографическое знание дало представление о мужестве ученого и человека. Она размышляет о наследии советских этнографов и преемственности этики ученого.*

*По ее мнению, с самого начала оформления этнографии как науки советские и*

*российские антропологи приносили огромную пользу многим сообществам, с которыми соприкасались, но они, тем не менее, скромно оценивали свои достижения, считая их само собой разумеющимися. Прошлый опыт очень важно изучать именно сейчас, когда антропология получает все большее признание как наука, способная решать глобальные проблемы общества, когда антропологи применяют для проведения своих исследований новейшие технологии.*

**Ключевые слова:** *Илья Самуилович Гурвич, научный вклад, научное наследие, антропология, бизнес-антропология, техно-антропология, этнография, российские антропологи, советские этнографы, этика в антропологии, исследования пользовательского опыта*



---

**Белл (Гурвич) Мария Ильинична** – старший исследователь пользовательского опыта / антрополог. Корпорация ServiceLab (Нью-Йорк, США). Эл. почта: ethnographux@gmail.com.  
**Bell (Gurvich), Marya I.** – Senior UX Researcher/Anthropologist. ServiceLab, Inc. (57 west 57 st., suite 422, New York, NY, 10019, USA). E-mail: ethnographux@gmail.com

*Я и моя семья благодарны  
Институту этнологии и антропологии РАН,  
Отделу Севера и Сибири и Елене Петровне Батьяновой  
за память о моем отце.*

Мой отец решил стать этнографом будучи еще студентом, и впоследствии никогда не изменял своему выбору, сохранил к науке горячий интерес и уважение, прекрасно понимая, что этнография связана с самыми разными сторонами человеческой деятельности. Его специализацией были народы Крайнего Севера и Сибири.

Я с детства помнила, как отец общался с людьми, с друзьями и родными, рассказывая им о своей профессии, об экспедициях, о путешествиях и открытиях. Он гордился уникальным характером своей специальностью, но был скромнее в отношении своей персоны, понимая, что не всем достаётся делать работу такого масштаба. Позже, когда я стала работать сама, пришло понимание, что даже в каждодневном общении, отец был этнографом. Подлинный интеллигент, он был мастером разговора, умел располагать к себе, находил подход к самым разным людям, внимательно и с уважением выслушивал их истории, знал, как поднять им настроение. Все эти качества сейчас являются частью сложной и скрупулезной подготовки антропологов в университетских и профессиональных школах.

Незгоды и бедствия, на которые была столь щедра прошедшая эпоха, не обошли стороной и семью И.С. Гурвича – его отец был репрессирован. Как и многие люди в то время, он с детства видел и сопереживал жизненным трагедиям родственников, друзей, сотрудников, а позже и тем людям, сообщества которых изучал. Часто в его разговорах я, как и другие дети, чувствовала отражение этих трагедий, но об этом он говорить не любил, да и невозможно было тогда о многом рассказывать. Теперь я понимаю, что отец мог опираться на культуры северных народов, которые знал. Их поведенческие традиции поддерживали его. В разных жизненных ситуациях, на днях рождений, которые мы праздновали с друзьями и родными, он нередко рассказывал об интересных обычаях и поверьях народностей Севера. Тогда это казалось привычным, но позже я поняла как эти рассказы обогащали мою жизнь.

Его отношение к своему ремеслу, к этике выполнения научной работы, были заразительны, и то, чему я училась у отца в детстве, помогло мне в профессиональной деятельности. Он называл антропологию/этнографию наукой, способной быть колесом прогресса, преодолевающим временные идеологические веяния. Я благодарна ему потому, что через призму знакомого мне с ранних лет подхода, у меня развился интерес к другим культурам. Уже в 12–13 лет я научилась определять представительных разных культур, вела с ними беседы. Мне было интересно, как понимают свои культуры их носители. Такое отношение к людям открывает многие двери, помогает найти общий язык и прийти к пониманию собеседника, дает возможность уверенно себя чувствовать в самых разных ситуациях. Отец никогда не подталкивал меня к выбору профессии этнографа, понимая, что это непростое занятие, и, тем более, не подталкивал к занятиям антропологией Севера, понимая насколько сложно там работать. Я просто видела его энтузиазм и внимание к другим людям, обществам и культурам, и стала смотреть глазами этнографа на окружающий меня мир.

