Вопросы этнокультурного разнообразия и идентичности / Ethnocultural Diversity and Identity Issues

Научная статья Original article
DOI: 10.12731/3033-5981-2026-18-3-611 **EDN:** JVWUCI
УДК 1:316.60

Блогосфера как инструмент актуализации этнической идентичности в цифровой среде

С.А. Шигаева
Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация

Обоснование. В статье рассматривается феномен блогосферы как инструмент актуализации этнической идентичности в цифровой среде в виртуальных этносообществах. Исходя из особенностей интернет-пространства, автор выявляет механизмы формирования этнических образов и их роль в формировании идентичности в сетевом медиапространстве. В работе особое внимание уделено вопросу виртуальной этнокультурной идентичности в рамках блогосферы, которая актуализирует этнокультурные репрезентации. Статья исследует практики этноблогеров по конструированию виртуальной этнической идентичности.

Цель – выявление специфических механизмов и векторов трансформации этнокультурной идентичности в условиях цифровой среды и роли блогосферы как ключевой институциональной площадки для формирования и трансляции этнокультурной идентичности.

Методы. Методологическую основу исследования составляет комплексная философско-антропологическая рефлексия, которая осмысливает трансформацию репрезентаций этничности в условиях цифровой среды. Этническая идентичность в виртуальном пространстве рассмотрена такими методам социальной философии как: системный анализ, герменевтика, диалектика и феноменология. Данные методы позволяют интерпретировать репрезентации этнической идентичности в рамках сетевых сообществ. Феноменологический анализ блогосферы был использован как инструмент изучения этнической идентичности в виртуальной среде, для определения какие способы она использует для поддержания и популяризации этнокультуры.

Результаты. В ходе исследования был сделан вывод о том, что блогосфера используется как инструмент актуализации этнической идентичности в виртуаль-

ных этносообществах и способствует преемственности передачи этнокультурных знаний и популяризации культуры, адаптируя позиционирование этничности к интернет-пространству. Результаты работы имеют практическую значимость для демонстрации возможностей блогосферы для репрезентации этнической культуры и возрождения этничности через цифровые каналы коммуникаций и рассмотрения этого феномена как социально значимого элемента информационного общества.

Ключевые слова: этнос; этническая идентичность; интернет; виртуальная этническая идентичность; этноблогинг; этническая культура; этнокультурный образ; социальные медиа

Для цитирования. Шигаева, С. А. (2026). Блогосфера как инструмент актуализации этнической идентичности в цифровой среде. *Russian Social and Humanitarian Studies / Российские социогуманитарные исследования*, *18*(3), 41-65. https://doi.org/10.12731/3033-5981-2026-18-3-611

The blogosphere as a tool for contemporary ethnic identity construction in the digital environment

S.A. Shigaeva
Nizhny Novgorod State Linguistic University
named after N.A. Dobrolyubov, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Abstract

Background. The article examines the phenomenon of blogosphere as a tool for updating ethnic identity in the digital environment in virtual ethnic communities. Based on the peculiarities of the Internet space, the author identifies the mechanisms of formation of ethnic images and their role in the formation of identity in the online media space. The paper pays special attention to the issue of virtual ethno-cultural identity and how ethno-cultural representation practices are implemented within the blogosphere. The article explores the practices of ethnobloggers in constructing a virtual ethnic identity.

The **purpose** of the work is to identify the specific mechanisms and vectors of transformation of ethnocultural identity in the digital environment and the role of the blogosphere as a key institutional platform for the formation and transmission of elements of ethnocultural identity.

Materials and methods. The methodological basis of the research is a comprehensive philosophical and anthropological reflection, which analyses the transformation of representations of ethnicity in a digital environment. Ethnic identity in the virtual space is considered by such methods of social philosophy as: system analysis, hermeneutics, dialectics and phenomenology. These methods make it possible to interpret the representations of ethnic identity within online communities. The phenomenological

analysis of the blogosphere was used as a tool for studying ethnic identity in a virtual environment as to determine which ways it uses to maintain and popularize ethnic culture.

Results. The study concluded that the blogosphere is used as a tool for updating ethnic identity in virtual ethnic communities and contributes to the continuity of the transfer of ethnocultural knowledge and the popularization of culture, adapting the positioning of ethnicity to the Internet space. The results of the work are of practical importance for demonstrating the possibilities of the blogosphere for the representation of ethnic culture and the revival of ethnicity through digital communication channels.

Keywords: ethnicity; ethnic identity; internet; virtual ethnic identity; ethnoblogging; ethnic culture; ethnocultural image; social media

For citation. Shigaeva, S. A. (2026). The blogosphere as a tool for contemporary ethnic identity construction in the digital environment. *Russian Social and Humanitarian Studies*, *18*(3), 41-65. https://doi.org/10.12731/3033-5981-2026-18-3-611

Введение

Развитие цифровых технологий существенным образом повлияло на повседневные практики жизнедеятельности, потребности, ценности и привычки. Современные люди живут в условиях, когда локальные практики связаны с глобальными социальными отношениями, в которых организуются основные аспекты повседневной жизни, которая адаптируется к новым условиям, с одной стороны, связанных с поддержанием социальных связей, установленных в условиях соприсутствия, а с другой стороны, с развитием веры в символические и экспертные системы. Обыденные практики, интегрированные в абстрактные символические и экспертные системы, представляются главными для онтологической безопасности в современных условиях [8].

Поиск доверия и точки опоры становится поиском идентичности, который выступает как часть рефлексии современности. Поиск идентичности происходит в рамках абстрактной системы Интернета, среди ее стратегий и вариантов выбора. Идентичность строится на доверии, через развитие персонализированных контекстов, путем раскрытия себя перед другими.

Феномен современности описывается четырьмя диалектическими характеристиками у Э. Гидденса: отсутствие привязанности к

определенному месту, пересечение близости и безличности (личное доверие и безличные связи), экспертность и компетентность абстрактных систем, приватность и вовлеченность. Включенность людей в глобальные культурные и информационные потоки создает феномен появления глобализованных сообществ коллективного опыта, в которых пересекаются многие формы деятельности в этой публичной сфере. Цифровые средства коммуникации создают феномены пространственно-временной организации современности, которые модифицируют социальные отношения и формируют новые повседневные практики и навыки самовыражения и самопознания. И одним из таких феноменов выступает блогосфера.

