

УДК 316.346.32-053.6(=1.470.67):641.568(470.23-25)

## КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ КАРТЫ ПИТАНИЯ ДАГЕСТАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: ГРАЖДАНСКАЯ НАУКА КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СПОСОБ СБОРА ДАННЫХ

Шекера Екатерина Александровна,  
shekerak@gmail.com;  
ORCID: 0000-0001-6818-0181

Санкт-Петербургский государственный университет,  
Россия, 191124, г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3

**Шекера Екатерина Александровна**, соискатель ученой степени кандидата социологических наук Санкт-Петербургского государственного университета.

*Исследование выполнено в рамках нескольких направлений социологии: социологии миграции, социологии города и социологии питания. В статье предложено применять наработки гражданской науки, как альтернативного способа сбора данных при социальном картографировании городского пространства, на примере конструирования социальной карты питания молодежи из Республики Дагестан, проживающей в Санкт-Петербурге. Данная карта отражает национально-религиозные потребности и объективирована в пунктах питания (общепит) и пунктах реализации (торговые сети и точки) продукции «халяль». Для выявления социальных ресурсов Санкт-Петербурга для дагестанской молодежи, опираясь на исследования пищи как социального конструкта (П. Бурдые, Ю.В. Веселов, Е.Л. Капустина), был рассмотрен опыт предыдущих изысканий отечественных авторов при осуществлении поиска объектов (этнических заведений общественного питания) на урбанизированных территориях (Е.А. Варшавер и А.Л. Рочева, Е.Ю. Гуляева, Е.В. Дятлова, В.М. Пешкова, О.В. Пинчук и Т.Р. Миняжев, А.А. Пустарнакова и др.), проведен анализ возможностей, предоставляемых потребителям, ориентированным на продукцию «халяль», популярными картами 2ГИС, Яндекс и Google и иными интернет-ресурсами, с помощью метода социального картографирования городского пространства (Ч. Бут, Чикагская школа социологии и др.), привлечены наработки гражданской науки, которые эффективны при дефиците ресурсов (трудовых, временных и т. д.) на территориях с разнообразным ландшафтом (социальным, экономическим, культурным и т. д.). Результатом проведенного исследования является составление карты пунктов питания и реализации продукции «халяль» в Санкт-Петербурге, основанной на мнении дагестанской молодежи. Карта включает 87 объектов. Рассмотрены преимущества и недостатки привлечения гражданской науки, сделан вывод, что применение наработок гражданской науки в социологии – интересная и эффективная альтернатива иным способам сбора данных.*

**Ключевые слова:** гражданская наука, урбанизированная территория, халяль, Санкт-Петербург, социальное картографирование городского пространства, дагестанская молодежь, национально-религиозный общепит.

На фоне глобализационных процессов и с распространением политики толерантности особенности предпочтений питания разных групп населения становятся значимыми практиками, которые необходимо учитывать. Так, в России крупные пассажирские перевозчики предоставляют возможность выбора специального питания. Например, «Аэрофлот» [1] на борту предлагает меню, разработанное с учетом возраста, медицинских показаний и религиозных убеждений (кошерное, халяльное). Также на крупных мероприятиях, предполагающих проживание участников на территории принимающей стороны, предпочтения в питании учтены. Например, на форумах, проводи-

мых Федеральным агентством по делам молодежи [2] предлагается обычное, мусульманское, вегетарианское питание. Таким образом, мы наблюдаем не только коммерческий, но и социальный, и политический, интерес к особенностям и практикам питания разных групп населения.

Пища не только средство удовлетворения витальных человеческих потребностей, но и базовая составляющая габитуса, то есть системы прочных приобретенных predispositions, и, как следствие, значимый конструкт повседневной жизни. Поскольку «... габитус является порождающим принципом объективно классифицируемых практик и одновременно системой классификации этих практик [3, с. 26], то «питание не только обеспечивает воспроизводство социальной группы, но и формирует ее социальные границы. В питании каждая общественная группа формирует свою идентичность – как отличает себя от других, так и образует внутреннее единство» [4, с. 69]. Как отмечает Ю.В. Веселов: «производство продуктов питания и вся с этим связанная экономика, технологии и техника приготовления еды, обычаи ее потребления, предметы кухни, утварь вплетены в человеческие отношения. Это и есть первичные материальные отношения <...> продукты питания и техника их приготовления хоть и материальны, но представляют собой насквозь социальную конструкцию, как и потребность в питании не только физиологическая, но и социальная потребность» [5, с. 95].

Узловыми точками концентрации и смещения кухонь различных этнических групп являются города. Кухни объективируются в пространстве посредством предприятий общественного питания и мест торговли. Однако исследования городского ландшафта (не только физического, но и символического) имеют свои издержки, так как ввиду значительной концентрации объектов на большой территории усложняется их поиск, увеличивается время сбора данных и затрачиваются иные ресурсы. Также предприятия общественного питания и розничной торговли в основном относятся к малому бизнесу, что также влечет за собой недолговечность результатов поиска, так как малый бизнес уязвим с учетом нестабильной экономической ситуации и иных факторов. Таким образом, остается открытым вопрос: как собрать необходимую информацию в столь сложных условиях? В данной работе рассмотрен опыт предыдущих отечественных исследований по поиску объектов предприятий общественного питания, относящихся к разряду этнических, а также предложена альтернатива описанным способам. Применяя наработки гражданской науки, автор попытался составить социальную карту питания, которая представляет собой карту расположения инфраструктуры удовлетворения национально-религиозных потребностей на примере пунктов питания и реализации продукции «халяль» (всё то, что разрешено и допустимо в исламе; наиболее часто это понятие используется для обозначения правильно приготовленной и дозволенной мусульманам пищи [6]), актуальной для дагестанской молодежи, проживающей в Санкт-Петербурге.