В детстве, после поездок с родителями на Кавказ, в Башкирию и Чувашию, я увлеклась изучением других культур. Позже, когда я побывала в Якутии, я поняла, почему мой отец заинтересовался этой республикой и ее культурой. На историческом факультете МГУ, где я училась, было много возможностей для выбора специализации,

как и после окончания, но я уже могла смотреть на мир только глазами этнографа, как и многие, кому посчастливилось соприкоснуться с этой наукой. Я тоже стала антропологом, потому что воспринимала эту науку как всеобъемлющую, связанную со всеми сторонами человеческой деятельности. Позднее, когда я оказалась за пределами России, я во всем видела возможности для этнографических исследований. Сейчас я бы хотела поговорить с отцом о множестве тех ситуаций в современной американской жизни, где нужна экспертиза и трактовка антрополога или этнографа...

Мы часто обсуждали, как этнографы могут поддерживать сообщества, которые они изучают, как они должны работать с правительственными структурами чтобы повлиять на формирование политики, которая могла бы сохранить традиционный образ жизни и традиционные культуры коренных и малочисленных народов Севера. Илья Самуилович считал изучение традиционного образа жизни своей главной задачей. Его всегда интересовало сохранение традиционной культуры и ее адаптация к нормам современной жизни.

Сейчас я смотрю на его научную работу через призму своей работы в корпорации, UX исследователя (*User Experience*, исследователь пользовательского опыта) и корпоративного антрополога. Я вижу не только параллели, но нередко сходные задачи и похожие пути их решения.

Для меня отец был и остаётся примером истинного учёного-этнографа. Его гражданская позиция, как и других коллег, в отношении коренных народов Севера, с которыми они работали, и, самое главное, стремление поставить изучаемых людей в центр внимания, выше политических или деловых целей, сейчас так же актуальны, как и его научные подходы. Я помню, как отец собирался в экспедиции и подготавливал все необходимое для работы: фотоаппарат, пленки и диктофон. И, естественно, простые карандаши и полевые дневники – записные книжки формата приблизительно А5, выпускавшиеся специально для академических исследователей. Я рассказала бы ему о том, чем пользуются антропологи сейчас: компьютерами, различными приложениями и программами, цифровым фото, спутниковой связью... И выразила бы ему восхищение – как много он сумел сделать, располагая столь малым набором инструментов!

Обычно, когда мы говорим о деятельности ученого, мы имеем ввиду его труды, публикации, то есть результаты исследований. Любой ученый знает, что есть и другая сторона: подготовка к исследованию, обработка полученных материалов, работа с людьми, чтобы они понимали смысл исследования и воспринимали его результаты. Отец и его коллеги с успехом выполняли все эти задачи без всякой специальной подготовки. Для сравнения, сейчас есть специальная отрасль – *Research Operations*, которая появилась несколько лет назад в ответ на пролиферацию используемых учеными инструментов. Она занимается организацией программных приложений и инструментов для деятельности исследователей.

Из рассказов Елены Петровны Батяновой я знаю, что отец с вдохновением вёл просветительскую работу в экспедиции, с удовольствием объяснял, что он делает и как можно помочь сохранению местных традиций. Одна из главных проблем для антрополога, а сейчас и UX исследователя – объяснение своей деятельности, тем, кто не работает в UX (*Goldmacher* 2019). Это называется «евангелизм UX». Много уже написано, созданы форумы и конференции с целью научить ученых рассказывать про свою работу другим. Так как мы имеем дело с населением, с информантами, мы должны добиться взаимопонимания с ними. Мне тоже не сразу удалось



*Рис. 1. И.С. Гурвич с информантом из русских старожил, проживающих на Колыме с XVII в. 1975 г. (фото из архива семьи Гурвич, 2020).*

овладеть таким навыком, но часто на помощь приходили воспоминания об объяснениях отца.