Цель исследования – выявить специфические механизмы и векторы трансформации этнокультурной идентичности в условиях цифровой среды и определить роль блогосферы как ключевой институциональной площадки для формирования и трансляции этнокультурной идентичности. Задачи исследования: провести анализ этнической идентичности; рассмотреть и проанализировать виртуальную идентичность; выявить специфику современного виртуального пространства; проанализировать феномен блогосферы и формы репрезентации этнической идентичности в ее рамках.

Новизной исследования является выделение сферы этноориентированного блогинга как способа демонстрации этнической идентичности в виртуальной сетевой среде. В рамках институциональных площадок блогосферы создаются новые варианты социокультурных практик этносообществ, формируются этнические образы с применением цифровых средств. В рамках онлайн-пространства происходит опосредованное общение, в социальных сетях приобщаются важным составляющим этничности: к значимому этнокультурному и историческому контенту, традициям, обычаям, ритуалам, фольклору, языку. Здесь идет процесс социального конструирования этнических общностей, выстраиваются социальные отношения, происходит ситуативное взаимодействие (уровне диаспоры или группы), создаются виртуальные этнокультурные миры (коренных народов, малые этносы) с символической этнической

окраской, демонстрируется этническая принадлежность и транслируются этнические образы (стереотипы, мифы, образы, ментальные практики этничности). Это формирует новый тип этнической самопрезентации инструментами и практиками этноориентированного блогинга в условиях цифрового пространства с использованием его методов и способов.

Гипотеза исследования состоит в следующем: этнокультурная идентичность в сетевом пространстве формируется сферой этноблогинга, которая обеспечивает преемственность трансляции этнокультурного наследия, адаптируя его под мировоззрение современных поколений, популяризируя традиции этносов с использованием стратегий цифровых коммуникаций на сетевых платформах.

Материалы и методы

В исследовании феномена блогосферы применительно к этнической идентичности важная роль отведена философско-антропологической рефлексии, которая позволяет обобщить и интерпретировать трансформации идентичности в современных условиях. Такой метод позволят не просто фиксировать и описывать изменения в репрезентации этнической культуры, но вписать их в широкий социально-философский контекст и интерпретировать социо-культурные практики в цифровом пространстве. Феноменологический метод был использован для анализа цифрового информационно-познавательного поля этнокультурной идентичности.

Результаты и обсуждения

Этническая культура тесно связана с повседневной жизнью людей, и такая связь порождает проблему прерывания преемственности в процессе трансляции и передачи потомкам этнокультурного наследия. Эта проблема обусловлена миграционными процессами, трансформацией сферы этнической культуры под воздействием глобальных сетей. Вытеснение устойчивых связей между людьми кратковременными с использованием дистанционного общения, виртуализация коммуникационного пространства, усиление

тенденций унификации и распространение массовой культуры в постиндустриальном этапе развития общества ограничивают воспроизводство уникальности культуры этноса и сохранение этнокультурной идентичности в привычных рамках и традиционными способами. Это обосновывают в том числе с процессами глобализации, которые стали «одной из главных причин кризиса национально-культурной идентичности» [21, с. 95]. Процессы, связанные с сохранением, трансляцией и воспроизводством этнокультурного многообразия используют виртуальное пространство. Традиционные механизмы социальной преемственности, этнокультурной идентичности воспроизводятся с использованием новых форм, средств продвижения и популяризации этнокультурного наследия. Этническая культура позиционируется в цифровом пространстве, использует его ресурсы для передачи, усвоения и сохранения ценностей и норм этнических групп. Тема цифровизации нематериального и материального этнокультурного наследия неоднократно поднималась в социально-гуманитарных науках, поскольку цифровые технологии существенно влияют на культуру, и сама она адаптируется к новым условиям цифровых трансформаций [17].

Процесс цифровизации связан с фиксацией, преобразованием и обработкой в цифровом формате изображений, звуков, графических материалов, текстов и предполагает их распространение через веб-ресурсы. Пользователи в сети имеют доступ к огромному объему информационных материалов, в т.ч. уникальных, редких, и цифровые каналы распространения информации становятся инструментом социальной коммуникации [14].

В этом контексте создаются цифровые копии этнокультурных материалов и документов, они сохраняются для пользователей в режиме постоянного доступа, транслируются на широкие аудитории, обучают этнокультурным навыкам (в том числе в сфере языкового образования), стимулируют интерес к этнической культуре и интерактивно вовлекают в аудиторию во взаимодействие. Значительная роль в коммуникациях между представителями этносов и сообществ в цифровой среде принадлежит коммуникационным сетевым

платформам, которые используются как инструменты для общения и обмена данными. Социальные сети помогают людям «сохранять коммуникации с родиной, в результате чего появляется возможность пребывать и в этнодискурсе родины, и дискурсе принимающего сообщества, к которому они вынуждены приспосабливаться» [18, с. 61].

Коммуникации в сетевом пространстве Интернет расширили инструменты публичной самопрезентации этнокультурных групп. Традиционная этническая культура стала не только объектом сохранения, но и ресурсом символического позиционирования в цифровом пространстве. Поскольку социокультурные сообщества имеют преимущественно коммуникативную природу, то именно на коммуникацию, обмен информацией и сообщениями оказывают влияние информационные технологии [12; 13].

В рамках нашего исследования мы рассмотрим особенности трансляции этнокультурных образов в блогосфере, посредством сообществ и групп в виртуальном сетевом пространстве.

Этнокультурное взаимодействие и жизнедеятельность сегодня происходит в информационной сфере, которая предлагает практически безграничные возможности для удовлетворения этноориентированных потребностей. Глобальная сеть Интернет имеет ресурсы для доступа к информации этнокультурной специфики (веб-сайты, блоги, подкасты, виртуальные сообщества, музыкальные архивы, искусство и многое другое), которая доступна для пользователей и объединяет группы по этническим признакам и интересам.