Как отмечает В.М. Пешкова: «сталкиваясь с многочисленными повседневными потребностями и не находя возможности удовлетворить их с помощью имеющихся в российских городах институций, мигранты начинают искать собственные пути посредством различных стратегий самоорганизации» [7, с. 131]. В статье предпринята попытка очертить срез символического социального пространства города сквозь призму пищевых привычек дагестанской молодежи, проживающей в Санкт-Петербурге. В рамках исследований пищевых привычек интересны результаты, полученные Е.Л. Капустиной, изучавшей повседневные практики трудовых мигрантов из Республики Дагестан, осуществляющих трудовую деятельность в Ханты-Мансийском автономном округе. Так, среди наиболее популярных товаров, перемещаемых с малой родины, лидируют про-

дукты питания: свежее мясо (баранина, говядина), сушеное мясо, в меньшей степени птица и рыба, домашний сыр, урбеч, варенье и другие домашние заготовки, сушеные травы. Как отмечает Е.Л. Капустина со ссылкой на А. Пелейкис (A. Peleikis): «Специалитеты, локальные деликатесы и ингредиенты для традиционных блюд – один из самых распространенных видов товаров, перемещаемых трансмигрантами» [8, с. 30]. В целом, Е.Л. Капустина, акцентируя внимание на том, что мигранты проживают в больших городах с развитой инфраструктурой, приходит к выводу, что описанные выше мигрантские практики обусловлены не столько невозможностью найти нужные товары в месте миграции или их дороговизной, сколько восприятием товаров из Дагестана как обладающих более привлекательными характеристиками и отвечающих вкусам мигрантов (дагестанское мясо безоговорочно вкуснее любого другого и т. д.) [8].

### Методология и источники

Исследовательская задача – выявление специфических социальных ресурсов Санкт-Петербурга для дагестанской молодежи, проживающей в городе, выраженных в насыщенности территории объектами удовлетворения национально-религиозных потребностей, которые включают пункты питания (общепит) и пункты реализации (торговые сети и точки). При рассмотрении опыта предыдущих изысканий отечественных авторов при осуществлении поиска объектов (этнических заведений общественного питания) на урбанизированных территориях был предложен альтернативный способ – применение наработок гражданской науки, которые эффективны при дефиците ресурсов (трудовых, временных и т. д.), на территориях с разнообразным ландшафтом (социальным, экономическим, культурным и т. д.).

**Социальное картографирование городского пространства.** В конце XIX – начале XX вв. город как объект исследования в социальных науках попал в фокус внимания Ч. Бута, Дж. Адамса, Чикагской школы социологии (Р. Парк, Э. Берджесс, К. Линч и др.), Г. Ганса, Д. Харви и других авторов, заложивших основы классических исследований урбанизированных территорий. Городское пространство для социальных агентов не является объективно заданной реальностью: оно осознается и познается посредством субъективного восприятия [9, с. 68]. Таким образом выстраиваются субъект-объектные отношения (например, К. Линч [10] и его метод ментальных карт). Один из классических методов – метод социального картографирования городского пространства, введенный в арсенал научных методов Ч. Бутом на примере составления карты Лондона, в основе которой – разница в доходах жителей. Социальное картографирование представляет собой группу методов пространственно-графического и информационно-графического отображения социальной реальности (в том числе ее восприятия, освоения, «присвоения»). Предметом картографирования могут быть не только объективные социальные явления и процессы на определенной территории, но и их субъективное восприятие населением [11]. Социальное картографирование может быть применено только в совокупности с другими методами. Как правило, для этой цели используются следующие методы: анкетирование, интервью, фокус-группы, наблюдение, сбор визуального материала, анализ информационных ресурсов; также могут быть применены авторские методики.

**Гражданская наука** [12]. Термин «гражданская наука» (от англ. *Citizen Science*) был одновременно введен в 1990-е годы независимыми друг от друга исследователями – А. Ирвином и Р. Бонни. В Оксфордский словарь английского языка термин вошел в 2014 г., где определен как «научная деятельность, осуществляемая представителями общественности, часто в сотрудничестве с профессиональными учеными и научными

учреждениями или под их руководством» [13]. В целом гражданскую науку можно определить как концепцию проведения исследований посредством привлечения широкой общественности с целью приращения научных знаний. В большинстве случаев отсутствует необходимость обладания профессиональными навыками, главное – наличие времени и желания участвовать. Обычно гражданская наука применяется в больших масштабах, опираясь на пространственно рассредоточенную сеть гражданских ученых. Однако она также применима и на локальных уровнях, когда гражданские ученые сами являются частью группы, на которую направлен исследовательский интерес.

**Этнический/национально-религиозный/региональный общепит как объект исследования.** В отечественных социальных науках пик публикаций по данной тематике пришелся на 2014–2017 гг. Не претендуя на полный обзор статей, рассмотрим способы поиска объектов в городской среде – предприятий общественного питания, предлагающих этническую/национально-религиозную/ региональную кухню.

Е.А. Варшавер и А.Л. Рочева [14], представившие результаты исследовательского проекта, посвященного изучению сообществ мигрантов, локализованных в среднеазиатских, северокавказских и закавказских кафе Москвы, осуществляли поисковый этап через выделение районов для нахождения кафе-сообществ по определенным критериям, индивидуальный обход районов, экспресс-посещения кафе, спонтанный опрос мигрантов.

Е.Ю. Гуляева [15], анализируя вопросы репрезентации этничности в ресторанах армянской кухни в Санкт-Петербурге, имела большой массив информации, зафиксированной в полевых дневниках наблюдений предыдущих исследований [16], также привлекла данные интервью и объекты, найденные на разных поисковых сайтах, таких как «Афиша» и ZOOM, но использование данных сайтов не дало четких результатов, так как большинство ресторанов предлагает не одну конкретную кухню, в данном случае армянскую, а несколько кулинарных направлений. Также дополнительным источником информации послужили сведения об этнических кафе и ресторанах Санкт-Петербурга в периодической печати, на их собственных и других сайтах, размещенные в интернете отзывы посетителей.