Ребенком я часто видела его работающим за письменным столом. Он обрабатывал данные, анализировал материалы, много писал. Отец уважал способность выражать свои мысли на бумаге, часто говорил, что хотел бы писать быстро, живым литературным языком, с юмором, чтобы заинтересовать и даже рассмешить читателя... Он особенно

гордился теми из своих учеников и коллег, которые умели писать легко и интересно. Но в то же время основной для него была научная работа, и он выбирал академический стиль в подаче материала. Художественный стиль он использовал в книге «Таинственный чучуна». Написание этой книги, как и сбор материала для нее, были для него приключением (Гурвич 1975).

В советский период научные статьи или монографии обычно начинались с благодарственных слов в адрес партийных и советских органов, а соответствующие документы – обращения («отношения») – ученые получали заранее. У UX-исследователей есть подобные практики, иногда как дань традиции, но чаще направленные на то, чтобы руководство компании и разработчики продукта (инженеры и дизайнеры) помогали в процессе сбора информации и подготовки к работе (Ladner 2016).

Чтобы исследования состоялись и были результативны, кроме мастерства И.С. Гурвичу, как и другим советским ученым-этнографам, требовалось изучение и понимание политической ситуации в стране в целом, в регионе и на месте полевых исследований с тем, чтобы давать рекомендации властям, как сохранять культуру народа и не разрушать его традиционный образ жизни.

К сожалению, я не успела побывать с отцом в экспедиции, или вместе поработать над анализом материала. Я не описываю научный вклад Ильи Самуиловича Гурвича в этнологию и североведение, потому, что это сделано другими (Батьянова, Бойчук 1999: 104–118; Батьянова, Жорницкая 1992: 167–171) и потому, что, будучи ребенком, я могла только наблюдать и слышать размышления о внутренних сторонах его научной деятельности, которыми он делился с домашними. Эти эмпирически выработанные приемы и методы работы антрополога, которые, будучи само собой разумеющимися для того времени и тех задач, не потеряли своей актуальности в совершенно новой нише и в новом времени. Я рада, что он привил мне любовь к профессии и посредством этнографии открыл для меня особый мир.

### О корпоративной антропологии и истории этого явления

В то время как антропологи в США, Европе и других странах все больше включают изучение т.н. пользовательского опыта – область UX (*User Experience*) в академическую практику и пытаются определить новые возможности взаимодействия с корпорациями, полезно проанализировать значительный опыт этнографов и практических антропологов России и бывшего Советского Союза. Этот оказался особенно важным в последние 10 лет, когда участие антропологии и других социальных наук стало инструментальной частью корпоративной работы. Спрос на антропологов и социологов в техническом секторе начался полвека назад и рос на протяжении последних двадцати пяти лет, за это время быть *онлайн* превратилось в неотъемлемую, если не преобладающую, часть повседневной жизни людей. Спрос подталкивает необходимость оценивать и пересматривать роль практической антропологии и этнографии в американской практике.

Технологические инноваторы начали понимать ценность человеческого подхода и необходимость внимательно изучать потребителей с самого начала Интернет-бума и мобильных технологий. Между 1970-ми и 2000-ми гг. доминирующий подход к представлению новых технологий заключался в том, чтобы всеми возможными средствами научить, заинтересовать и привлечь потребителей. В тот период лишь немногие крупные корпорации, такие как Хегох, нанимали антропологов для участия в исследованиях и разработках новых продуктов. Для корпораций это была редкая практика, а для антрополога – довольно экзотическое трудоустройство.

Развитие технического сектора и появление огромного количества программ, инструментов и устройств для потребителей привело к смене подходов: от «просвещения потребителя» к пониманию и удовлетворению его реальных потребностей. Все больше компаний стало работать над созданием программ, которые помогали решать задачи пользователей, и корпорации постепенно осознавали, что гораздо проще выяснить заранее, в процессе разработки, как люди отреагируют на новый продукт, чем тратить усилия на продвижение товара после его создания (*Sharon 2015*).