Удовлетворение этнических потребностей происходит в повседневной жизни, которая претерпела изменения в постиндустриальную эпоху, вызванную ростом глобализационных процессов, усилением миграционных потоков, широким распространением доступа к ресурсам Интернета и развитием сетевых платформ и технологий. Мануэль Кастельс рассматривает информационное общество как сетевое, которое, является социальной структурой, опирающейся на сети, управляемые информационными и коммуникационными технологиями, в основе которых находятся микроэлектроника и цифровые компьютерные сети. Они порождают, обрабатывают и

распространяют информацию на основе знаний, аккумулированных на узлах этих сетей [16].

Социальное взаимодействие заменяется сетевыми формами связи, появлением сообществ, которые не основаны на территориальном принципе, созданием репрезентативных образов сетевых структур. Почти все сферы общественной жизни сегодня подстраиваются под медиа формат. С появлением Интернета и цифровых технологий подверглись изменениям: социальный ландшафт, институциональные способы регуляции, групповые социальные практики, межличностные отношения. Возникли новые социальные механизмы влияния, формы коммуникации и коммуникационные посредники с использованием медиатехнологий. Массмедиа привели к формированию особой медиакультуры, обновлению социальных практик с использованием медийных технологий и способов их реализации. Медиатизация наполнила общество новыми формами социо-культурной жизни. Цифровые и медийные технологии делают общество зависимым от медиа потребления, создают единое медийное пространство, которое обеспечивает получение информации, влияет на общественные отношения, социальные практики и институты, конструирует особую медиа социальную реальность [23]. Коммуникации и социальны практики используют определенные медиаресурсы, что свидетельствует о появлении сетевой (виртуальной) социальной медиасреды. Традиционное этнокультурное взаимодействие так же воспроизводится в цифровой медиасреде с использованием сетевых возможностей.

Теоретическое философское знание осмысливает такой феномен как виртуальная этническая идентичность, которая рассматривается как составная часть социальной идентичности в рамках концепций информационного общества. С точки зрения конструктивисткой парадигмы этот феномен рассматривается: как осознание принадлежности к определенной (не всегда фиксируемой в реальном социуме) общности, осуществляющей деятельность (в основном потребление и передачу знаний и информации) в информационно-коммуникативном виртуальном пространстве Интернета; совокупность

текстово-визуальных компонентов сетевого облика человека, отражающих реальные аспекты личности и переживание значимости этих аспектов, на основе которой он строит свое взаимодействие в сети; как вариант пространственной идентичности, поскольку виртуальные информационно-коммуникационные потоки представляют собой среду и являются ориентиром самоидентификации [20]. Виртуальная этническая идентичность обозначает принадлежность к этноориентированной общности в виртуальной среде, где потребляется и транслируется этнокультурная информация посредством текстово-визуальных компонентов, создавая этнокультурный сетевой облик. Они отражают значимость принадлежности к этносообществу и становятся важными аспектами сетевого взаимодействия.

Развитие и распространение современных информационно-коммуникационных технологий, Интернет-соединения по мобильной сети и доступность смартфонов позволяют предположить, что база пользователей сетевого пространства будет расширяться и, соответственно виртуальная этническая идентичность будет актуализироваться все больше. Технологии расширили потенциал того, как пользователь демонстрирует свою идентичность в рамках платформ социальных сетей, где можно выражать свою индивидуальность, представлять собственное мнение, строить коммуникацию, обмениваться информационными данными с людьми из повседневной жизни, присоединяться к сообществам по интересам и активно общаться с единомышленниками.

Этническая идентичность в киберпространстве может отражать реальный идеальный образ «Я» или трансформироваться под желаемые аспекты, быть инструментом получения пользователем нового опыта или результатом любопытства. Лиза Накамура называет смену этнической идентичности в виртуальном пространстве «этническим туризмом» в ситуации экспериментов [29]. Однако именно этническая идентичность в ее виртуальном формате наименее подвержена фальсификации, чем категории социально-демографического и личностного плана (имя, пол, возраст, семейное положение, внешность или хобби) [27].

Сторонники конструктивистского подхода при изучении этничности уделяют особое внимание ее маркерам и акторам. Маркеров этнических общностей достаточно (территория, язык, фольклор и т.д.), но согласно теории этнокультурных границ Ф. Барта главными являются те, которые сама этногруппа считает наиважнейшими. В рамках этой теории этничность понимается как форма социальной организации культурных различий [1, с. 15-16]. Акторами этничности выступают лидеры в сфере общественного мнения, политики, науки. Они актуализируют этничность через акцентирование внимания на элементах культурной дивергенции, архетипах, связанных с героическим, драматическим и жертвенным прошлым своего народа, формируют стереотипы и их эмоциональное содержание и т.д.

Распространение сетевых информационных технологий, появление виртуальной этничности, новых институтов и акторов меняют содержание самой этничности. Часть маркетов теряют свою актуальность, социальные процессы теряют привязку к физическому пространству. Американский антрополог Арджун Аппадураи говорит о формировании «культурного потока», состоящего из пяти символико-культурных пространств, важнейшим из которых он называет этнопространство (ethnoscapes). Этнопространство формируется людьми, из него составляются миры, не привязанные к определенной территории. Эти миры увеличивают количество деттерриториализованных групп, «диаспорического разнообразия». Такая повсеместная ситуация ведет к созданию новой транслокальной солидарности, воспроизводящей «локальное» [26].