Е.В. Дятлова [17], изучая способы репрезентации этничности в китайском общепите Иркутска, обратилась к Yandex-картам. При этом исследовательницей признается ограничение данного метода ввиду того, что на карте обозначены не все заведения китайской кухни, а только официально зарегистрированные.

В.М. Пешкова [7, 18], конструируя инфраструктуру трудовых мигрантов из Узбекистана и Киргизии в Москве, осуществляла поиск мигранто-ориентированных среднеазиатских кафе по принципу локализованности в районах мелкооптовых московских рынков, также привлекались публикации в СМИ.

О.В. Пинчук и Т.Р. Миняжев [19], определяя сетевые сообщества трудовых мигрантов из Азербайджана, помимо столичных рынков выявляли также рестораны и небольшие рыночные кафе, так или иначе маркированные как «азербайджанские». Но не понятен критерий маркированности, каким образом были найдены объекты.

А.А. Пустарнакова [20], изучая репрезентацию этнических «Других» в городском пространстве на примере этнических ресторанов Самары, выбрала в качестве объектов исследования только те самарские рестораны и кафе, у создателей которых была возможность влиять на ресторанные концепции, это исключительно местные «продукты». Однако не понятен критерий «влияние на ресторанные концепции» и то, как отобранные объекты выделялись эмпирически. В другой статье, также посвященной репрезентации «дружести» в этнических ресторанах [21], критерием отбора послужил следую-

щий принцип: эти рестораны не сетевые, то есть их этнические концепции выстраиваются местными экспертами, в том числе и этническими «профессионалами» (представителями именно тех этнических групп, название и символика которых используются в конструировании этнической «дружеской» ресторанного пространства). Также не ясно, все ли это возможные варианты или только те заведения, с чьей администрацией удалось установить контакт для проведения исследования.

Рассматривая особенности национальной кухни Еврейской автономной области (ЕАО), В.А. Каштанюк и Е.В. Титова [22] привели перечень организаций общественного питания на территории ЕАО, но не указали способ осуществления поиска данных.

Т.В. Мазанкова [23], освещая вопросы развития китайской кухни в г. Хабаровске, помимо официальных документов (постановление губернатора Хабаровского края) активно привлекает интернет-источники (Eda27.ru – справочник кафе и ресторанов Хабаровска, bizspravka.org – бизнес-справочник России) для подсчета количества предприятий общественного питания, где представлена китайская кухня.

А.Ю. Кононов и Л.В. Логинова [24], исследуя особенности организации питания туристов во Владивостоке (на примере туристов из КНР), отметили, что во Владивостоке почти 90 предприятий общественного питания, ориентированных на китайскую кухню, но не уточнили источник данных.

Р.Г. Мударисов и А.Д. Кобитев [25], изучая гастрономический туризм по татарской национальной кухне города Казани, обратились к Яндекс-картам, обнаружив 12 кафе и ресторанов, предлагающих национальные блюда и репрезентирующих татарскую культуру в Казани.

Н.М. Галимуллина, О.Н. Коршунова, И.Р. Феоктистова [26], анализируя нейминг заведений общественного питания в контексте межкультурной коммуникации на примере предприятий общественного питания Нижнего Новгорода и Казани, для поиска объектов обращаются к электронным картам 2ГИС. Выборка составила более 3500 наименований.

Особенно интересна работа Ц. Цзиня [27], изучавшего социальные характеристики посетителей китайских ресторанов Санкт-Петербурга как специфической социальной группы. В выборку попало 120 китайских ресторанов, что представляется наиболее полным списком китайских ресторанов Санкт-Петербурга, поскольку в выборке присутствуют наряду с сетевыми и независимыми тенивые рестораны. Однако, к сожалению, в фокусе статьи не был этап поиска ресторанов, хотя разведывательный опыт был бы очень полезен для исследователей, интересующихся данным направлением.

Таким образом, можно выделить следующие тенденции поиска объектов:

- долгосрочные командные или одиночные исследования с «пошаговым» поиском объектов на выделенных территориях, наблюдение и опросы;
- продолжение ранее проведенных исследований с изменением фокуса на национальную кухню, представленную в заведениях общепита;
- привлечение интернет-сервисов (наиболее популярны Яндекс-карты) и интернет-источников;
- привлечение официальных документов;
- неуказанные источники данных;

Также через все научные изыскания красной нитью проходит личный опыт исследователей: в повседневной жизни мы можем сталкиваться с заведениями, информация о которых служит отправной точкой.

Таким образом, варианты поиска объектов в городской среде (предприятий общественного питания, где представлена этническая/национально-религиозная/региональная

кухня), довольно разнообразны. Активно привлекаются способы, доступные благодаря современным информационным технологиям. Выявлен перевес в сторону анализа мировых кухонь, интерес к кухням народов России заметно слабее, также не найдено исследований предприятий общепита, предлагающих кухни, включающие ярко выраженные религиозные ограничения (халяльная, кошерная пища).

Итак, высокую эффективность при поиске объектов показало использование интернет-сервисов. Рассмотрим возможности интернет-сервисов, предоставляемых потребителям, ориентированным на продукцию «халяль»<sup>1</sup> (геоинформационные системы (интерактивные электронные карты) 2ГИС, Yandex и Google, Tripadvisor, ZOOM и сайта «Афиша»).