Антропологам присуще стремление понять, изучить, какие новые реалии и социальные нормы появятся в обществе в результате адаптации людьми инновационных продуктов, программ и устройств. Вскоре корпорации поняли, что этот вопрос для них тоже важен, и оценили антропологический подход. Стало очевидно, что именно антропологи – UX исследователи способны помочь в разработке инновационной, прорывной технологии, потому что они могут найти ответ на вопрос: как люди примут новую технологию, новый способ действия или даже мышления. Последние четверть века, особенно с 2010 гг., все больше компаний обращаются к социологам и антропологам, чтобы изучить возможности адаптации продукта, прогнозировать результаты и предложить способы облегчения перехода к новым способам мышления (*Bezaitis 2016*).

В ответ на спрос от инновационных компаний, корпоративного мира бизнеса, антропологи стали адаптировать свою практику и свои инструменты к сотрудничеству с бизнесом (*Blomberg, Karasti 2013: 373–423*). Эта работа по адаптации стала доминирующей темой в практической антропологии США в последние 25 лет. Важно отметить, что цель этой работы не в том, чтобы понять мир бизнеса и технологий или научиться работать в этих секторах, а в стремлении убедить бизнес в ценности фундаментальных принципов, подходов и методов антропологии для решения стратегических проблем и создания инновационных технологий. В процессе интеграции с бизнесом научные антропологические сообщества раздвинули границы своей тра-

диционной сферы деятельности и, преодолев многие препятствия, расширили область применения антропологии (Amirebrahimi 2016: 71–103). Они приспособились к деловой стороне бизнеса и интегрировали количественные методы, использование аналитики и метрик в исследованиях.

Наиболее известным доказательством и результатом этой многогранной работы является процветающая в настоящее время профессия и область знания – пользовательский опыт (*User Experience*), которая стала крупнейшей сферой профессионального взаимодействия антропологов и других ученых из смежных областей социальных наук. «Хорошая новость: все больше компаний осознают потребность в ... UX, поэтому ожидается, что рост рабочих мест для этих специалистов вырастет на 14,9% в течение следующих 10 лет» (UX Magazine Staff 2019). Внутри данной профессии увеличивается количество специализаций: UX дизайнер, UX исследователь, UX стратег, UX разработчик контента, UX архитектор (*UX Designer, UX Resercher, UX Strategist, UX Content Writer, UX Architect*), а в последнее время – сервис-дизайнер и дизайн-стратег (*Service Designer u Design Strategist*).

С самого начала своего создания UX Research эта область знания была наиболее подходящей для антропологов, поскольку она очень близка к основным видам их деятельности. По определению, UX Research – это процесс проведения исследований с людьми – обычно качественными методами, но иногда – в комбинации, переплетении с количественными – с целью понять поведение и мотивацию, чтобы команда и компания могла разработать продукт или сервис, который будет наилучшим образом соответствовать потребностям людей. UX Research целиком опирается на антропологическую методологию.

Этнографические методы одни из первых получили признание в UX Research, что до сих пор не облегчает понимания их особенностей среди UX специалистов. Сущность этнографии все еще осмысливается и переосмысливается применительно к UX Research, все еще идут дискуссии по таким ключевым вопросам, как «тождественна ли этнография наблюдению», «является ли любое наблюдение этнографией»? (Cefkin 2010: 1–40). Несмотря на то, что про этнографию говорят очень много, все меньше практиков полагается на этот метод, так как в условиях корпоративного мира часто невозможно провести этнографическое наблюдение.

Важной вехой для этнографии было определение и провозглашение этнографического мышления (*Ethnographic Thinking*) как новой бизнес-концепции и комплекса принципов, а также предсказание, что этнографическое мышление сменит парадигму дизайнерского мышления (*Design Thinking*), которая в настоящее время является теоретическим фундаментом в разработке продукта (Hasbrouck 2017). Этнографическое мышление определяется как подход к рассмотрению задач совместно с пользователями в их среде, с учетом полного контекста проблем, восприятий и рассуждений. Исследователь часто функционирует как участник и как наблюдатель (*Participant Observer*) в одном контексте, для понимания ситуации изнутри и развития эмпатии к пользователю.