Этноскейп очень быстро транслирует образы, нарративы, видео, музыку, мемы, сериалы, новости, рекламу. Если посмотреть на этнокультурную идентичность в виртуальном пространстве, то мы заметим, что этот поток оказывает влияние на индивида и этничность. Этнокультурная самобытность активно вовлекается в демонстрацию в медиапространстве. Идет конструирование этнической идентичности в потоках контента на социальных платформах. В подтверждение факта усиления этнической идентичности в современном мире высказывается и Томас Хилланд Эриксен, связывая,

однако, это с тем, что она становится значимым дифференцирующим маркером, из-за потребности почувствовать себя безопасным в условиях деструктивного ускорения социальных процессов [28]. Об этом чувстве безопасности говорил и Зигмунд Бауман. Оно необходимо человеку в рамках непредсказуемости и быстроты изменений, где теряется ощущение «Мы» в условиях «текучей современности» [2].

Социальные сети работают на принципе постоянного вовлечения в коммуникацию аудитории, что эффективно достигается созданием такой коммуникативной среды, где адресатом и отправителем может выступать каждый индивидуальный пользователь. Мы становимся свидетелями распространения этнических сетевых сообществ, которые управляются и администрируются специальными пользователями.

Сам процесс обозначения группами и сообществами виртуальных границ в сети начался в 1990-х годах с появления в Интернете сообщества еврейской общины. Далее с появлением и развитием социальных сетей в 2000-х годах популярность виртуальных этнических сообществ растет. Наиболее востребованными становятся страницы, которые ведутся «киберактивистами» [4].

Это обозначение применяется по отношению к блогерам. В их задачи входит формирование информационного контента паблика, модерация в дискуссиях, определение правил поведения в сообществе и его функциональных особенностей. Участники виртуального сообщества, рядовые пользователи так же создают контент, обсуждают его, проявляют одобрение по отношению к контенту, активируют дальнейшее распространение информации. Социальные сети в своей работе используют принцип постоянного вовлечения в коммуникацию аудитории. Социальные медиа меняют характер современной коммуникации, тем самым оказывая свое влияние на те или иные социальные процессы. Социальные сети производят, эстетизируют и транслируют культурные коды. Коммуникация в социальных сетях, где основанием служит взаимодействие виртуальных профилей пользователей, дает возможность любому поль-

зователю стать полноценным медиа и генерировать тот контент, который будет востребован той или иной аудиторией [22]. Аудитория соцсетей вовлечена в процесс производства и тиражирования информации этнокультурного плана.

Быстрое распространение доступных цифровых технологических устройств сделало смартфон популярным девайсом для использования в современной социальной действительности, превратив его в символ инфокоммуникаций. С его помощью можно учиться, развлекаться, общаться и реализовать любые потребности (религиозные, этнические, ментальные, духовные, интеллектуальные, творческие и т.д.). Эта специфическая универсальность проявилась в создании виртуальных online-сообществ: online-класс, online-церковь, цифровой музей и онлайн-тур благодаря встроенным техническим функциям. Реальная действительность переносится в виртуальное пространство сетей и платформ.

«Этничность отражает подвижность, сложность, социальную мобильность, социальную организацию культурных и иных различий, отличительных характеристик этнической общности, группы, которые могут менять свою этническую принадлежность, иметь одновременную принадлежность к нескольким этническим общностям…. Рассмотренные характеристики этничности можно проследить и в рамках виртуальной этничности, так как с одной стороны происходит перенос всех важных черт, характеристик этничности в онлайн пространство, а с другой стороны под влиянием цифровизации, социальных сетей, происходит создание новых социокультурных практик, создается образ этничности и связанные с этносом стереотипы цифровыми средствами. Через опосредованное общение в онлайн-пространстве, в социальных сетях, знакомство с контентом сообщества и приобщение к истории, культуре, традициям и другим важным составляющим этничности происходит: процесс социального конструирования общностей; социальных отношений; ситуативных взаимодействий, зависимости на уровне диаспоры, культурных миров, коренных народов, малых этносов, этнической дискриминации, этнических конфликтов, межэтнических отноше-

ний, символическую этничность (через символы и ритуалы, а не через активное участие в культурных практиках и общественных организациях этнической группы), демонстративную этничность, стигматизированную идентичность, психосемантические образы (стереотипы, мифы, образы, ментальные практики, которые связаны с этничностью) в картине мира» [19].

Виртуальная этничность в интернете поддерживает этнические связи посредством новых телекоммуникационных технологий, что связано с динамикой перемещений и миграций представителей этнических групп под влиянием различных событий. Это стимулирует создание онлайн-сообщества в социальных сетях для сохранения этнической идентичности через развитие этих групп.

На площадках для виртуальной коммуникации используются традиционные этнические символы. Они обозначают культурную специфику, служат источником этнокультурной идентификации (язык, фольклор, юмор, орнаменты, графика, фото, цвет, шрифт, визуальное наполнение и т.д.). Сначала появились специализированные этнические веб-сайты и форумы для сохранения этнокультурной идентичности, затем ресурсы соцсетей стали использоваться для повседневной жизнедеятельности и коммуникации в цифровом пространстве. Виртуальные этносообщества являются продолжением реальных этнических групп. В виртуальном пространство обсуждаются и сохраняются нормы, ценности, традиции, обычаи, ритуалы своего народа, демонстрируются продукты художественного творчества и других компонентов культуры своей этнической группы [25].

Конструирование виртуальной идентичности имеет следующие особенности: наличие выбора, постоянное обновление образа в информационном потоке; особенная форма репрезентации идентичности («иллюстрирование», внешнее оформление принадлежности к этносу, упор на внешние элементы культуры); идентичность является способом показать свою уникальность [6]. Демонстрация этничности в виртуальном пространстве подчеркивает уникальность, самобытность, дает возможность выделиться в информаци-

онном потоке и в дальнейшем способствует организации этнических праздников и событий уже в реальной сфере.

Пользователи-любители и профессиональные создатели контента (контент-мейкеры, блогеры) используют современные информационно- коммуникационные технологии для репрезентации индивидуальных или групповых представлений о прошлом и настоящем, используют при их создании личный опыт, персональную информацию, а также элементы популярной медийной культуры. Сфера блогов представляет в медиа пространстве информацию, которая связана с преемственностью и передачей культурного наследия. События, факты, предания, легенды, мифы, система традиций и обычаев, история этноса, его языковое своеобразие, эмоциональный контекст находят интерпретацию и используются блогерами для формирования этнокультурной идентичности в сетевом пространстве. Этнический ренессанс в эпоху постмодерна происходит при помощи адаптации этнокультурной сферы к мировоззрению современных поколений и их новым стратегиям коммуникации в цифровом мире.