На период исследования (сентябрь/октябрь 2019 г.) на электронных картах Google было доступно два механизма поиска: 1) просто набрать в поисковой строке слово «халяль»; доступно 120 вариантов, но также нет определенного критерия «халяльности»; в выборку попадают: сеть похоронных бюро, рестораны и кафе индийской кухни, сеть магазинов натуральных продуктов «ВкусВилл» и т. д.; 2) сначала выбрать категорию, например «продуктовые магазины», затем приписать слово «халяль»; по данной категории доступно 44 варианта, но недостатки полученных результатов такие же, как описанные при варианте № 1. В марте 2022 г. при первом варианте поиска было доступно 160 вариантов, но недостатки данного способа те же. Отбор по категориям не эффективен, так как недостатки те же, что и при использовании первого варианта (поисковая выдача: магазинов – около 20 вариантов, ресторанов – около 80); точное количество определить сложно, так как при отдалении от найденного объекта карта постепенно расширяет географическую область поиска, отображая схожие варианты, расположенные поблизости. Размытость выборки обусловлена тем, что при вычленении вариантов по ключевому слову «халяль» она формируется, в том числе, на основе отзывов, например если кто-нибудь напишет, что рядом с каким-нибудь заметным объектом расположен хороший магазин «халяль», то этот объект попадет в выборку.

На Yandex-картах также доступно два варианта поиска: 1) если просто набрать в поисковой строке слово «халяль», доступно 65 вариантов; выборка довольно чистая, хотя в нее и попала книжная лавка; 2) если сначала выбрать категорию, например «кафе», затем приписать слово «халяль», результаты поиска хуже: попадают отдельно и «кафе», и «халяль», поэтому первый вариант более эффективен. В марте 2022 г. при использовании первого варианта выборка составила 64 варианта, при применении второго варианта – отбор «халяль» по категориям «где поесть», «продукты», «кафе» – выборка взаимопроникаема, поэтому данный способ малоэффективен. Также возможен отбор по последовательной фильтрации «где поесть», «кухня халяль» – доступно 10 вариантов по Санкт-Петербургу.

На электронных картах 2ГИС механизм поиска выглядел следующим образом: выбираем в разделе «поесть» «кухня» «халяльная» – всего 16 вариантов по Санкт-Петербургу, которые уже делятся на разные кухни: восточная, азербайджанская, кавказская, узбекская и т. д., также можно было выбрать и продуктовые магазины «халяль» – 10 вариантов. Из минусов данного способа – отсутствие строго определенного критерия «халяльности». Так, например, в выборку попала сеть ресторанов быстрого питания KFC. В марте 2022 г. при первом варианте поиска – 24 объекта (рестораны и кафе), при втором – 52 (рестораны, кафе, магазины).

---

<sup>1</sup> Вторичный сбор информации – март 2022 года. Также проводился сравнительный поиск на момент исследования (сентябрь/октябрь 2019 г.), но в связи с устареванием информации было решено обновить данные (тенденции сохранились).

Интернет-сервис Tripadvisor позволяет осуществлять поиск по категории «халяль», но выборка крайне мала – всего 8 вариантов на момент сбора данных. Более востребован способ по типу кухни «кавказская» – 199 вариантов, однако представляет широкий спектр кухонь, который можно охарактеризовать как fusion.

Интернет-сервис ZOON также позволяет искать по категории «халяль», выборка мала – 17 вариантов.

На сайте «Афиша» доступен выбор по типу кухни (грузинская, армянская, турецкая и т. д.), а также по системе питания: вегетарианское и постное меню, однако категория «халяль» отсутствует.

Итак, рассмотрение возможностей интернет-сервисов, предоставляемых потребителям продукции «халяль», позволило выявить недостатки данных способов, отражая явную «размытость» применения категории «халяль» на практике. Соответственно, было принято решение о применении альтернативного способа – попытки применения наработок гражданской науки. Обращение к сообществу дагестанской молодежи за помощью в исследовании – логичный шаг, поскольку анализируется их гастрономический габитус, который не только может включать категорию «халяль», но и имеет ярко выраженные региональные особенности в виде конкретных национальных блюд.

Для того чтобы собранные данные вернулись обратно в обработанном виде в общество, решено выгружать их на платформу halalguide.me (основатель Айрат Касимов), которая представляет собой путеводитель по миру «халяль»: на картах различных городов отмечены не только мечети, молельные дома, кафе, рестораны и магазины, сайт также содержит много полезной информации (новости, афиша, праздники) из мира ислама. Карта является открытой и интерактивной, то есть каждый желающий может добавить новое место «халяль», а также оставить отзывы об уже существующих. Также на платформе введено понятие «уровень доверия», которое применяется к градации всех точек (кафе, магазинов и т. д.) по трем типам: красный – в точке помимо продукции «халяль» продается алкоголь, желтый – продается продукция «халяль», но не сертифицирована соответствующим органом, зеленый – у точки есть сертификат Международного центра стандартизации и сертификации «халяль» при Совете муфтиев России.

Итак, в данной работе предпринята попытка выявить инфраструктуру удовлетворения национально-религиозных потребностей, дагестанской молодежи, проживающей в Санкт-Петербурге, которая включает в себя две составляющие: пункты питания (общепит) и пункты реализации (торговые сети и точки). Определение «национально-религиозный» представляется наиболее точным, поскольку в основе лежат религиозные предписания («халяль»), но также имеются национальные/региональные особенности. Также «национально-религиозный общепит» применяется в рамках исследования как синоним более распространенного понятия «этнический общепит» (данные понятия, как и само понятие «дагестанская молодежь», используются сквозь призму конструктивистского подхода, несмотря на согласие с критикой Р. Брубейкера [28] применения данных практик). Под этническим общепитом понимаются предприятия общественного питания, представляющие национальные кухни, культуру, традиции, как правило, в инокультурном пространстве [17]. Данное определение крайне широкое, поскольку на практике отнести то или иное заведение к этническому общепиту довольно сложно: критерии зачастую размыты. Интересен механизм категоризации того или иного заведения как этнического ресторана/кафе, предложенный Е.А. Варшавером и А.Л. Рочевой в исследовании среднеазиатских, северокавказских и закавказских кафе Москвы. Кафе признавалось этническим «в случае удовлетворения трех условий: наличие блюд наци-