В работе с корпорациями, антропологи порой функционируют как интерпретаторы внутренней культуры, в дополнение к изучению и интерпретации культуры пользователей, потребителей (Ladner 2016: 23–43). Главная задача антрополога в корпорации – найти способы понять реалии пользователей, то чем они руководствуются в работе с продуктами, которые создает корпорация, и объяснить эти реалии созда-

телям продуктов. Для этого антропологи должны вписаться в рамки действительности организации и действовать изнутри, как включенные этнографы-наблюдатели (*Inside Ethnographers*). Опираясь на методы традиционной этнографии, они приходят к пониманию культуры корпорации и объясняют ее тем, кто в нее вовлечен.

Часто антропологи находят и открывают много сопутствующих проблем в жизни и работе пользователей, которые они объясняют корпорациям. Одним из способов такого информирования служат документы, подобные докладным запискам – специальным докладом, предоставлявшимся в руководящие органы в засекреченном виде. Они обычно доступны узкому кругу правления компании и пишутся в определенном стиле, отличном от остальных текстов (Докладные записки 1950–1990). Эти документы интерпретируют наблюдения, которые по каким-то причинам сложно делать в открытой форме. Со временем ценность такого объяснения и интерпретации настолько возросла, что антропологи стали принимать участие в разработке стратегии корпорации.

В последние годы антропологи пришли к осознанию значимости своей роли в инновационном бизнесе, так как предприятия готовы слушать их и открыты для предоставления им мест в управленческом аппарате. Сообщество практикующих, прикладных или бизнес-антропологов, на форумах и конференциях активно обсуждает как адаптироваться к этой возможности, выявляя и формулируя способы влияния на еще более широкую сферу деятельности, такую как Service Design (Smith 2019). Хотя это, безусловно, успех, антропологи справедливо задаются вопросом, как интегрировать свои практики в новые реалии. Если антропологи находятся в руководстве компании, формулируя стратегию бизнеса, встает вопрос, как они должны одновременно нести ответственность и за пользователей, и за успех прибылей корпоративного бизнеса.

Советские и российские этнографы всегда имели дело с практической реальностью, они работали с государственными и часто – с бизнес-структурами (Ежегодный выпуск отчетов). Они находили возможность не только делать исследования, описывать результаты и публиковать, но строить отношения с властями любого уровня, которые и были, что называется, «gatekeepers» (держателями ключи к населению). Одновременно, они добивались уважения и поддержки местных жителей, среди которых они вели исследования. Существовал и еще один важный аспект деятельности ученых, очень похожий на современную корпоративную практику – предоставление информированного, научного мнения и экспертизы государственным и федеральным властям. Рекомендации этнографов имели нередко судьбоносное значение, оказывая влияние на формирование государственной политики по отношению к коренному населению, сохранению его культуры и традиционного образа жизни (Этнологическая экспертиза 1958–1992). Эта часть деятельности важна и в настоящей корпоративной практике. Именно благодаря антропологическому, целостному, холистическому подходу к пользователям, антропологи сейчас влияют на стратегии корпораций.

В то время как антропологи в США, Европе и других странах, где практика UX связана с академической антропологией, пытаются определить новые возможности науки, им бы очень пригодился значительный опыт практических антропологов России и бывшего Советского Союза. В России сложилась практика работы антропологов с государственными и бизнес-структурами, но отношение к этой деятельности неодинаково у ученых России и у ученых мирового научного сообщества (*Василько-*

ва и др. 2011; Новикова, Функ 2012). Несмотря на то, что эта практика определялась особыми, часто ограничивающими и иногда сковывающими условиями, опыт формирования продуктивных рабочих отношений сформировался, и после изучения и сравнения с практиками бизнес-антропологии пользовательского опыта, я нашла его актуальным и достойным изучения.

Эта часть коллективного опыта антропологов России мало упоминается в научных публикациях и не представлена в том ракурсе, как преподнесли бы ее сейчас антропологи мирового научного сообщества. Она была бы описана ими так, чтобы обеспечить видимость достижений исследователей и показать их как героический аспект деятельности (Mulligan 2017). За почти столетнюю деятельность, с момента создания этнографии как науки, советские и российские антропологи принесли огромную пользу сообществам, с которыми встречались в ходе своей работы (Полевые исследования). Однако они сдержанно относятся к оценке своих заслуг, отделяя академические исследования и даже исследования практического, прикладного характера от далеко идущего влияния, которое эти исследования произвели.