Активность виртуальных этносообществ может рассматриваться как компенсация дефицита реальной территориальной близости и коммуникации. Интернет замещает отсутствие единства территории как одного из оснований этничности. «Вместе с тем кибермир становится хранилищем этнокультурного наследия и форумом межэтнического диалога для всех народов. Стимул представления и достойного позиционирования собственной культуры (языка, традиций, истории) в веб-среде вызывает своего рода этноренессанс (с элементами этноконкуренции) и способствует глобальному распространению моды на «этно»» [9].

В самом широком смысле, блогеры в рамках виртуальных этносообществ ведут коммуникацию, позиционируют этнокультуру в цифровом мире, создают и тиражируют этнокультурный контент, т.е. реализуют этнопроекты. «Успешных в киберпространстве людей можно обозначить понятием этноактивисты, т.к. они имеют значимость в социальной реальности, могут выступать как лидеры

этничности, благодаря действиям в веб-сети» [9, с. 107]. Этноблогеры, этноактивисты, инфлюэнсеры этой сферы объединены одной общей темой этничности и характерным видом активности, которая связана с ведением собственного канала с этноориентированной тематикой в социальных сетях, а также с непосредственным участием в жизни виртуального этносообщества, с целью его продвижения или выражения экспертного мнения. По мнению В.А. Головнева этноблогеры представляют информационный этнический дискурс, они «живут в сторис», размещают новые видео, проводят прямые эфиры (стримы), ведут виртуальное общение в форме открытой переписки, организуют и участвуют в публичном виртуальном общении при помощи коллективных стримов [10; 11].

Поскольку производство, обработка и распространение информации становятся центральными видами деятельности в информационном обществе, а информационные работники – ключевым элементом социальной структуры то блогеры – это специфическая категория информационных работников. Они те, кто производят контент для массовой аудитории, а значит они представляются ключевыми элементами социальной структуры. Такая траектория позволяет говорить о блогинге как о социально значимом элементе информационного общества, который использует ресурс теоретического знания, актуализируя его экспертность. Такая экспертность делает блогера «работником знания» (knowledge worker), который производит и распространяет информацию [3]. Используя свой интеллектуальный капитал, креативные методы и технологии, нестандартное мышление блогеры производят контент для социальных платформ. И здесь можно провести параллель с понятием «просьюмер» (prosumer) у Э. Тоффлера, описывающее человека, который одновременно и производит, и потребляет. Блогера можно рассмотреть в этой категории, т.к. он не только потребляет информацию, но и сам ее производит, размывая границы между производством и потреблением [24].

Социокультурный феномен блогинга в рамках современной этнической культуры получил распространение в повседневной жиз-

недеятельности этнических сообществ в виртуальном мире, где «постепенно выделяется сетевой лидер, транслирующий традиционную культуру и ценности народа. Его страница (или канал) фактически превращается в тематическую коммуникативную площадку, участниками которой становятся сотни тысяч людей со всего мира» [10]. Такая площадка от первого лица рассказывает и показывает компоненты этнической культуры, наглядно демонстрируя этническую идентичность. Этноблогеры и пользователи создают цифровые этнические нарративы на сетевых платформах, которые выполняют ряд социальных функций. В-первых, они способствуют сохранению элементов культуры и языка. Во-вторых, они формируют современную этническую идентичность. И в-третьих, противостоят стереотипным репрезентациям этнокультурного сообщества и его членов [9].

Контент-стратегии этноориентированных блогов строятся вокруг тем, которые касаются духовного культурного наследия и этнокультурных нарративов: традиционные этнические ремесла и искусство; культура традиционного быта; фольклор, религия, праздники и обряды; история, памятники и архитектура. Каждый тематический блок отражает ту или иную специфику этнической культуры в рамках цифровой платформы с использованием разных форматов: текст, фото, видео.

Систематическая деятельность по трансляции аутентичных знаний о культуре этносов на большие аудитории пользователей (читателей, зрителей, подписчиков, слушателей) через платформы соцсетей образует цифровое информационно-познавательное поле этнокультурной идентичности. В его рамках происходит трансляция ценностей и смыслов материальной и духовной культуры этнических сообществ. Идет процесс формирования комплексных обзоров духовных практик, социальной организации и исторических процессов. Этноблог подчеркивает и укрепляет этнокультурную самобытность. А также он способствует искоренению искаженных представлений о культуре, стереотипах, предлагая достоверную информацию, которая основана на личном опыте и этнических знаниях самого блогера.

Сфера этноблогинга способствует преемственности передачи этнокультурных знаний и популяризации традиционных повседневных практик у цифрового поколения, поскольку информирует понятными и привычными формами и методами коммуникации и взаимодействия, в том числе с применением интерактивных форматов вовлечения молодежной аудитории в процесс этнокультурной идентификации. Такой вид активного взаимодействия с подписчиками способствует расширению этнокультурных знаний у пользователей этносообществ. Этнический инфлюенсер имеет возможность показать адаптацию традиций этнической культуры в современных условиях, создавая материалы о трансформации этнопрактик. Инновации цифровых технологий применяются при распространении этнокультурного контента, что формирует новые формы выражения этнокультурной идентичности в цифровую эпоху.

Этнокультурные практики в рамках виртуальных этнических сообществ ориентированы на поддержание традиций с применением письменных, звуковых и видео сообщений на цифровых платформах, что свидетельствует о важности блогинга в создании и распространении этнокультурного контента в цифровом пространстве.

Техника и технологии предстают как феномены, которые «вписаны в многочисленные ценности, установки и стереотипы» [5, с. 13]. Этот факт подтверждает изменения, сопряженные с трансформацией способов актуализации и поддержания этнической идентичности в условиях цифровой медиасоциальной реальности. Интернет превращается в площадку, где реализуются обновленные социальные тренды, в частности, где актуализируется этнокультурная коммуникация и происходит взаимодействие.

