

Дата получения: 12/09/2022

Дата принятия: 15/10/2022

(стр. 23-33)

Нетнография и дискурс о тюркских корнях кавказских народов в медиаполе *

*Шушаник Айвазян***

Аннотация

В статье исследуется новый метод этнологических и этнографических исследований – нетнография, и в свете этой методологии дискурс о тюркских корнях кавказских народов в медиа сегменте. Предметом исследования являются два народа, проживающие в разных регионах Кавказа, аварцы, коренное население Дагестана, и месхетинские турки из региона Самцхе – Джавахети Грузии, ныне расселенные в основном в Средней Азии и в России. Наблюдение за двумя абсолютно разными народами, позволит проанализировать тенденции развития данного дискурса целиком на Кавказе, и заинтересованных в этом сторон.

Ключевые слова: Нетнография, аварцы, турки-месхетинцы, интернет, Турция

* Данная статья подготовлена в рамках проекта 21AG-6A079 Государственного комитета по науке Республики Армения.

** Российско-Армянский (Славянский) Университет, Ереван
(shushanik.avvazyan@rau.am)

О нетнографии

Интернет— важная составляющая жизни как индивидуума, так и социума. Интернет-пространство предоставляет возможность человеку быть вовлеченным в социально-культурные и политические процессы, выразить собственную позицию и мировоззрение. С помощью интернета можно влиять на общественную жизнь, создавать политические ориентиры и определять настроения и тенденции развития внутри социума. В интернет-пространстве без каких либо ограничений можно наблюдать за упомянутыми процессами в режиме реального времени и прогнозировать возможные трансформации в социуме, воздействовать на эти процессы извне, будучи за пределами исследуемой общности. Данный метод называется нетнографией.

«Нетнография» представляет собой сочетание двух слов, «net» и «ethnography», и является относительно новым термином в науке. Он был предложен в 1990-х годах польским профессором, маркетологом Робертом Козинцем как новый подход, новый инструмент для маркетинговых исследований. Вскоре, однако, нетнография преобрела более широкое применение (Kozinets 2017: 3-5).

Изучение социального поведения и идеологических тенденций в интернет-пространстве является инновационным методологическим вызовом: будучи очень удобной возможностью для исследователя, оно предполагает новые формы взаимодействия с целевой аудиторией. Как относительно новый инструмент этнографических исследований, нетнография основывается на методологии качественного измерения, которая включает сбор и анализ нечисловых данных (например, текста, видео или аудио) для понимания концепций, мнений или опыта «живых акторов», конкретных людей в конкретных ситуациях. Качественные исследования широко используются в гуманитарных

и социальных науках. Специфика нетнографических исследований заключается в том, что они опираются на данные, предоставляемые онлайн-сообществами. Нетнография четко различает включенное и невключенное наблюдение. Нетнографическим исследователям не приходится внедряться в исследуемые сообщества и культуры, как это происходит в традиционной этнографической практике: вместо этого, нетнографы на разных уровнях вовлечены в социальное взаимодействие в онлайн режиме. И, как показывает опыт, невключенное наблюдение дает возможность получить более искреннюю информацию, чем включенное.

Нужно обратить внимание еще на один факт, представляющий интерес для нетнографических исследований. Иногда «заказчиками» или создателями новых тенденций для того или иного социума становятся чуждые, третьи стороны, имеющие собственные интересы. Именно этими силами формируются новые дискурсы, волнующие общество, продвигаются социально-политические ориентиры, с помощью социальных сетей запускаются общественные процессы вплоть до революционных движений. Иногда дискуссия вокруг иллюзорной реальности или фейка за короткий промежуток времени «обретает» нужный предмет обсуждения и далее уже способна формировать движение.

Нас заинтересовали способы создания контента, с помощью которых можно повлиять на этническое самосознание исследуемых нами этнических групп, методов порождения новых национальных идей.

При проведении нашего исследования были использованы наиболее популярные социальные сети и онлайн-платформы.

- YouTube и Instagram находятся на первом месте. YouTube можно считать околонульным, доступным источником

информации, где можно непосредственно увидеть определенное количество потребителей контента и проследить их отношение к предлагаемому материалу. Instagram является провайдером преимущественно визуальной, «быстрой» информации; здесь текстовая информация вторична, контент манифестирован с помощью фотографий и кратких посылов, что делает его еще более привлекательным для молодежи.

- Facebook занимает второе место. По сравнению с другими широко используемыми социальными сетями, за последнее десятилетие в Facebook создавалась преимущественно интеллектуальная информация. Например, сайт «Одноклассники» в основном использовался в постсоветских странах и был полезен только для поиска старых друзей и новых знакомств. На наш взгляд, Facebook сейчас теряет свое интеллектуальное лицо, но остается ведущим генератором социального поведения.
- Telegram находится на третьем месте, так как это относительно новая платформа, она все еще развивается и интегрируется в общественную жизнь преимущественно на постсоветском пространстве.
- На четвертом месте Twitter. Механизмы использования данной платформы для вовлечения аудитории достаточно сложны, и ею в основном пользуются представители различных элит и руководящих кругов. Генерируемые в Twitter-е, сообщения указанных персон распространяются и становятся объектами дискурсов в вышеупомянутых сетях.
- В рамках нашего исследования была также использована информация из разных форумов и вики-дискуссий, где присутствует диалог по интересующим нас темам, даются

ссылки на научные источники и делаются попытки обоснования того или иного тезиса.

