

З. Р. Хабибуллина

**КИБЕРЭТНОГРАФИЯ И НОВЫЕ МЕТОДЫ
ИЗУЧЕНИЯ ИСЛАМСКИХ СООБЩЕСТВ***

doi: 10.30759/1728-9718-2025-4(89)-35-44

УДК 39:28

ББК 63.5+86.38

В последние десятилетия виртуальное пространство стало важной ареной формирования и выражения исламской идентичности. С развитием цифровых технологий мусульмане по всему миру начали использовать интернет как средство для общения, обучения и практики религии. В статье рассматривается киберэтнография как метод исследования исламских сообществ, анализируются такие явления, как киберисламское пространство, исламские медиа, социальные сети, видео-рилсы, мессенджеры, мобильные приложения, виртуальная умма. С появлением виртуального пространства традиционные методы полевых исследований, основанные на непосредственном взаимодействии с информантами, становятся недостаточными для понимания сложной динамики мусульманских сообществ. В этом контексте актуализируются вопросы этнографической методологии, которые должны соответствовать современным задачам исследования. Одной из новых методик становится работа в виртуальном поле, где исследователи взаимодействуют с информантами через социальные сети и другие онлайн-платформы, а не только в ходе живого общения. Социальные сети людей, соединенных через определенные медиа, позволяют наблюдать за взаимодействиями между участниками, которые могут находиться в разных странах и представлять различные культуры. Это расширяет традиционное поле исследования мусульманских сообществ, учитывая многообразие религиозного опыта и точек зрения на ислам.

Ключевые слова: *киберэтнография, виртуальная антропология, ислам, поле, киберпространство, исламская идентичность*

Введение

Со стремительным развитием виртуального пространства исследование ислама и мусульманских сообществ вступает в новую эпоху. Киберэтнография становится важным инструментом наблюдения в онлайн-среде, взаимодействия с информантами через социальные сети и другие онлайн-платформы. Расширяя традиционное поле, антропологи могут глубже понять сложные процессы, происходящие в современном исламском мире.

В настоящее время ислам в сети представлен официально — через духовные управления, муфтияты, исламские учебные заведения и неофициально — через частные сайты, различного рода интернет-сообщества, страницы и каналы в популярных социальных сетях. Публично высказать свой взгляд на религию может любой пользователь интернета. Если это делает

инфлюенсер — медийная личность, имеющая обширную и лояльную цифровую аудиторию, то степень влияния может быть гораздо выше, чем у официальных структур.¹ Это не могло оставить равнодушными официальных представителей традиционных религий, которые относятся к интернету неоднозначно и стали инициаторами споров о том, можно ли верующему пользоваться интернетом. Трансляция веры получает развитие в виртуальной среде и может иметь разные толкования. Виртуальность стала нести для лидеров конфессий угрозу потери монополии на религиозное знание. Мусульмане относятся положительно к цифровизации своей религии в плане ее распространения и информирования людей в сети, но несколько хуже к цифровизации практик и сакральных действий.²

В этой статье представлены размышления над вопросами форм и возможностей работы антрополога в виртуальном пространстве, использования киберэтнографии для исследования религиозной идентичности. Виртуальное

Хабибуллина Зилья Рашитовна — к.и.н., с.н.с., Институт этнологических исследований им. Р. Г. Кузеева Уфимского ФИЦ РАН (г. Уфа)
E-mail: zilyahabibi@mail.ru

* Статья выполнена в рамках НИР ИЭИ УФИЦ РАН № 1022040500568-3-6.5.1 «Этноконфессиональный облик населения Южного Урала»

¹ См.: Юлдашев М. Д., Иванченко А. И., Куликова О. А. Отношение представителей основных религиозных течений к цифровизации религии // Вестник университета. 2022. № 11. С. 216.

² См.: Мчедлова М. М., Кофанова Е. Н., Шевченко А. Г. Религия в условиях пандемии: отношение к цифровизации религиозных практик // Россия реформирующаяся: ежегодник. М., 2021. Вып. 19. С. 462–483.

поле открывает новые возможности для понимания сложных процессов, происходящих в современном обществе, и предлагает богатый материал для изучения. Одним из новых методов антропологических исследований стала работа в виртуальном поле, заключающаяся в сборе информации в интернете и других цифровых медиа, общении с информантами через социальные сети, что позволило проводить наблюдения не только при личном присутствии исследователя, но и удаленно, онлайн.³

Изменение в подходах к полевым исследованиям поднимает ряд вопросов об этике и безопасности, как для исследователей, так и для изучаемых сообществ. Алгоритмы виртуальных сетей формируют видимость контента и могут влиять на популярность дискуссий, что требует критического подхода к интерпретации собранных данных. Виртуальные сообщества изменяют характер взаимодействия с информантами, позволяя им оставаться анонимными. Анонимность дает участникам возможность делиться более откровенными мнениями и переживаниями, но также ставит новые этические вопросы: как защитить личную информацию информантов и избежать манипуляций со стороны участников?