\* \* \*

Уроки отца актуальны и универсальны, они помогают мне в каждодневной работе и сейчас. Он жил жизнью этнографа, строил отношения и добивался продвижения науки, которая приносила пользу коренным народам и сохраняла их культуры. Его наследие важно как образец гражданской позиции ученого, позволившей достигнуть не только научных, но и практических результатов, несмотря на противоречия эпохи. Отец соблюдал этические нормы и оставался подлинным интеллигентом в непростых обстоятельствах, в моей работе это называется *make it work* (Amirebrahimi 2015). Перечитывая аккуратно подобранные в докладных записках слова отца, тщательные описания состояний и потребностей людей и общин, я понимаю, как он продумывал и формулировал каждое предложение, чтобы призвать других к сопереживанию, вызвать у них эмпатию.

Опыт российских антропологов важно изучать со всех сторон, включая вопрос их влияния на формирование политики партии и правительства по отношению к коренным малочисленным народам. Как этнографы овладели мастерством этого воздействия? Многие аспекты деятельности ученых описаны в виде историй, устных легендах или до сих пор не изучены. Тот пласт работы ученых его времени может быть образцом для современных антропологов.

Еще одна важная тенденция – это соединение интерпретативного и позитивистского подходов, трансформация инструментария антропологов (Ladner 2019). В настоящее время в корпоративных исследованиях принято применять подход «mixed method», соединение количественных и качественных методов. Такой подход, демонстрирующий изменение методов исследования, нуждается в анализе, о чем говорят и сами антропологи (Schensul et al. 2016). Мой отец всегда с интересом изучал новые возможности в науке, например, заинтересовался массовыми социологическими опросами, которые только стали появляться в его время. Оценивая разные методы, он высказывал те же мысли и приходил к тем же выводам, которым сейчас посвящены многочисленные труды, курсы обучения в университетах и профессиональных школах.

Российские антропологи имеют возможность установить продуктивные отношения с новейшими технологическими компаниями, которые процветают в России. Эти индустрии в России в настоящее время слепо и формально копируют антропологические методы, не понимая и не учитывая теорию, на которой основаны сами исследования. Антропологам в России стоит обратить внимание на то, что их методы и практика копируются и присваиваются без теоретических основополагающих знаний, являющихся ключевыми в практической реализации методов (Hale 2018: 163–183). Полагаясь на богатый опыт прошлых лет, российские академические антропологи могут изменить эту тенденцию к лучшему и найти пути к успешному партнерству с бизнесом.

Опыт моего отца, его научное наследие, а также наследие его коллег как никогда актуальны и являются примером соединения науки и практического влияния на улучшение жизни народов, которые они изучали, на сохранение их традиций.

### Источники и материалы

*Докладные записки* – Докладные записки сотрудников ИЭА РАН 1950-е–1990-е годы. Институт этнологии и антропологии РАН, Москва. <http://iea-ras.ru/>

*Ежегодный выпуск отчетов* – Ежегодный выпуск отчетов Института этнологии и антропологии РАН, Москва <http://iea-ras.ru/>

*Полевые исследования* – Полевые исследования, Институт этнологии и антропологии. 1971–2014. <http://iea-ras.ru/index.php?go=Pages&in=view&id=7>

*Этнологическая экспертиза 1959–1962* – Этнологическая экспертиза: Народы Севера России. 1959–1962 годы / Под ред. З.П. Соколовой, Е.А. Пивневой. М.: ИЭА РАН, 2005.

*Этнологическая экспертиза 1956–1958* – Этнологическая экспертиза. Народы Севера России. 1956–1958 годы / Под ред. З.П. Соколовой, Е.А. Пивневой. М.: ИЭА РАН, 2006а.

*Этнологическая экспертиза 1963–1980* – Этнологическая экспертиза. Народы Севера России, 1963–1980 годы / Под ред. З.П. Соколовой, Е.А. Пивневой. М.: ИЭА РАН, 2006б.