Репрезентация этнической идентичности в интернете связана с демонстрацией устойчивых практик в сети: использование родного этнического языка (в том числе минимально или в смешанных формах), подтверждение участия в этнических праздниках и мероприятиях через размещение фото или видео материалов, публикация материалов о «малой родине» и значимых людях, тематических

материалов этнических СМИ и сетевое творчество (мемы, комиксы, видеопоздравления и т. п.) [6].

Авторами признается, что этноориентированный блогинг можно рассматривать как новый тип этнической самопрезентации, который возник благодаря цифровизации и активному развитию киберпространства. Этноблогеры становятся проводниками в мир традиционных культур. Это порождает виртуальный тип самопозиционирования сообществ и традиций от первого лица, которое и описывается как этноблогинг. Виртуальные сообщества не имеют традиционной физической привязки к определенной территории, месту и времени, но они обладают электронной памятью и даже цифровым бессмертием. Сетевая самопрезентация этноблогера связана с самоидентификацией и идентичностью, поскольку в кибермире он показывает себя как персону, демонстрируя этнические характеристики, которые позиционируют его как часть народа [10; 11].

Исследователи отмечают, что для многих выражение своей этнической идентичности в сетевом пространстве становится способом отразить «себя». Особенно хорошо это заметно в среде активистов этнических движений (этноблогеры), которые поддерживают отображение своей этнической принадлежности всеми способами в аккаунтах в социальных сетях: внешние отдельные элементы этнической культуры; использование своего родного языка в интернет-пространстве; участие в тематических пабликах, группах и интернет-сообществах; участие в этнических праздниках и публичная демонстрация этого участия через фото-видео публикации, в том числе мобильной фотографии в этническом контексте (фото малой родины, со значимыми культурными объектами и людьми, фото отчего дома, фото с представителями старшего поколения); активная публикация и распространение материалов тематических этнических СМИ; выкладывание книг о культуре своего народа; сетевое творчество (создание мемов или комиксов на родных языках и этнические темы); демонстрацию своего участия в различных культурных сетевых и реальных акциях. Главной ценностью считается

сохранение национальной идентичности за счет использования языка, как главной отличительной черты таких блогов [6; 7].

Многие блоги, посвященные этнической культуре, имеют билингвальную специфику, они ведутся на двух языках. В рамках сетевых платформ при коммуникационном взаимодействии используются этнические термины, фразы, выражения, пословицы, которые блогер переводит и поясняет, что стимулирует языковое познание этнокультурных ценностей, формирует позитивное отношение к языку, позволяет сохранять его уникальность.

Заключение

Этноблогинг выполняет ряд функций в социальном пространстве: информационную (распространение информации и знаний), образовательную (обучение, развитие навыков и умений), развлекательную (отдых, досуг), социализирующую (формирование ценностей и норм), мотивационно-побуждающая (побуждение к определенным действиям), интеграционную (создание и развитие сообществ), навигационную (ориентация в потоках информации) и терапевтическую (поддержание позитивного психо-эмоционального состояния). Такие функциональные особенности этнического блога формируются рамками познания, коммуникации, образования, рекреации и даже возможностью получения коммерческой выгоды (монетизация, коллаборации). Это связано с ценностными уровнями этнической культуры: прагматический уровень (монетизация, навыки, нетворкинг), социальный (признание, влияние, принадлежность) и экзистенциальный (самореализация, самовыражение, поиск смысла). Этноблогинг позволяет в рамках цифровых платформ социальных сетей создавать этнокультурную картину мира, посредством размещения контента, формирования и распространения этнокультурных трендов.

Описанные варианты и фрагменты трансформации этнической идентичности в рамках современной социокультурной ситуации актуальны и требуют дальнейшей фиксации и анализа. Меняются формы репрезентации этнической идентичности в современной

культуре, блогосфера активно адаптирует и ищет новые варианты позиционирования в интернет-пространстве. Сохранение этнокультурной идентичности форматами блогинга позволяет усилить заметность и продвинуть этнокультурные традиции и практики в глобальном медиапространстве; стимулировать интерес к этнокультурной тематике, к изучению и сохранению этнического культурного наследия; активизировать этнокультурные практики в этноориентированной медиасреде; продвигать этнические мероприятия и события в онлайн и офлайн-форматах, и стимулировать участие в них. Мы считаем, что в условиях цифрового пространства имеются достаточно широкие возможности для актуализации этнокультурного наследия и поддержания этнической идентичности сферой этноблогинга.

Проведенное исследование показывает, что сфера блогинга с этнической тематикой в медиапространстве способствует сохранению этнической идентичности и продвигает этнокультурное наследие с использованием разнообразных форм и видов контента в онлайн коммуникационном пространстве. Это позволяет говорить о практической значимости этнического ренессанса в цифровом пространстве с использованием этноблогов и требует дальнейшего философского осмысления и диалектического анализа процессов трансформации этнокультурной идентичности в рамках интернет среды.

Список литературы

1. Барт, Ф. (2006). Введение. В *Этнические группы и социальные границы. Социальная организация культурных различий* (с. 9–49). М.: Новое издательство.
2. Бауман, З. (2018). *Текучая современность* (Е. Руминов, пер. с англ.). М.: Весь Мир.
3. Белл, Д. (2004). *Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования*. М.: Academia. EDN: https://elibrary.ru/QOCVVP.
4. Белоруссова, С. Ю. (2022). Коренные малочисленные народы России: виртуальная этничность и сетевые опыты. *Этнография* (4), 84–111. https://doi.org/10.31250/2618-8600-2022-4(18)-84-111. EDN: https://elibrary.ru/ZQSEZK.
5. Бычкова, О. В. (2020). Исследования науки и технологий (STS): чему научили нас за 50 лет? *Социология науки и технологий*, *11*(3), 7–21. https://doi.org/10.24411/2079-0910-2020-13001. EDN: https://elibrary.ru/LWESAA.