Основополагающей работой в области виртуальной антропологии является книга Кристины Хине «Виртуальная этнография», в которой автор обсуждает методы и подходы к исследованию онлайн-сообществ.⁴ Хизер Хорст и Дэниел Миллер расширяют эту тему, охватывая различные аспекты и перспективы цифровой антропологии, включая исследования социальных сетей и мобильных технологий.⁵ Роберт Козинетс предложил обновленный подход — нетнографию — метод исследования онлайн-сообществ с учетом различных культурных практик и открытым присутствием исследователя в виртуальном поле, подчеркивая необходимость гибкости в методологии.⁶ Были разработаны ключевые понятия киберкультуры; исследовались виртуальные миры и метавселенные, под которыми подразумеваются компьютерные

игры, виртуальные музеи, цифровая политика, технологии дизайна, социальных медиа и др.⁷

Научное осмысление ислама и интернета началось в конце 1990-х гг. Профессор университета Уэльса Гари Бант одним из первых обратил внимание на феномен цифровизации ислама.⁸ Анализируя проблемы религиозного авторитета и процессы принятия решений, он отмечал, что коммуникации в сети стали оказывать существенное воздействие на происходящее в реальном мире ислама. «Интернетизацию» ислама ускорили мусульманские общины в США и Европе в ответ на распространение антиисламских взглядов после терактов 11 сентября 2001 г. с целью показать истинную сущность ислама, объяснить его природу и принципы, а также просветить мировое сообщество о религии.⁹

Ислам в виртуальном пространстве представляет собой уникальный объект исследования, где традиционные взгляды на религию и культуру пересматриваются в свете цифровых технологий. Специалисты, занимающиеся современным исламом, сталкиваются с необходимостью адаптировать свои подходы и методы к условиям нарастающей цифровизации религии. В области изучения киберислама формируются оригинальные методологические подходы,¹⁰ постепенно обозначаются основные направления, методы изучения ислама на цифровых платформах.¹¹

Виртуальное поле в исследовании ислама

У антрополога теперь есть возможность проводить исследования в двух полях — традиционном «живом» и виртуальном, можно совмещать или дополнять их, сравнивать. Виртуальное пространство часто используется, когда поле

⁷ См.: Cyberculture: The Key Concepts. London, 2004; The Social Media Reader. New York, 2012; Virtual Worlds and Metaverse Platforms: New Communication and Identity Paradigms. Hershey, PA, 2011; Wilson S. M., Leighton C. P. The Anthropology of Online Communities // Annual Review of Anthropology. 2002. Vol. 31. P. 449–467.

⁸ См.: Bunt G. Islam@Britain.net: 'British Muslim' Identities in Cyberspace // Islam and Christian-Muslim Relations. 1999. Vol. 10, iss. 3. P. 353–362.

⁹ См.: Надирова Г. Исламская практика в виртуальном пространстве // Eurasian-research.org. URL: <https://www.eurasian-research.org/publication/islamic-practices-in-virtual-space/?lang=ru> (дата обращения: 16.05.2025).

¹⁰ См.: Bunt G. Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments. London, 2003; Lawrence B. Allah On-line: The Practice of Global Islam in the Information Age // Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture. New York, 2002. P. 237–253; Lövhelm M. A. Voice of Their Own: Young Muslim Women, Blogs and Religion // Mediatization and Religion: Nordic Perspectives. Göteborg, 2012. P. 129–147.

¹¹ См., напр.: Виртуальный ислам на постсоветском пространстве: киберсреда и религиозные авторитеты. Баку, 2023.

³ См.: Головнёв А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Веб-этнография и киберэтничность // Уральский исторический вестник. 2018. № 1 (58). С. 100–108; Белоруссова С. Ю. Киберэтнография: методология и технология // Этнография. 2021. № 3 (13). С. 123–145; Новое время, новое поле: меняющийся мир качественных исследований и новые технологии. СПб., 2021; Everyday Automation: Experiencing and Anticipating Emerging Technologies. London, 2022.

⁴ См.: Hine C. Virtual Ethnography. London, 2000.

⁵ См.: Digital Anthropology. London; New York, 2012.

⁶ См.: Kozinets R. V. Netnography: Redefined. London, 2015.

исследования недоступно, особенно это касается мест военных конфликтов, закрытых территорий. Цифровую антропологию иногда называют дистанционной.¹² Поле ислама может быть недоступным, например, Хиджаз — область святых мест в Саудовской Аравии — закрыта для немусульман, и для мусульман время пребывания там ограничено и дорогостояще (в 2025 г. стоимость паломничества российскому мусульманину обошлась в 5 тыс. долл.). Учитывая это обстоятельство, виртуальное поле предоставляет огромный массив информации по проблематике исламского паломничества. При исследовании исламской женской истории, с учетом того что женские сообщества могут быть закрыты, антропологическим полем становятся исламские цифровые медиа и сообщества мусульманок в социальных сетях.