Живые акторы, или создатели контента

Как уже было отмечано, контент в социальных сетях создается так называемыми живыми акторами, которые ведут дискурс и решают, в каком направлении он пойдет. В целом можно выделить следующие группы:

- Создатели каналов, сайтов - генераторы новых идей. Это могут быть лица, интересующиеся данной тематикой, желающие обнародовать свои знания, информацию или идеи. Можно четко проследить причастность к этой деятельности третьих сторон. В рамках нашей работы, то есть в создающемся контенте о тюркскости народов Кавказа, отчетливо просматривается, например, турецкий след. Ниже мы рассмотрим, как это работает.
- Подозрительные, фейковые пользователи: их легко идентифицировать, можно игнорировать, но они создают тенденции, комментариями задают определенное направление дискуссии.
- «Борцы» за теории и идеи – это «настоящие акторы», люди заинтересованные в данной тематике, которые выражают собственное мнение и убеждения.

Месхетинские турки и аварцы

В рамках проводящейся работы мы наблюдали за контентом в социальных сетях, создающимся вокруг двух народов Кавказа: аварцев, коренного населения Дагестана, и месхетинских турок, этнической общности из Самцхе-Джавахетского региона Грузии. Эти народы проживают в разных частях Кавказа, имеют свои

собственные этнические идентичности, собственные истории и, на первый взгляд, ничего общего между ними нет. Однако исследование показывает наличие общих тенденций в дискурсе об идентичностях этих народов, продвигаемых третьей, заинтересованной стороной.

Турки Месхетского района

Грузии составляют абсолютное меньшинство в регионе. Большая часть этих людей проживает в Краснодарском крае России, в странах Средней Азии, небольшая часть - в США. Общее число их колеблется в пределах 500-600 тысяч человек. Даже поверхностный мониторинг СМИ показывает, что турецкими кругами проводится серьезная работа по повышению самосознания этой малочисленной группы. Турецкое правительство не жалеет усилий, чтобы поселить их в курдонаселенные районы восточной Турции. В дополнение к шагам, предпринимаемым правительством Турции в повседневной жизни - культурным мероприятиям и проч., - в социальных сетях создается определенный дискурс для повышения этнического самосознания турок-месхетинцев в русле тюркской идентичности.

Те же тенденции наблюдаются и в отношении других тюркоязычных народов Кавказа - кумыков, ногайцев, трухменов и т.д. Усилия Турции по удержанию региона под своим влиянием тут очевидны. Но если в случае с турками-месхетинцами, кумыками или ногайцами турецкая вовлеченность так или иначе объяснима, то в случае с аварцами, коренным народом Северного Кавказа, она кажется, на первый взгляд, не понятной (Aydingün et al. 2006: 25-26).

Аварцы — народ, кавказского происхождения, этническая территория которого находится в Нагорном Дагестане; аварцы живут также в Восточной Грузии и Республике

Азербайджан, они населяют большую часть горного ареала Дагестана. Помимо Дагестана, аварцы живут в Чечне, Калмыкии и других субъектах РФ.

Отдельные небольшие группы аварцев компактно проживают в Грузии, Турции, Казахстане, на Украине и других странах. Их общее число определяют в пределах одного миллиона.

Мониторинг различных платформ указывает на то, что и в данном сегменте, при обсуждении вопросов происхождения, истории и культуры аварцев, налицо внедрение дискурса, в котором однозначно заинтересована Турция. Аварцам *inter alia* приписывается тюркское происхождение, делаются попытки их вовлечения в орбиту тюркского этнического континуума и создания новой парадигмы идентичности, основанной на фальшивой идее о тюркских корнях и общесуннитской солидарности.

Стержни дискурса

Краеугольный камень, на котором строится подобный интернет-контент, - это вопрос об идентичности народов, являющийся целевым объектом порождаемых дискурсов.

- Первый шаг - этноним.
 - ✓ Аварцы. Проживая в сложном горном географическом положении, аварцы не называли себя общим этнонимом до XIX века. Их эндоэтнонимы были связаны либо с топонимами, либо с именами основателей той или иной династии, или нуцалами. Этноним *авар* был экзонимом, под которым (в разных версиях - *авхаз*, *аухар*, *аль-абар*) эти народы упоминаются в средневековых персидско-арабских и армяно-греческих источниках (Minorsky 1937: 447-448). По турецкой версии, активно внедряемой в

срцсетях, этноним *авар* тюркского происхождения и означает «ленивый, праздный человек», что разумеется, не имеет ничего общего с действительностью.