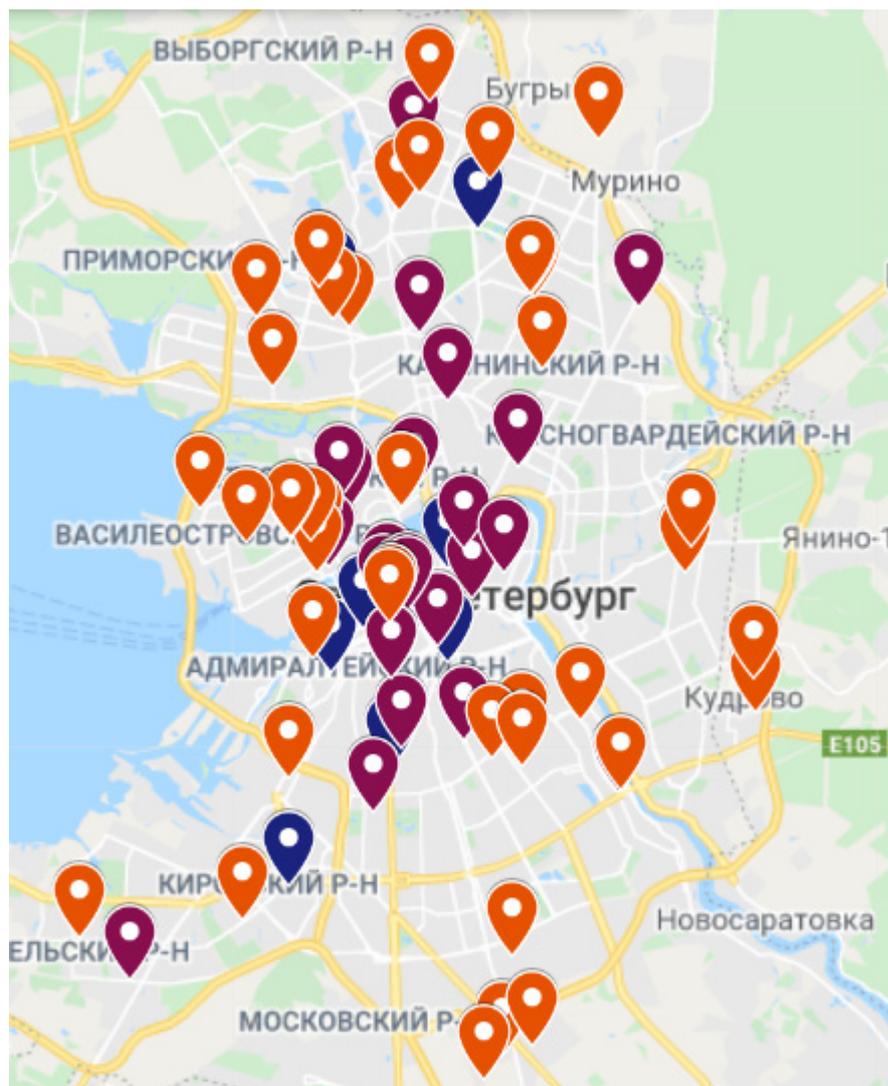
ональной кухни; присутствие среди посетителей представителей видимых меньшинств (как минимум по отдельным событиям или с некоторой регулярностью); видимые меньшинства должны быть и среди работников кафе» [14, с. 108]. Однако Е.А. Варшавер и А.Л. Рочева сами в итоге приходят к выводу, что сообщества в этнических кафе не собираются по этническому принципу [14]. Поэтому было решено отказаться от категоризации, сконструированной исследователями, и предложено дагестанской молодежи самой обозначить пункты реализации продукции и заведения общепита как «халяльные» в том значении, в каком она сама его понимает (о постановке исследовательского задания см. далее).

### Результаты

Сбор данных проходил на базе крупной дагестанской группы, ориентированной на проживающих в Санкт-Петербурге земляков (18,5 тыс. подписчиков на время проведения исследования) и функционирующей в социальной сети «ВКонтакте». Основная часть подписчиков группы – молодежь, причем мужчин больше, чем женщин по всем возрастным категориям (62,6 и 37,3 % соответственно). Наиболее активную часть составляют подписчики в возрасте от 24 до 35 лет, из возрастной классификации, содержащей восемь возрастных интервалов, предложенных социальной сетью «ВКонтакте»; на данную возрастную категорию (три возрастных интервала) приходится 53,6 % подписчиков в целом<sup>2</sup>. Пользователям группы предложено добавить известные им точки «халяль» на платформе [halalguide.me](http://halalguide.me). В задании было необходимо помимо указания обязательной информации (названия, графика работы, адреса) также добавить фотографии (входа с вывеской со стороны улицы и для кафе – меню, хотя бы одну страницу с основными блюдами). Также в качестве дополнительной информации предлагалось указать, продают ли в данном заведении алкоголь (эта позиция стала наиболее спорной, поскольку разгорелась дискуссия по поводу того, что если в заведении продается алкоголь, то оно автоматически лишается статуса «халяль»). Таким образом, был поднят вопрос о том, что сама дагестанская молодежь/гражданские ученые понимают под определением «халяль». Однако несмотря на виральный охват данного поста – более 12 тыс. после двух недель ожидания, – получен нулевой результат. Ошибкой в данном случае было отсутствие проверки использования данного способа самими исследователями с точки зрения пользователя: помимо общего неудобства – необходимости регистрации на платформе, включая идентификацию посредством адреса электронной почты и телефона, а также их подтверждения, существовало и неудобство технического характера – модерация добавляемых на карту объектов проходит довольно долго. Проанализировав ситуацию, была изменена стратегия сбора данных: было необходимо просто написать в комментариях под постом название заведения, адрес, и по возможности прикрепить фотографии, то есть пользователь оставался в рамках одной социальной сети и все предложенные операции легко можно было выполнить со смартфона. Полученные данные были перенесены исследователями на карту (см. рисунок), которая насчитывает 87 объектов: 44 магазина, 32 кафе, 8 ресторанов, 3 фермерских хозяйства<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Данные предоставлены администратором группы на основе статистики среднесуточных посещений с октября 2019 по август 2020 г.