В последние десятилетия наблюдается значительное расширение исламского присутствия в виртуальном пространстве, которое охватывает разнообразные цифровые платформы и медиаформаты. Его выражением является киберисламское пространство, включающее исламские медиа, социальные сети, видео-рилсы, мессенджеры, приложения и цифровые интерфейсы ислама и виртуальную умму — непостоянное сообщество индивидов в интернет-пространстве, идентифицирующих себя мусульманами, активно использующих в быту и религиозной жизни новые технологии.¹³

Киберисламское пространство представляет собой определенную экосистему, в которой мусульмане могут взаимодействовать, обмениваться знаниями и развивать свои практики в контексте глобализации и цифровизации. Это пространство не только служит платформой для распространения религиозных идей и практик, но также становится ареной для обсуждения актуальных социальных и политических вопросов. Антропологи изучают, как это пространство формирует идентичности, создает новые формы общности и влияет на традиционные практики.¹⁴

Исламские медиа, как средства массовой информации, созданные мусульманами, пред-

назначенные для других мусульман, производят материалы о таких религиозных понятиях, как этика, практика ритуалов и роль ислама в политике и др.¹⁵ Исторически они выпускаются на разных платформах в виде печатных материалов, кассетных лент, радиопрограмм и телевизионных шоу. В настоящее время большинство исламских материалов публикуется в интернете.

Социальные сети, такие как *Facebook*,¹⁶ *Instagram*,¹⁷ *Twitter*, в русскоязычном сегменте — «ВКонтакте», стали важными инструментами для мусульман в создании онлайн-сообществ и сетей поддержки. Через эти платформы пользователи могут делиться опытом, организовывать мероприятия и обсуждать вопросы, касающиеся веры.

Формат видео на *Youtube* или коротких роликов, таких как *TikTok* или *Reels*, став популярным среди молодежи, ускорил возможность распространения исламского контента. Эти видео охватывают широкий спектр тем — от образования до развлечений, разъясняют исламские ценности и нормы в доступной и привлекательной форме.

Информативными являются исламские блоги, в которых авторы и подписчики ежедневно сообщают о своих впечатлениях, самочувствии, религиозных просветлениях, подкрепляя свои размышления визуальными материалами. В отличие от консервативных религиозных лидеров, лидеры мнений в социальных сетях наполняют свое религиозное присутствие доступным контентом, который перемещает религию из сферы догмы в сферу опыта и возможностей.¹⁸

Мессенджеры, такие как *WhatsApp* и *Telegram*, становятся важными каналами общения внутри мусульманских сообществ. Они позволяют обмениваться сообщениями, делиться медиаконтентом и организовывать группы по интересам. Мессенджеры создают интимное пространство для обсуждения религиозных вопросов, обмена опытом и поддержки друг друга в практике веры. Исламская благотворительность,

¹² См.: The Routledge Companion to Digital Ethnography. New York, 2017. P. 63.

¹³ См.: Игнатович А. Виртуальная умма: определение понятия, его содержание и объем // Thesaurus зборник наукових прац. Магілёў, 2020. Вып. 7. С. 75.

¹⁴ См.: Хабибуллина З. Р. Селфи в Мекке: харам или досточтимый хадж? // Сибирские исторические исследования. 2019. № 2. С. 85–107; Крапивин И. С. «Бренд без лица»: мусульманки и хаяльный интернет-маркетинг // Кунсткамера. 2021. № 4 (14). С. 106–121.

¹⁵ См.: Эбрахим А. Фетва по интернету: исламские медиа в Таджикистане // CaaNetwork. 27 ноября 2017 г. URL: <https://www.caa-network.org/archives/10859> (дата обращения: 15.02.2025).

¹⁶ Признана экстремистской организацией и запрещена на территории Российской Федерации.

¹⁷ Признана экстремистской организацией и запрещена на территории Российской Федерации.

¹⁸ См.: Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices / [Zaid B. et al.] // Religions. 2022. Vol. 13, iss. 4, 335. P. 4.

женщины, просвещение, здоровье, финансы, паломничество, воспитание детей и другие аспекты жизни мусульман «мессенджируются» и также становятся полем исследования.

Существует множество приложений, посвященных исламу, которые предлагают пользователям доступ к молитвенному времени, Корану, хадисам и образовательным материалам. Эти приложения делают религиозную практику более доступной и удобной для пользователей. Они также способствуют формированию новых привычек и традиций в повседневной жизни мусульман.¹⁹

Основная задача цифровых интерфейсов ислама — предоставить пользователям доступ к религиозному контенту. Эти интерфейсы могут быть как образовательными, так и интерактивными, позволяя не только получать информацию, но и участвовать в обсуждениях и практиках. Они являются своеобразным мостом между традиционными исламскими учениями и новыми взглядами на исламский образ жизни, который может постепенно реформироваться под влиянием кибердискуссий.

В последние несколько лет актуализировалась проблема взаимодействия ислама и искусственного интеллекта (далее — ИИ). Эта тема становится особенно актуальной в контексте изучения ИИ как инструмента, способного оказывать влияние на религиозную жизнь и духовные авторитеты в мусульманских сообществах. В то время как ИИ стремительно развивается и проникает в различные сферы человеческой деятельности, его воздействие на религиозные практики и этические нормы остается мало исследованным. Использование ИИ в исламе поднимает вопросы о роли человека в религиозной практике (может ли машина заменить имама или муфтия?), о возможных ошибках или предубеждениях в алгоритмах ответов ИИ, а также о допустимости получения религиозных знаний от нечеловеческого источника.