### Научная литература

Батьянова Е.П., Бойчук Л.Л. Якутская переписка (к 80-летию И.С.Гурвича) // Этнографическое обозрение. 1999. № 6. С. 104–118.

Батьянова Е.П., Жорницкая М.Я. Илья Самуилович Гурвич (1919–1992) // Этнографическое обозрение. 1992. № 5. С. 167–171.

Василькова Т.Н., Евай А.В., Мартынова Е.П., Новикова Н.И. Коренные малочисленные народы и промышленное развитие Арктики (Этнологический мониторинг в Ямало-Ненецком автономном округе). Москва; Шадринск, 2011. 268 с.

Гурвич И.С. Культура северных якутов-оленьеводов. М.: Наука, 1977. 245 с.

Гурвич И.С. Таинственный чучуна (история одного этнографического поиска). М.: Мысль, 1975. 96 с.

Новикова Н.И., Функ Д.А. (отв. ред). Север и северяне. Современное положение коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока России. М.: ИЭА РАН, 2012. 288 с.

Романова Е.Н., Степанова Л.Б. Взгляд наблюдателя: опыт визуализации Севера (экспедиционные исследования ученого-этнографа И.С. Гурвича) // Исторический журнал: научные исследования. 2018. № 6. С. 66–76.

Amirebrahimi S. The Rise of the User and the Fall of People: Ethnographic Cooptation and a New Language of Globalization. EPIC Proceedings, 2016. P. 71–103.

Bezaitis M. Products and the Future of Ethnographic Work. Intel Corporation Practice, 2016. P. 151–161.

- Blomberg J., Karasti H. Reflections on 25 years of ethnography in CSCW. 2013. Vol. 22. Is. 4–6. P. 373–423.
- Cefkin M. Introduction: Business, Anthropology, and the Growth of Corporate Ethnography / Ethnography and the Corporate Encounter, 2010. NY. P. 1–40.
- Flynn D., Lovejoy T. Tracing the Arc of Ethnographic Impact: Success and (In)visibility of Our Work and Identities. EPIC, 2008. P. 238–250.
- Goldmacher A. «Do You Do UX Research?»: Articulating User Experience Research and Its Value to Clients, 2019. Para.14
- Hale T. «People are not Users» / Journal of Business Anthropology. 2018. No. 7 (2). P. 163–183.
- Hasbrouck J. Ethnographic Thinking: From Method to Mindset. London: Routledge, 2017. 140 p.
- Ladner S. Applied Mixed Methods Research. 2019. 100 p.
- Ladner S. Practical Ethnography: A Guide to Doing Ethnography in the Private Sector, 2016. P. 23–43. 211 p.
- Mulligan J. Unequal Coverage: The Experience of Health Care Reform in the United States. NYU Press, 2017. 336 p.
- Schensul S., Schensul J., Lecompte M. Initiating Ethnographic Research: A Mixed Methods Approach. 2016. 268 p.
- Sharon T. Validating Product Ideas: Through Lean User Research, 2015. 344 p.
- Smith I. Design Anthropologists: An emerging group of Design / Thinkers focused on innovation. June 20, 2019. 14 p.
- Tian R. Business Anthropology, September 2018. 378 p.
- UX Magazine Staff. Why This UX Role Will Grow Fastest In 2020, December 31, 2019.