<sup>3</sup> Карта не включает фермерские хозяйства, поскольку они находятся в отдалении от центра, в связи с чем необходимо было бы уменьшить масштаб карты, тем самым увеличив скученность объектов, что затруднило бы читаемость карты.



Источник: составлено автором.  
Source: compiled by the author.

**Рисунок.** Карта расположения инфраструктуры удовлетворения национально-религиозных потребностей – пунктов питания и реализации продукции: синий – рестораны; фиолетовый – кафе; оранжевый – магазины

**Figure.** Map of the location of the infrastructure to meet the national and religious needs of food outlets and product sales: blue – restaurants; purple – cafe; urged – shops

Таким образом, мы сформировали социальную карту питания – пространственную сеть инфраструктуры удовлетворения национально-религиозных потребностей дагестанской молодежи, проживающей в Санкт-Петербурге, которую возможно использовать в дальнейших исследованиях. Большинство объектов расположено в районах с наибольшей проходимостью – в центре, особенно в районе станций метро Сенная площадь/Садовая/Спасская (14 из 87), где находятся рынки Сенной и Апраксин двор. Скопление объектов закономерно расположено вблизи религиозных учреждений [29]: в районе Соборной мечети (5), Коломяжской мечети (5), на Васильевском острове (9), где находятся РОО «Культурно-просветительский центр «Дагестан» и СПб РОО «Исламский культурный центр». Также часть объектов «оттянута» к окраинам города – к основным местам проживания дагестанской молодежи (20 из 87 – подсчет не включает

Васильевский остров) [30]. Отметим, что Васильевский остров является и местом расположения религиозных учреждений, и популярным местом проживания дагестанской молодежи, поскольку на острове расположены общежития Санкт-Петербургского государственного университета и Санкт-Петербургского горного университета, а также их учебные корпуса. В названии большинства объектов (40 из 87) фигурирует слово «халяль», включая вариации халал/халол/halal, также популярны северокавказские, турецкие, арабские, среднеазиатские названия, которые в основном включают в себя географические объекты (31 из 87): Дагестанская лавка, MagGroz (Магас + Грозный), Анталия, Медина и т. д. Выбор религиозных эргонимов гарантирует безошибочную идентификацию данного заведения как «своего, знакомого, понятного», так как они являются значимыми маркерами в пространстве большого города [26]. Также стоит отметить, что в список кафе попали заведения, не отражающие халяльность, такие как «Дилижанс», «Вкусная кухня», однако предлагающие в меню восточную кухню и «халяль» соответственно. Также в городе представлены сетевые магазины, реализующие продукцию «халяль», такие как «Эко Прод», и функционирующие и в других регионах страны. Таким образом, созданная карта вносит вклад в конструирование жизненного пространства дагестанской молодежи, проживающей в Санкт-Петербурге, раскрывая один из элементов, облегчающих социальную адаптацию в крупном городе.

### Заключение

Таким образом, привлечение наработок гражданской науки обладает рядом преимуществ при сборе данных на сложных урбанизированных территориях:

- постановка исследовательского вопроса – гражданские ученые сами операционализировали понятие, то есть определили, что такое «халяль» в их понимании;
- возможность более широкого охвата – ученому не надо устанавливать личные контакты с каждым исследуемым, как, например, при применении классических опросных методов сбора данных, используемых в социальных науках. Так, в нашем случае некоторые гражданские ученые самостоятельно опросили свое окружение по интересующему вопросу и добавили полученные результаты;
- сохраняется большая анонимность (отсутствует «паспортичка»), что важно при работе с некоторыми категориями людей, в данном случае – мигрантами;
- нет привязанности ко времени – сбор данных проходил несколько недель, в течение которых гражданские ученые могли добавить объекты или уточнить информацию по уже добавленным;
- полученные данные представляются более надежными за счет заинтересованности гражданских ученых в результатах исследования. Так, гражданские ученые сами «очищали» и корректировали результаты, например указывали на уже закрытые заведения или уточняли адреса;
- возможность выявления незарегистрированных объектов либо объектов, доступных только для «своих»;
- экономия временных и трудовых ресурсов, поскольку часть работы делегируется гражданским ученым.

Однако существуют и ограничения применения наработок гражданской науки [31]:

- для реализации гражданской науки требуется: создание академической, проектной и информационной инфраструктуры, а также необходимой материально-технической базы; заинтересованность граждан в исследовании, чтобы обеспечить достаточное участие;

- подключение к существующим группам или партнерским организациям представляется особенно эффективным; так, для получения довольно закрытой информации, необходимо действовать с поддержкой лидера, желательно обладающего символической властью, то есть способного «достучаться» до исследуемой группы;
- удобство использования предлагаемых исследовательских инструментов для пользователя.