Таким образом, киберисламское пространство становится важной альтернативой традиционным местам поклонения и общения, таким как мечети, которые также интегрируются в цифровое пространство, предлагая онлайн-услуги: вебинары, виртуальные молитвы и обсуждения. Это создает возможности для массового распространения религиозных идей и

учений. Результатом развития киберпространства является виртуальная умма — глобальное сообщество мусульман, объединенных через цифровые технологии и интернет-пространство, которое не ограничивается географическими, этническими или социальными границами, а формируется вокруг общих интересов.

Киберэтнография и ислам

Киберэтнография/онлайн-этнография/веб-этнография (также известная как виртуальная этнография, виртуальная антропология или цифровая этнография) — это метод исследования, который адаптирует этнографические методы к изучению сообществ и культур, функционирующих в цифровом пространстве.

Не существует канонического подхода киберэтнографии, который бы предложил конкретную методику исследования. Исследователь определяет свои варианты работы с цифровой средой. Этнография работает с несколькими методами: включенным наблюдением, анализом контента и дискурса, насыщенным описанием, глубинными интервью. Основная цель социального антрополога — попасть в определенное время в изучаемую человеческую среду, стать в некотором смысле ее частью. Те же методологические принципы применяются и в цифровой этнографии, но в другом контексте и на других объектах: включенное наблюдение проводится на виртуальных платформах, интервью берутся с помощью скайпа или другой видеосвязи, описанию с применением дискурс-анализа подвергается видеоконтент пользователей.²⁰

Виртуальное поле не всегда может быть постоянным, часто материалы в сети удаляются, страницы в социальных сетях исчезают. Киберэтнография подразумевает пространство. Интернет понимается как пространство взаимодействия. Онлайн этнограф работает с интернетом как с пространством, а не инструментом и не частью жизни, неотъемлемо находящейся с нами.²¹ Сейчас это считается основным отличием, которое отделяет цифровую этнографию от нецифровой. Так же, как этнографы проводят полевые исследования в определенном ме-

¹⁹ См.: Городилова Т. С. Исламская культура в цифровом измерении // Современный мусульманский мир: электронный журнал. 2018. № 1. URL: <https://islamjournal.ru/2018/id22/> (дата обращения: 04.03.2025).

²⁰ См.: Колозариди П. Цифровая этнография // Rutube. URL: <https://rutube.ru/video/26b22beec8b0660eb7ab433ee49d207e/> (дата обращения: 17.11.2025); Колозариди П., Щетвина А. Цифровая этнография: эпистемология, метод и этика // Бюллетень «ЭСФорум». 2018. № 3 (59). С. 5–9.

²¹ См.: Markham A. N. The Methods, Politics, and Ethics of Representation in Online Ethnography // The Sage Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks, 2005. P. 793–820.

сте — месте дислокации объекта исследования, цифровой этнограф обращается к форумам, вступает в публичные группы, читает комментарии в интернет-каналах и смотрит сториз в социальных сетях.²²

Антропологу необходимо тщательно документировать свои наблюдения. К фотографиям и письменным заметкам добавляются скриншоты, записи с вебкамер, а также аудио- и видеоматериалы. Важно определить, с какой информацией будет работать исследователь. Существует три основных элемента онлайн-исследования: 1) текстуальный анализ с целью понять, как люди выражают свои мысли и о чем хотят сказать; 2) анализ визуального контента — исследование изображений, мемов и видео для понимания содержания, композиции и динамики представленных объектов на разных платформах; 3) социальный анализ — наблюдение за поведением пользователей в социальных сетях, их восприятием проблем, комментариями и жанрами публикаций, а также тем, с каким посылом они обсуждают темы.²³

Исследователь в виртуальном пространстве определяет свое поле самостоятельно — на уровне языка, практик, интерфейсов, участия. От того, как он определит границы поля, будет зависеть и работа с информантами, и способы наблюдения. Еще один важный вопрос — соотношение онлайн- и офлайн-исследований. С каждым годом различить онлайн и офлайн становится все сложнее. Интернет перестал быть стационарным, с появлением мобильной связи и смартфонов стал карманным. Сейчас уже есть исследования, в рамках которых наблюдения сообществ проводят в офлайн-среде и анализируют их взаимодействия в интернете.²⁴

Стратегия киберэтнографии предполагает использование смешанных методов (часто на разных этапах исследования). Получение информации из разных полей позволяет выдерживать принцип триангуляции, при этом часть авторов считает, что необходимо дополнять онлайн-материалы данными, полученными офлайн.²⁵ Интернет не является независимым «киберпространством»; онлайн-отношения и сообщества имеют смысл только в контексте офлайна. Это требует гибкости в исследовательских подходах и делает сложным выявление