## References

- Amirebrahimi, S. 2016. *The Rise of the User and the Fall of People: Ethnographic Cooptation and a New Language of Globalization*. EPIC Proceedings, 71–103.
- Batyanova, E.P., and L.L. Boichuk. 1999. Iakutskaja perepiska (k 80-letiiu I.S. Gurvicha) [Yakut correspondence (to the 80th anniversary of I. S. Gurvich)]. *Etnograficheskoe obozrenie* 6: 104–118.
- Batyanova, E.P., and M.Y. Zhornitskaia. 1992. Il'ia Samuilovich Gurvich (1919–1992). *Etnograficheskoe obozrenie* 5: 167–171.
- Bezaitis, M. 2016. *Products and the Future of Ethnographic Work*. Intel Corporation Practice, 151–161.
- Blomberg, J., and H. Karasti. 2013. *Reflections on 25 years of ethnography in CSCW*, 22 (4–6): 373–423.
- Cefkin, M. 2010. Introduction: Business, Anthropology, and the Growth of Corporate Ethnography. *Ethnography and the Corporate Encounter*. New York, 1–40.
- Flynn, D., and T. Lovejoy. 2008. *Tracing the Arc of Ethnographic Impact: Success and (In)visibility of Our Work and Identities*. EPIC, 238–250.
- Goldmacher, A. 2019. «Do You Do UX Research?»: *Articulating User Experience Research and Its Value to Clients*. Para.14.
- Gurvich, I.S. 1975. *Tainstvennyi chuchuna* [Mysterious Chuchuna]. Moscow: Mysl, 1975. 96 p.
- Gurvich, I.S. 1977. *Kul'tura severnykh iakutov-olenevodov* [Culture of the Northern Yakut reindeer herders]. Moscow: Nauka, 1977. 245 p.
- Hale, T. 2018. People are not Users. *Journal of Business Anthropology* 7 (2): 163–183.
- Hasbrouck, J. 2017. *Ethnographic Thinking: From Method to Mindset*. London: Routledge.
- Ladner, S. 2016. *Practical Ethnography: A Guide to Doing Ethnography in the Private Sector*, 23–43.
- Ladner, S. 2019. *Applied Mixed Methods Research*.
- Mulligan, J. 2017. *Unequal Coverage: The Experience of Health Care Reform in the United States*. NYU Press.

- Novikova, N.I., and D.F. Funk (ed.). 2012. *Sever i severiane. Sovremennoe polozhenie korennykh malochislennykh narodov Severa, Sibiri i Dal'nego Vostoka Rossii*. Moscow: IEA RAN. 288 p.
- Romanova, E.N., and L.B. Stepanova. 2018. Vzgliad nabliudatelia: opyt vizualizatsii Severa (ekspeditsionnye issledovaniia uchenogo-etnografa I.S. Gurvicha) [Observer's view: the experience of visualizing the North (expedition research by the ethnographer I.S. Gurvich)]. *Istoricheskii zhurnal: nauchnye issledovaniia* 6: 66–76.
- Schensul, S., J. Schensul, and M. Lecompte. 2016. *Initiating Ethnographic Research: A Mixed Methods Approach*.
- Sharon, T. 2015. *Validating Product Ideas: Through Lean User Research*.
- Smith, I. 2019. Design Anthropologists: An emerging group of Design. In *Thinkers focused on innovation*. June 20.
- Tian, R. 2018. *Business Anthropology*, September.
- Vasilkova, T.N., A.V. Evay, E.P. Martynova, and N.I. Novikova. 2011. *Korennye malochislennye narody i promyshlennoe razvitie Arktiki (Etnologicheskii monitoring v Iamalo-Nenetskom avtonomnom okruge)*. [Indigenous peoples and industrial development of the Arctic (Ethnological monitoring in the Yamal-Nenets Autonomous district)]. Moscow, Shadrinsk. 268 p.
- Why This UX Role Will Grow Fastest. 2020. *UX Magazine Staff*. December 31, 2019.

*Bell (Gurvich), Marya I.*

### **Ilya Samuilovich Gurvich: Scientist's Lessons (from ethnography to modern practical anthropology)**

*In this article, the daughter of I.S. Gurvich discusses his legacy as a scientist, his contagious enthusiasm for ethnography, and his impact on her. She describes how his behavior, stories, and reminiscences sparked her initial interest in different cultures and reflects on how his research and work influenced her decision to become an anthropologist and researcher herself. She sees many parallels in her current work as a UX Researcher and corporate anthropologist with that of her father.*

*This article also offers a short history of anthropology's entry into corporate practice, mirroring her own journey from academia, and discusses the relevance of the experiences of Soviet and Russian ethnographers for the contemporary global community of anthropologists involved in developing technology products and innovations.*

**Keywords:** *Ilya Samuilovich Gurvich, legacy, professional continuity, business anthropology, techno-anthropology, ethnography, user experience, UX research, Russian anthropologists, Soviet ethnographers, anthropology in Russia, ethics in anthropology*