В целом применение наработок гражданской науки в социологии является интересной и эффективной альтернативой иным способам сбора данных.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Питание на борту. Аэрофлот – Российские авиалинии. URL: <https://www.aeroflot.ru/xx-ru/information/onboard/dining> (дата обращения 03.06.2020).
2. Главное. Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь). URL: <https://mygsmol.ru> (дата обращения 03.06.2020).
3. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6. – № 3. – С. 25–48.
4. Веселов Ю.В. Современная социальная система питания // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2015. – Т. 18. – № 1. – С. 68–82.
5. Веселов Ю.В. Повседневные практики питания // Социологические исследования. – 2015. – № 1. – С. 95–104.
6. Гогиберидзе Г.М. Исламский толковый словарь. – Ростов-н/Д: Феникс, 2009. – 266 с.
7. Пешкова В.М. Инфраструктура трудовых мигрантов в городах современной России (на примере мигрантов из Узбекистана и Киргизии в Москве) // Мир России. – 2015. – № 2. – С. 129–151.
8. Капустина Е.Л. Между Севером и землей: дорога из Западной Сибири в Дагестан как элемент социального пространства транслокального мигранта // Социологические исследования. – 2017. – № 5. – С. 27–33.
9. Семенова В. Картирование городского пространства: основные подходы к визуальному анализу // Визуальная антропология: городские карты памяти / под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. – М.: Вариант, 2009. – С. 67–82.
10. Линч К. Образ города. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
11. Нотман О.В., Багирова А.П. Социальное картографирование пространства мегаполиса: микрорайоны как места проживания, места приложения труда и места досуговой активности жителей // Социологический журнал. – 2020. – Т. 26. – № 2. – С. 124–143. DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.2.7269>.
12. Шекера Е.А. Ресурсы гражданской науки и социологии (на примере конструирования социальной карты питания дагестанской молодежи в Санкт-Петербурге) // Дискурс. – 2022. – № 8 (4). – 91–108. DOI: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-4-91-108>.
13. Citizen Science // Oxford English Dictionary. URL: <http://www.oed.com/view/Entry/33513?redirectedFrom=citizen+science#eid316619123> (дата обращения 03.02.2023).
14. Варшавер Е.А., Рочева А.Л. Сообщества в кафе как среда интеграции иноэтничных мигрантов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2014. – Т. 3. – № 121. – С. 104–114. DOI: 10.14515/monitoring.2014.3.06.
15. Гуляева Е.Ю. Что делает ресторан этническим? (на примере армянских ресторанов в Санкт-Петербурге) // Антропологический форум. – 2017. – № 32. – С. 67–94.
16. Гуляева Е.Ю. Кулинарные практики и этничность (по материалам наблюдений и интервью с армянами Петербурга) // Этнографическое обозрение. – 2012. – № 5. – С. 24–40.
17. Дятлова Е.В. Китайский общепит в процессе этнизации городского пространства (на примере Иркутска) // Известия Иркутского государственного университета. – 2014. – № 10. – С. 166–179.
18. Пешкова В.М. Среднеазиатские этнические кафе Москвы: мигрантская инфраструктура в городском пространстве // Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи / под ред. В.И. Дятлова, К.В. Григоричева. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2015. – С. 186–202.
19. Пинчук О.В., Миняжев Т.Р. Рынки и рестораны Москвы: сетевые сообщества трудовых мигрантов из Азербайджана // Журнал исследований социальной политики. – 2017. – Т. 15. – № 2. – С. 251–266.
20. Пустарнакова А.А. Репрезентация этнических «Других» в городском пространстве // Вестник Самарского государственного университета. – 2007. – Т. 1. – № 51. – С. 41–49.

21. Пустарнакова А.А. Этнический Другой как коммуникативный субъект: анализ репрезентаций «другости» в этнических ресторанах // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2008. – Т. 2. – № 32. – Вып. 1. – С. 253–259.
22. Каштанюк В.А., Титова Е.В. Национальная кухня как способ межкультурных коммуникаций в Еврейской автономной области // Russian Journal of Education and Psychology. – 2015. – Т. 8. – С. 439–450.
23. Мазанкова Т.В. Китайское наступление: развитие китайской кухни в Хабаровске // Baikal Research Journal. – 2015. – Т. 6. – № 5. DOI: 10.17150/2411-6262.2015.6(5).15.
24. Кононов А.Ю., Логинова Л.В. Особенности организации питания туристов во Владивостоке (на примере туристов из КНР) // Материалы XX Междунар. науч.-практ. конф.-конкурса студентов, аспирантов и молодых учёных (26–27 апреля 2018 года). В 5 т. Т. 3. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 317 с. URL: [https://miost.vvsu.ru/science/pub/details/material/2145871803/osobennosti\\_organizatsii\\_pitaniia\\_turistov](https://miost.vvsu.ru/science/pub/details/material/2145871803/osobennosti_organizatsii_pitaniia_turistov) (дата обращения 03.06.2022).
25. Мударисов Р.Г., Кобитев А.Д. Гастрономический туризм по татарской национальной кухне города Казани // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – Т. 9. – № 4. – С. 95–103.
26. Галимуллина Н.М., Коршунова О.Н., Феоктистова И.Р. Нейминг заведений общественного питания в контексте межкультурной коммуникации // Вестник Чувашияского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2019. – Т. 3. – № 103. – С. 19–27. DOI: 10.26293/chgru.2019.103.3.003.
27. Цзинь Ц. Китайские рестораны в Санкт-Петербурге: исследование социологии питания // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2017. – Т. 20. – № 3. – С. 111–135. DOI: <https://doi.org/10.31119/jssa.2017.20.3.6>.
28. Брубейкер Р. Этничность без групп. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 408 с.
29. Варшавер Е.А., Рочева А.Л. Сообщества мигрантов в Москве: механизмы возникновения, функционирования и поддержания // Новое литературное обозрение. – 2014. – № 127 (3). URL: [https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe\\_literaturnoe\\_obozrenie/127\\_nlo\\_3\\_2014/article/11010/](https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/127_nlo_3_2014/article/11010/) (дата обращения 03.02.2023).
30. Шекера Е.А. Дагестанская молодежь в Санкт-Петербурге: социальная карта расселения // Дискурс. – 2020. – № 6 (3). – С. 94–108. DOI: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-3-94-108>.
31. Шекера Е.А. Возможности и ограничения применения методов гражданской науки при исследовании урбанизированных территорий (на примере составления карты пунктов питания и реализации продукции халяль в Санкт-Петербурге) // Молодежь XXI века: образ будущего: материалы научной конференции XIII Ковалевские чтения, 14–16 ноября 2019 года. – СПб.: Скифия-принт, 2019. – С. 121–122.