общих закономерностей в анализе онлайн-взаимодействий. Стратегии исследования различаются в зависимости от того, что является объектом исследования — виртуальные игровые миры, где требуется полное погружение в виртуальное пространство, или опыт интернет-коммуникации, опосредованной смартфонами и мобильными телефонами.²⁶

Как заключает Хине, антропологу необходима определенная рефлексивность и способность к творческой адаптации привычных методов. Интернет предполагает широкое разнообразие онлайн-опыта и участие во множестве онлайн-практик, различные режимы присутствия и взаимодействия, что требует чувствительности к специфике каждого исследования. Онлайн-данные часто используются в качестве своеобразных витрин реальных обществ. Несмотря на изменчивость стратегий, этнография и киберэтнография основываются на общих принципах. Каждое исследование по цифровой антропологии предполагает новый набор инструментов, используется не количественный, а проблемный принцип исследования.

При реализации любого из подходов исследователю требуются время и усилия, затрачиваемые на самообучение новым интерфейсам и программам, правилам взаимодействия на определенных ресурсах или развитие способности успешно взаимодействовать с различными социальными группами с целью входа в поле. У «виртуального человека» существуют иные формы «жестов», обилие визуального и символического сопровождения информации в киберпространстве может компенсировать дефицит телесности. Это создает отдельную задачу для исследования веб-визуальности как специфического «виртуального языка».²⁷

В религиозном поле исследования всегда было значительное количество правил, которые можно легко нарушить, потеряв поле. К исламскому полю требуется тщательно готовиться, в виртуальном пространстве это еще осложняется самой средой, в которой создаются режимы видимости, а отношения с информантами могут быть моментально утрачены нажатием клавиши.

²² См.: Колозариди П., Щетвина А. Указ. соч.

²³ См.: Там же.

²⁴ См.: Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, NJ, 2008.

²⁵ См.: Hine C. *Virtual Ethnography*; Kozinets R. V. *Op. cit.*; Головнёв А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Указ. соч. С. 101–108.

²⁶ См.: Мясникова М. Л. *Онлайн этнографический подход к исследованию интернет сообществ: методологические разногласия и базовые принципы*. Рец. на книгу: Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every Day*. Bloomsbury Academic, 2015. 240 p. ISBN: 978-0857855701 // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. Т. 20, № 1 (89). С. 203, 204.

²⁷ Головнёв А. В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т. С. Указ. соч. С. 101, 102.

В исследовании ислама в первую очередь требуется обеспечить уважение к культурным и религиозным традициям. Исламские сообщества обладают своими уникальными нормами и ценностями, которые могут существенно отличаться от европейских представлений о личности и власти. Исследователь должен проявлять чуткость к этим аспектам, избегая вмешательства во внутренние дела сообщества и уважая его традиции. Это включает в себя понимание контекста обсуждаемых тем и осознание того, какие вопросы могут быть чувствительными или табуированными.

Антрополог несет ответственность за то, как он интерпретирует и представляет данные, полученные из исламского виртуального пространства. Ошибочная интерпретация может привести к искажению представлений о сообществе или его членах, что может иметь негативные последствия для репутации этих групп. Исследователи должны стремиться к объективности и стараться отражать разнообразие мнений внутри сообщества.

Проблематика исламской идентичности в цифровой среде

Ключевыми аспектами исследования проблемы исламской идентичности в цифровой среде являются следующие: 1. Как виртуальные сообщества формируют новые формы исламской идентичности? 2. Как пользователи интернета используют социальные медиа для выражения своей веры? 3. Как киберпространство может поддерживать и подрывать традиционные представления об исламе?

Технологические инновации оказывают влияние на самосознание верующих и способности их взаимодействия с обществом. Под влиянием цифровых технологий происходят изменения границ между общественной и частной сферами в исламском сообществе, имеющие политические и идеологические последствия. У огромного числа людей ислам ассоциируется с крайней консервативностью взглядов, с диктатом формальных законов, не изменяющихся веками, с определенной культурной застенчивостью и непримиримостью. Интернет символизирует противоположные установки — минимум правил, максимум свободы, терпимость, технологическую и идейную современность.²⁸

Использование новых технологий позволяет представителям исламской веры в большей мере ощущать свою общность, несмотря на то что они могут быть физически разделены. Виртуальные споры рожают новых лидеров, которые могут не иметь религиозного образования, но иметь огромное количество подписчиков и таким образом становиться авторитетами. Онлайн-платформы предоставляют пространство для обсуждения религиозных вопросов, обмена опытом и практиками, что способствует укреплению чувства принадлежности к глобальному мусульманскому сообществу (умме). Виртуальные сообщества становятся местом, где мусульмане могут исследовать свою веру, находить поддержку и делиться личными историями, что создает новые формы духовной практики.

Цифровая среда предоставляет уникальные возможности для переосмысления традиционных представлений об исламской идентичности. В отличие от статичных и фиксированных представлений о религии, онлайн-пространства позволяют мусульманам адаптировать свои практики и интерпретации в зависимости от контекста. Это создает динамичную и многогранную идентичность, которая может меняться в зависимости от культурного и социального фона.