6. Волокитина, Н. А. (2019). Этническая культура и репрезентация этнической идентичности в интернет-пространстве. *Человек. Культура. Образование* (3), 39–45. https://doi.org/10.34130/2223-1277-2019-3-39-45. EDN: https://elibrary.ru/IBFGJC.
7. Гарифуллин, В. З., Закиров, Л. Р. (2018). Роль блогосферы в развитии национального интернет-пространства. *Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки»*, *160*, кн. 4, 872–883. EDN: https://elibrary.ru/AFOSGC.
8. Гидденс, Э. (2011). *Последствия современности* (Г. К. Ольховиков, Д. А. Кибальчич, пер. с англ.). М.: Праксис.
9. Головнёв, А. В., Белоруссова, С. Ю., Киссер, Т. С. (2021). *Виртуальная этничность и киберэтнография*. СПб.: МАЭ РАН. EDN: https://elibrary.ru/NVRTMZ.
10. Головнев, В. А. (2021). Медиатрансформации в этнографии и рождение этноблогинга (на примере хантов реки Тромъёган). *Этнография* (14), 186–210. https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4(14)-186-210. EDN: https://elibrary.ru/WSGPIT.
11. Головнев, В. А. (2024). Эвенкийский этноблогинг: виртуальная самопрезентация и теория социальной драматургии. *Вестник антропологии* (2), 129–146. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2024-2/129-146. EDN: https://elibrary.ru/BTKQNV.
12. Горячева, О. Н., Яковлева, М. Г. (2022). Гуманистические риски цифрового развития общества: анализ работ зарубежных авторов. *Современные исследования социальных проблем*, *14*(2), 78–93. https://doi.org/10.12731/2077-1770-2022-14-2-78-93. EDN: https://elibrary.ru/UZBTOV.
13. Демичев, И. В. (2021). Виртуальность и сеть: о социокультурных сообществах информационной эпохи (ответ на монографию М. Г. Бреслера «Онтология сетевого бытия»). *Современные исследования социальных проблем*, *13*(2), 14–37. https://doi.org/10.12731/2077-1770-2021-13-2-14-37. EDN: https://elibrary.ru/SQBQTV.
14. Журавлева, М., Паньков, В. Культура в «цифре». Почему растет интерес к культурному наследию и академическому искусству. РБК Плюс. https://plus.rbc.ru/specials/kultura-v-cifre (дата обращения: 26.08.2026).
15. Кастельс, М. (2023). *Власть коммуникации* (4-е изд.) (Н. М. Тылевич, пер. с англ.). М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
16. Кастельс, М. (2017). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Т. 2. Власть идентичности* (А. Козлов, пер. с англ.). М.: Высшая школа экономики.
17. Киреева, О. А. (2025). Распространение народной культуры в эпоху цифровых технологий: проблемы и перспективы. *Известия СОИГСИ* (57), 98–111. https://doi.org/10.46698/VNC.2025.96.57.008. EDN: https://elibrary.ru/PFSDJI.

18. Листвина, Е. В. (2021). Этнические сообщества Саратовской области в информационном пространстве. В *Этнокультурные процессы в эпоху цифровизации* (с. 60–74). Саратов: СНИГУ им. Н. Г. Чернышевского. EDN: https://elibrary.ru/JDFZYP.
19. Мартьянова, Е. Г., Чеснова, Е. Н. (2025). Киберкультура и виртуальная этничность как феномены цифрового общества: проблемы и перспективы. *Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого* (4). https://doi.org/10.22405/2304-4772-2025-4-128-146. EDN: https://elibrary.ru/BALAZX.
20. Махмутов, З. А. (2025). Татарские виртуальные сообщества: репрезентация идентичности, функции и риски конфликтогенности. *Вестник антропологии* (2), 207–222. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2025-2/207-222. EDN: https://elibrary.ru/XXDYEO.
21. Мухаев, Р. Т. (2021). Глобализация и кризис национальной идентичности: в поисках новых форм репрезентации. *Знание. Понимание. Умение* (1), 199–215. https://doi.org/10.17805/zpu.2021.1.15. EDN: https://elibrary.ru/OIGNAG.
22. Пичугина, О. А. (2013). Трансформация массовой коммуникативной реальности в эпоху социальных медиа. *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение* (1), 268–276. EDN: https://elibrary.ru/PZTZEL.
23. Примаков, В. Л. (2019). Медиатизация как теоретический концепт. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки* (3), 221–238. EDN: https://elibrary.ru/CFLGQV.
24. Тоффлер, Э. (2020). *Третья волна* (с. 123–130). М.: АСТ.
25. Холопов, Д. А. (2021). Этническая идентичность в пространстве интернета. В *Материалы IX Международной научной конференции «Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве»* (Т. 1, с. 229–236). EDN: https://elibrary.ru/VBGQEM.
26. Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
27. Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C. (2010). Facebook profiles reflect actual personality not self-idealization. *Psychological Science*, *21*, 372–374. https://doi.org/10.1177/0956797609360756.
28. Eriksen, T. H. (2010). *Ethnicity and nationalism: Anthropological perspectives* (3rd ed.). London: Pluto Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt183h0h1.
29. Nakamura, L. (2013). *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. New York: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203699188.

References

1. Barth, F. (2006). Introduction. In *Ethnic groups and social boundaries. The social organization of cultural difference* (pp. 9–49). Moscow: New Publishing House.