- ✓ Месхетинские турки. Этническое происхождение турок-месхетинцев - предмет напряженных политических дебатов, прежде всего, вокруг основного вопроса: являются ли турки-месхетинцы этническими турками или они - этнические грузины, принявшие на определенном этапе истории ислам. Термин «месхетинец» обычно используется теми, кто рассматривает население как этнических грузин, принявших ислам и перешедших на тюркоязычие в период, когда Месхетинский край находился под властью Османской империи. В начале советизации Грузии власти рассматривали мусульманское население Месхетии как этнических грузин, но все же разрешили преподавание турецкого языка в местных школах. С 1935 года турок-месхетинцев стали называть азербайджанцами. В результате власти ввели в месхетинских школах азербайджано-турецкий язык и во внутренних паспортах стали обозначать турок-месхетинцев как азербайджанцев (Aydingün et al. 2006: 13-15). Термин турки-месхетинцы впервые появился в конце 1960-х годов, сейчас в качестве самоназвания используется термин «турки-ахыска». Последний идет от названия Ахалцихе, крупнейшего города в родном регионе турок-месхетинцев на юге Грузии. Некоторые лидеры турок-месхетинцев предпочитают именно этот термин, поскольку он позволяет им подчеркивать турецкий элемент своей идентичности. Сегодня он уже доминирует в средствах массовой информации.

- Второй шаг – повышение самооценки и этнического самосознания народа.

Аварцы, имея многовековую историю, считают себя потомками средневекового царства Сарир; они ощущают органичность собственной ниши в регионе и гармонию в отношениях с соседними обществами.

Турецкие научные и околонучные круги активно обсуждают существование тюркского элемента среди аварцев. Предполагается, что происхождение этнонима *авар* связано с гуннами-аварами VI века, известными как *вархуны* или *обры*, которые, пройдя через Кавказ, осели Центральной Европе. Без каких-либо серьезных научных аргументов в социальных сетях создается контент, который и осуществляет целевую пропаганду данной теории. Такой контент однозначно не воспринимается аварцами, но при этом положительно воспринимается азербайджанцами и другими тюркскими группами.

В случае с турками-мехетинцами попытка вовлечь их в общетурецкую орбиту сводится к поиску определения их ниши в общетурецком «героическом» прошлом. В данном случае мехетинские турки представляются как небольшой осколок тюркского тела, оторванный от матери-Турции и прозябающий в чужих краях. Исходя из этого, в дискурс постепенно вводится идея о том, что Турция, как родина-мать, должна взять на себя заботу о своем отделенном чаде.

Третий шаг – создание общей памяти об исторической травме, несчастьях и трагедиях, которые данные народы пережили на любом из этапов своей истории. Эта пропагандистская линия четко разрабатывается и реализуется не только Турцией, но и странами Запада. Первый акцент делается на Кавказской войне 1817-1864 гг. Она показана как величайшая катастрофа, в результате которой Северный Кавказ был завоеван Российской

империей, а перед тюркскими народами и коренными народами Кавказа возникли серьезные проблемы выживания и самосохранения. Второй исторический эпизод – депортация народов советскими властями в 1944 году. Последнее особенно коснулось месхетинских турок, у которых, в результате депортации, в Средней Азии возникла диаспора, большей частью там и осевшая. Следующий эпизод – этническая чистка 1989г. в Узбекистане. Отмечая эти драматичные события в новой истории турок-месхетинцев и подчеркивая собственную готовность покровительства им, Турция инициировала процесс переселения этого народа в курдонаселенные районы на востоке страны.

Библиография

- Aydingün, A./Balım Harding, Ç./Hoover, M./Kuznetsov, I./Swerdlow, St. (2006), *Meskhethian Turks: An Introduction to Their History, Culture and Resettlement Experiences*, Washington, DC: Center for Applied Linguistics.
- Kozinets, R. (2017), "Management Netnography: Axological & Methodological Developments in Online Cultural Business Research", *The SAGE Handbook of Qualitative Business & Management Research Methods*, Cassell, C./Cunliffe, A./Grandy, G. (eds.), London: SAGE.
- Minorsky, V. (1937), "Commentary on the Translation of the *Hudūd al-‘Ālam*" (*The Regions of the World: A Persian Geography 372 A.H./982 A.D.*), London: Oxford University Press.

Netnography and Discourse on the Turkic Roots of the Caucasian Peoples in the Media Field*

Shushanik Ayvazyan

Russian-Armenian (Slavonic) University, Yerevan

Abstract

The article explores a new method of ethnological and ethnographic research - netnography, and in the light of this methodology, analyses the discourse about the Turkic roots of the Caucasian peoples in the media. The study focuses on two peoples living in different regions of the Caucasus—the Avars, the indigenous population of Dagestan, and the Meskhetian Turks from the Samtskhe-Javakheti region of Georgia, now settled mainly in Central Asia and Russia. Observation of two completely different peoples will allow us to analyse the development trends of this discourse entirely in the Caucasus.

Keywords: *Netnography, Avars, Meskhetian Turks, Internet, Turkey*

* The article is prepared within the framework of the Project 21AG-6A079 of the Committee of Science of the Republic of Armenia.