Цифровизация ислама также порождает определенные вызовы. Виртуальные пространства могут стать ареной для распространения экстремистских взглядов и дезинформации, что ставит под угрозу общественные ценности и безопасность. Существует необходимость критического подхода к контенту, который потребляется пользователями, важны образование и просвещение в области медиаграмотности среди мусульманских молодежных групп.

Ключевыми факторами виртуального пространства, оказывающими существенное влияние на трансформацию исламской идентичности, являются:

1. Создание виртуальных общин. Интернет позволяет мусульманам со всего мира объединяться в виртуальные сообщества, где они могут делиться опытом, обсуждать религиозные и культурные вопросы, а также поддерживать друг друга. Эти общины помогают укреплять чувство принадлежности к глобальному исламскому сообществу независимо от географического положения.

²⁸ См.: Горалик Л. Ахмад-хаджи Абдулаев: «Сегодня исламский мир стоит на пороге появления в Шариате новых адабов» // Islam.ru — исламский информационный портал.

03.10.2011. URL: <http://islam.ru/content/analytics/30218> (дата обращения: 25.03.2025).

2. Доступ к знаниям и образовательным ресурсам. С помощью онлайн-платформ мусульмане могут легко получать доступ к религиозным текстам, лекциям, курсам и другим образовательным материалам, что способствует углублению знаний об исламе, позволяя изучать религию в удобном для себя темпе и формате. Онлайн-курсы и вебинары делают исламское образование более доступным, особенно для молодежи и исламских меньшинств.

3. Влияние социальных медиа. Социальные сети становятся важной площадкой для обсуждения актуальных тем, касающихся ислама и мусульманской идентичности. Блогеры и инфлюенсеры делятся своими взглядами на традиции, современные вызовы и культурные изменения, что способствует формированию новых внеинституционализированных представлений об исламе. Возникает цифровое пространство для диалога и кибердискуссий между различными течениями и интерпретациями ислама.

4. Переосмысление традиций. Интернет способствует переосмыслению традиционных практик и норм в свете современных реалий. Мусульмане обсуждают, как адаптировать религиозные ценности к современному образу жизни, включая вопросы гендерного равенства, прав человека и социальной справедливости. Это приводит к расширению исламской идентичности.

5. Проблемы дезинформации и радикализации. Некоторые исламские группы используют цифровые платформы для пропаганды радикальных взглядов, что негативно сказывается в целом на восприятии ислама в обществе.

6. Культурная интеграция. Интернет способствует интеграции исламской идентичности с другими культурами. Мусульмане обмениваются опытом и идеями с представителями других религий и культур, что способствует формированию толерантной идентичности. Это может привести к появлению новых форм идентичности, которые сочетают исламские традиции с другими культурными элементами.

7. Участие в общественной жизни. Виртуальное пространство предоставляет мусульманам платформу для активного участия в общественной жизни, включая социальные движения и благотворительность. Это помогает формировать осознание роли своей религии в обществе и способствует активному гражданскому участию.

Интернет и виртуальное пространство играют важную роль в трансформации исламской идентичности, создавая новые возможности

для общения, обучения и самовыражения. Эти изменения отражают как внутренние процессы внутри мусульманских сообществ, так и взаимодействие с внешним миром, что делает исламскую идентичность более многослойной и динамичной. Одновременно усиливая чувство принадлежности к исламу, они способствуют фрагментации исламской уммы на различные течения.

Заключение

Исследование исламских сообществ в виртуальном поле так же, как и в живом, представляет собой сложную, многогранную задачу, требующую от антропологов гибкости и адаптивности. Дискуссия о том, следует ли ограничиваться изучением виртуальных сообществ или включать в исследование офлайн-практики, остается актуальной. Киберпространство, будучи мощным инструментом для формирования идентичности и взаимодействия, не может полностью заменить живое общение и традиционные формы социальной связи.

Несмотря на растущую популярность онлайн-платформ, которые создают новые формы самовыражения и взаимодействия среди мусульман, требуется присутствие исследователя в реальном мире. Старт исследования с офлайн-поля позволяет получить более глубокое понимание контекстов и нюансов, которые могут быть упущены при сосредоточении только на цифровых практиках.

Киберэтнография как методология открывает новые возможности и перспективы для изучения ислама в виртуальном пространстве, однако она также сталкивается с определенными ограничениями. Проблемы доступа к данным, выборки и достоверности информации создают необходимость постоянной рефлексии и критического подхода к получаемым результатам. Несомненными преимуществами являются широкая доступность, скорость, объем данных — наряду с ограниченностью выборки, невозможностью проверки достоверности информации и др.

Этические аспекты исследования становятся все более значимыми. Возникает необходимость быть внимательным к тому, как представлять сообщества, какие данные собирать и как они могут повлиять на участников исследования. Вопросы о том, как правильно отбирать респондентов, проводить интервью, а также о необходимости анонимности исследователя и участников остаются актуальными. Так, ряд

специалистов говорит о необходимости ведения «скрытого наблюдения», аргументируя свою позицию тем, что только такого рода наблюдение не будет реактивным и не приведет к смещению данных.²⁹ Большинство исследователей утверждает, что наблюдению должно предшествовать получение разрешения от членов онлайн-сообщества.³⁰ Возникающие этические дилеммы остаются на усмотрение исследователя, поскольку универсального «этического кодекса» или «методологического рецепта» пока не существует.