2. Bauman, Z. (2018). *Liquid modernity* (E. Ruminov, Trans.). Moscow: Whole World.
3. Bell, D. (2004). *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. Moscow: Academia. EDN: https://elibrary.ru/QOCVVP.
4. Belorussova, S. Yu. (2022). Indigenous small-numbered peoples of Russia: Virtual ethnicity and network experiences. *Ethnography*, (4), 84–111. https://doi.org/10.31250/2618-8600-2022-4(18)-84-111. EDN: https://elibrary.ru/ZQSEZK.
5. Bychkova, O. V. (2020). Science and technology studies (STS): What have we learned in 50 years? *Sociology of Science and Technology*, *11*(3), 7–21. https://doi.org/10.24411/2079-0910-2020-13001. EDN: https://elibrary.ru/LWESAA.
6. Volokitina, N. A. (2019). Ethnic culture and the representation of ethnic identity in the internet space. *Human. Culture. Education*, (3), 39–45. https://doi.org/10.34130/2223-1277-2019-3-39-45. EDN: https://elibrary.ru/IBFGJC.
7. Garifullin, V. Z., Zakirov, L. R. (2018). The role of the blogosphere in the development of the national internet space. *Proceedings of Kazan University. Humanities Series*, *160*(4), 872–883. EDN: https://elibrary.ru/AFOSGC.
8. Giddens, A. (2011). *The consequences of modernity* (G. K. Olkhovikov, D. A. Kibalchich, Trans.). Moscow: Praxis.
9. Golovnev, A. V., Belorussova, S. Yu., Kisser, T. S. (2021). *Virtual ethnicity and cyberethnography*. St. Petersburg: MAE RAN. EDN: https://elibrary.ru/NVRTMZ.
10. Golovnev, V. A. (2021). Media transformations in ethnography and the birth of ethnoblogging (the case of the Khanty of the Tromyogan River). *Ethnography*, (14), 186–210. https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4(14)-186-210. EDN: https://elibrary.ru/WSGPIT.
11. Golovnev, V. A. (2024). Evenki ethnoblogging: Virtual self-presentation and the theory of social dramaturgy. *Herald of Anthropology*, (2), 129–146. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2024-2/129-146. EDN: https://elibrary.ru/BTKQNV.
12. Goryacheva, O. N., Yakovleva, M. G. (2022). Humanistic risks of the digital development of society: An analysis of works by foreign authors. *Russian Social and Humanitarian Studies*, *14*(2), 78–93. https://doi.org/10.12731/2077-1770-2022-14-2-78-93. EDN: https://elibrary.ru/UZBTOV.
13. Demichev, I. V. (2021). Virtuality and the network: On sociocultural communities of the information age (a response to M. G. Bresler's monograph "The Ontology of Networked Being"). *Russian Social and Humanitarian Studies*, *13*(2), 14–37. https://doi.org/10.12731/2077-1770-2021-13-2-14-37. EDN: https://elibrary.ru/SQBQTV.
14. Zhuravleva, M., Pankov, V. Culture in "digital": Why interest in cultural heritage and academic art is growing. *RBC Plus*. https://plus.rbc.ru/specials/kultura-v-cifre (accessed August 26, 2026).

15. Castells, M. (2023). *Communication power* (4th ed.) (N. M. Tyylevich, Trans.). Moscow: HSE Publishing House, National Research University Higher School of Economics.
16. Castells, M. (2017). *The information age: Economy, society and culture. Vol. 2. The power of identity* (A. Kozlov, Trans.). Moscow: HSE.
17. Kireeva, O. A. (2025). The spread of folk culture in the era of digital technologies: Problems and prospects. *Proceedings of the Southern Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, (57), 98–111. https://doi.org/10.46698/VNC.2025.96.57.008. EDN: https://elibrary.ru/PFSDJI.
18. Listvina, E. V. (2021). Ethnic communities of the Saratov Region in the information space. In *Ethnocultural processes in the era of digitalization* (pp. 60–74). Saratov: Chernyshevsky Saratov National Research State University. EDN: https://elibrary.ru/JDFZYP.
19. Martyanova, E. G., Chesnova, E. N. (2025). Cyberculture and virtual ethnicity as phenomena of the digital society: Problems and prospects. *Humanitarian Bulletin of Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University*, (4). https://doi.org/10.22405/2304-4772-2025-4-128-146. EDN: https://elibrary.ru/BALAZX.
20. Makhmutov, Z. A. (2025). Tatar virtual communities: Representation of identity, functions and risks of conflict potential. *Herald of Anthropology*, (2), 207–222. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2025-2/207-222. EDN: https://elibrary.ru/XXDYEO.
21. Mukhaev, R. T. (2021). Globalization and the crisis of national identity: In search of new forms of representation. *Knowledge. Understanding. Skill*, (1), 199–215. https://doi.org/10.17805/zpu.2021.1.15. EDN: https://elibrary.ru/OIGNAG.
22. Pichugina, O. A. (2013). The transformation of mass communicative reality in the era of social media. *RSUH Bulletin. Series: Political Science. History. International Relations. Foreign Regional Studies. Oriental Studies*, (1), 268–276. EDN: https://elibrary.ru/PZTZEL.
23. Primakov, V. L. (2019). Mediatization as a theoretical concept. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences*, (3), 221–238. EDN: https://elibrary.ru/CFLGQV.
24. Toffler, A. (2020). *The third wave* (pp. 123–130). Moscow: AST.
25. Kholopov, D. A. (2021). Ethnic identity in the space of the internet. In *Proceedings of the IX International Scientific Conference "Social Integration and the Development of Ethnocultures in the Eurasian Space"* (Vol. 1, pp. 229–236). EDN: https://elibrary.ru/VBGQEM.
26. Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
27. Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C. (2010). Facebook profiles reflect actual personality not self-idealization. *Psychological Science*, *21*, 372–374. https://doi.org/10.1177/0956797609360756.

28. Eriksen, T. H. (2010). *Ethnicity and nationalism: Anthropological perspectives* (3rd ed.). London: Pluto Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt183h0h1.
29. Nakamura, L. (2013). *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. New York: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203699188.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Шигаева Светлана Александровна, старший преподаватель кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма
Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова
ул. Минина, 31А, г. Нижний Новгород, 603155, Российская Федерация
sshigaeva@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Svetlana A. Shigaeva, Senior Lecturer at the Department of Philosophy, Public Communications and Tourism
Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov
31A, Minin Str., Nizhny Novgorod, 603155, Russian Federation
sshigaeva@mail.ru

Поступила 20.08.2026
После рецензирования 22.09.2026
Принята 24.09.2026

Received 20.08.2026
Revised 22.09.2026
Accepted 24.09.2026