Наиболее оптимальным способом исследования в виртуальном поле представляется интеграция различных методов исследования, сочетание онлайн- и офлайн-подходов. Это позволит более полно проанализировать динамику исламских сообществ и их трансформацию

в условиях современного мира. Несмотря на опосредованность взаимодействия в цифровом мире, возможность общения с реальными личностями сохраняется, что открывает двери для сравнения культурных и социальных динамик в разных контекстах. В конечном итоге только через комплексный подход можно достичь глубокого понимания идентичности и практик мусульман в контексте как виртуального, так и реального пространства.

В отношении ислама также подтверждается тезис об онтологической множественности объекта в виртуальном пространстве, о неравнозначности интернет-практик и о необходимости для онлайн-этнографии быть адаптивной и рефлексивной в каждой исследовательской ситуации, основанной на внимательном учете специфики сообщества.

Zilya R. Khabibullina

Candidate of Historical Sciences, R. G. Kuzeev Institute of Ethnological Studies, Ufa Federal Research Center of the RAS (Russia, Ufa)

E-mail: zilyahabibi@mail.ru

CYBERETHNOGRAPHY AND NEW METHODS FOR STUDYING ISLAMIC COMMUNITIES

In recent decades, virtual space has become an important arena for the formation and expression of Islamic identity. With the development of digital technologies, Muslims around the world have begun to use the Internet as a means of communication, learning, and practicing religion. This article examines cyberethnography as a method for studying Islamic communities, analyzing such phenomena as cyber-Islamic space, Islamic media, social networks, video reels, instant messengers, mobile applications, and the virtual Ummah. With the emergence of virtual space, traditional fieldwork methods based on direct interaction with informants are becoming insufficient for understanding the complex dynamics of Muslim communities. In this context, issues of ethnographic methodology are becoming relevant, which must be consistent with modern research objectives. One of the new methods is working in a virtual field, where researchers interact with informants through social networks and other online platforms, and not only through face-to-face communication. Social networks of people connected through certain media make it possible to observe interactions between participants who may be located in different countries and represent different cultures. This expands the traditional field of study of Muslim communities, taking account of the diversity of experiences and perspectives on Islam.

Keywords: *cyberethnography, virtual anthropology, Islam, field research, cyberspace, Islamic identity*

REFERENCES

- Belorussova S. Yu. [Cyberethnography: Methodology and Technology]. *Etnografia* [Ethnografia], 2021, no. 3 (13), pp. 123–145. DOI: 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145 (in Russ.).
- Beneito-Montagut R. Ethnography Goes Online: Towards a User-Centred Methodology to Research Interpersonal Communication on the Internet. *Qualitative Research*, 2011, vol. 11, iss. 6, pp. 716–735. DOI: 10.1177/1468794111413368 (in English).

²⁹ См.: Beneito-Montagut R. Ethnography Goes Online: Towards a User-Centred Methodology to Research Interpersonal Communication on the Internet // *Qualitative Research*. 2011. № 11. P. 716–735.

³⁰ См.: Kozinets R. V. *Op. cit.*; Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every Day*. London, 2015.

- Boellstorff T. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008. (in English).
- Bunt G. *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*. London: Pluto Press, 2003. (in English).
- Bunt G. Islam@Britain.net: 'British Muslim' Identities in Cyberspace. *Islam and Christian-Muslim Relations*, 1999, vol. 10, iss. 3, pp. 353–362. (in English).
- Cyberculture: The Key Concepts*. London: Routledge, 2004. (in English).
- Digital Anthropology*. London, New York: Berg, 2012. (in English).
- Ebrakhim A. [Fatwa Online: Islamic Media in Tajikistan]. *CAAN: Central Asian Analytical Network*. Available at: <https://www.caa-network.org/archives/10859> (accessed: 15.02.2025). (in Russ.).
- Everyday Automation: Experiencing and Anticipating Emerging Technologies*. London: Routledge, 2022. (in English).
- Golovnev A. V., Belorussova S. Yu., Kisser T. S. [Web-Ethnography and CyberEthnicity]. *Ural'skij istoricheskij vestnik* [Ural Historical Journal], 2018, no. 1 (58), pp. 100–108. DOI: 10.30759/1728-9718-2018-1(58)-100-108 (in Russ.).
- Goralik L. [Ahmad-Khadzhi Abdullaev: "Today the Islamic World is on the Verge of the Emergence of New Adabs in Sharia"]. *Islam.ru — islamskiy informatsionnyy portal* [Islam.ru — Islamic Information Portal]. Available at: <http://islam.ru/content/analitics/30218> (accessed: 25.03.2025). (in Russ.).
- Gorodilova T. S. [Islamic Culture in the Digital Dimension]. *Sovremennyy musul'manskiy mir: elektronnyy zhurnal* [The Modern Muslim World: Electronic Journal], 2018, no. 1. Available at: <https://islamjournal.ru/2018/id22/> (accessed: 04.03.2025). (in Russ.).
- Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015. (in English).
- Hine C. *Virtual Ethnography*. London: Sage, 2000. (in English).
- Ignatovich A. [Virtual Ummah: Definition of the Concept, Its Content and Scope]. *Thesaurus: zbornik navukovykh prats* [Thesaurus. Collection of Scientific Articles]. Mahiliou: Mahiliouiski instytut Ministarstva ūnutranykh sprav Respubliki Belarus' Publ., 2020, iss. 7, pp. 75–82. (in Russ.).
- Khabibullina Z. R. [Taking Selfies in Mecca: Haram or Still the Venerable Hajj?]. *Sibirskiye istoricheskiye issledovaniya* [Siberian Historical Research], 2019, no. 2, pp. 85–107. DOI: 10.17223/2312461X/24/5 (in Russ.).
- Kolozaridi P., Shchetvina A. [Digital Ethnography: Epistemology, Method, and Ethics]. *Byulleten' «ESForum»* [ESForum Bulletin], 2018, no. 3 (59), pp. 5–9. (in Russ.).
- Kozinets R. V. *Netnography: Redefined*. London: Sage, 2015. (in English).
- Krapivin I. S. [The "Faceless Brand": Muslim Women and Halal Internet Marketing]. *Kunstkamera* [Kunstkamera], 2021, no. 4 (14), pp. 106–121. DOI: 10.31250/2618-8619-2021-4(14)-106-121 (in Russ.).
- Lawrence B. Allah On-line: The Practice of Global Islam in the Information Age. *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. New York: Columbia University Press, 2002, pp. 237–253. (in English).
- Lövheim M. A. Voice of Their Own: Young Muslim Women, Blogs and Religion. *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Göteborg: Nordicom, 2012, pp. 129–147. (in English).
- Markham A. N. The Methods, Politics, and Ethics of Representation in Online Ethnography. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage, 2004, pp. 793–820. (in English).
- Mchedlova M. M., Kofanova E. N., Shevchenko A. G. [Religion in the Context of a Pandemic: Attitude to the Digitalization of Religious Practices]. *Rossiya reformiruiushchayasya: ezhegodnik* [Russia is Reforming: Yearbook]. Moscow: Novyi Khronograf Publ., 2021, iss. 19, pp. 462–483. (in Russ.).
- Myasnikova M. L. [Online Ethnographic Approach to the Study of Internet Communities: Methodological Disagreements and Basic Principles. Book Review: Hine C. Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday. Bloomsbury Academic, 2015. 240 p.]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 2017, vol. 20, no. 1 (89), pp. 199–207. (in Russ.).
- Nadirova G. [Islamic Practice in Virtual Space]. *Eurasian Research Institute*. Available at: <https://www.eurasian-research.org/publication/islamic-practices-in-virtual-space/?lang=ru> (accessed: 16.05.2025). (in Russ.).

Novoye vremya, novoye pole: menyayushchiysya mir kachestvennykh issledovaniy i novyye tekhnologii [New Time, New Field: The Changing World of Qualitative Research and New Technologies]. Saint Petersburg: Aleteyya Publ., 2021. (in Russ.).

The Routledge Companion to Digital Ethnography. New York: Routledge, 2017. (in English).

The Social Media Reader. New York: New York University Press, 2012. (in English).

Virtual Worlds and Metaverse Platforms: New Communication and Identity Paradigms. Hershey, PA: Information Science Reference, 2011. (in English).

Virtual'nyy islam na postsovetskom prostranstve: kibersreda i religioznyye avtoritety [Virtual Islam in the Post-Soviet Space: Cyber Environment and Religious Authorities]. Baku: AVE Print Publ., 2023. (in Russ.).

Wilson S. M., Leighton C. P. The Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology*, 2002, vol. 31, pp. 449–467. DOI: 10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436 (in English).

Yuldashev M. D., Ivanchenko A. I., Kulikova O. A. [Attitude of Representatives of Major Religious Movements towards the Digitalization of Religion]. *Vestnik universiteta* [University Bulletin], 2022, no. 11, pp. 214–221. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-11-214-221 (in Russ.).

Zaid B., Fedtke J., Shin D. D., Kadoussi A. E., Ibrahine M. Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, 2022, vol. 13, iss. 4, 335, pp. 1–15. DOI: 10.3390/rel13040335 (in English).

Для цитирования: Хабибуллина З. Р. Киберэтнография и новые методы изучения исламских сообществ // Уральский исторический вестник. 2025. № 4 (89). С. 35–44. DOI: 10.30759/1728-9718-2025-4(89)-35-44.

For citation: Khabibullina Z. R. Cyberethnography and New Methods for Studying Islamic Communities // Ural Historical Journal, 2025, no. 4 (89), pp. 35–44. DOI: 10.30759/1728-9718-2025-4(89)-35-44.