*Поступила: 21.04.2023.*

*Принята после рецензирования: 13.06.2023.*

UDC 316.346.32-053.6(=1.470.67):641.568(470.23-25)

## DESIGN OF THE SOCIAL NUTRITION MAP OF DAGESTAN YOUTH IN ST. PETERSBURG: CIVIL SCIENCE AS AN ALTERNATIVE WAY OF DATA COLLECTION

**Ekaterina A. Shekera,**

shekerak@gmail.com;

ORCID: 0000-0001-6818-0181

Saint Petersburg State University,  
1/3, Smolnyi street, St. Petersburg, 191124, Russia

**Ekaterina A. Shekera**, applicant, Saint Petersburg State University.

*The article is written in the interdisciplinary field of sociology of migration, urban sociology and sociology of food and nutrition. The article proposes to apply the developments of civil science as an alternative way of collecting data in the social mapping of urban space, using the example of design of a social nutrition map for young people from the Republic of Dagestan living in St. Petersburg, which reflects national and religious needs and is objectified in food outlets (catering) and points of sale (trading networks and outlets) of Halal products. In order to identify the social resources of St. Petersburg for Dagestan youth living in the city, we, relying on studies of food as a social construct (P. Bourdieu, Yu.V. Veselov, E.L. Kapustina), considered the experience of previous studies by domestic authors in the implementation search for objects (ethnic catering establishments) in urban areas (E.A. Varshaver and A.L. Rocheva, E.Yu. Gulyaeva, E.V. Dyatlova, V.M. Peshkova, O.V. Pinchuk and T. R. Minyazhev, A.A. Pustarnakova et al.), analyzed the opportunities provided to halal-oriented consumers by popular 2GIS, Yandex and Google maps and other Internet resources, using the method of social mapping of urban space (Ch. Booth, Chicago School of Sociology, etc.), attracted the developments of civil science, which are effective when there is a shortage of resources (labor, temporary, etc.), in territories with a diverse landscape (social, economic, cultural, etc.). The result of the study is the compilation of a map of food outlets and the sale of halal products in St. Petersburg, based on the opinion of Dagestan youth, the map includes 87 objects. The advantages and disadvantages of involving citizen science are considered, and it is concluded that the application of citizen science developments in sociology is an interesting and effective alternative to other methods of data collection.*

**Key words:** civil science, urbanized area, halal, St. Petersburg, social mapping of urban space, Dagestan youth, national-religious public catering.

### REFERENCES

1. *Pitanie na bortu. Aeroflot – Rossiyskie avialinii* [Meals on board. Aeroflot – Russian Airlines]. 2020. Available at: <https://www.aeroflot.ru/xx-ru/information/onboard/dining> (accessed 3 June 2020).
2. *Glavnoe. Federalnoe agentstvo po delam molodezhi (Rosmolodezh)* [The main thing. Federal Agency for Youth Affairs (Rosmolodezh)]. Available at: <https://myrosmol.ru> (accessed 3 June 2020).
3. Bourdieu P. Razlichenie: sotsialnaya kritika suzhdeniya [Distinction: a social critique of the judgment of taste]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2005, no. 6 (3), pp. 25–48.
4. Veselov Yu.V. Sovremennaya sotsialnaya sistema pitaniya [The contemporary social system of food]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, 2015, no. 18 (1), pp. 68–82.
5. Veselov Yu.V. Povsednevnye praktiki pitaniya [Routine practices of nutrition]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2015, no. 1, pp. 95–104.
6. Gogiberidze G.M. *Islamskiy tolkovy slovar* [Islamic explanatory dictionary]. Rostov-on-Don, Feniks Publ., 2009. 266 p.
7. Peshkova V. Infrastruktura trudovykh migrantov v gorodakh sovremennoy Rossii (na primere migrantov iz Uzbekistana i Kirgizii v Moskve) [Migrant infrastructure in Russian cities (the case of labour migrants from Uzbekistan and Kyrgyzstan in Moscow)]. *Mir Rossii*, 2015, no. 24 (2), pp. 129–151.

8. Kapustina E.L. Mezhdru Severom i zemley: doroga iz Zapadnoy Sibiri v Dagestan kak element sotsialnogo prostranstva translokalnogo migranta [Between the North and the land: road from West Siberia to Dagestan as an element of social space of translocal migrant]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2017, no. 5, pp. 27–33.
9. Semenova V. Kartirovanie gorodskogo prostranstva: osnovnye podkhody k vizualnomu analizu [Urban space mapping: basic approaches to visual analysis]. *Vizualnaya antropologiya: gorodskie karty pamyati* [Visual anthropology: nutrition map of the city]. Eds. P.V. Romanov, E.R. Yarskaya-Smirnova. Moscow, Variant Publ., 2009. pp. 67–82.
10. Lynch K. *Obraz goroda* [The image of the city]. Moscow, Stroyizdat Publ., 1982. 328 p.
11. Notman O.V., Bagirova A.P. Social mapping of megalopolis space: micro-districts as places of residence, places of labor and places of leisure activities. *Sociological Journal*, 2020, vol. 26, no. 2, pp. 124–143. In Rus. DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.2.7269>.
12. Shekera E.A. Resources of civil science and sociology (on the example the design of the social food map of Dagestan youth in St Petersburg). *Discourse*, 2022, no. 8 (4), pp. 91–108. In Rus. DOI: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-4-91-108>.
13. Citizen Science. *Oxford English Dictionary*. Available at: <http://www.oed.com/view/Entry/33513?redirectedFrom=citizen+science#eid316619123> (accessed 3 February 2023).
14. Varshaver E.A., Rocheva A.L. Café communities as an environment for the ethnic integration of migrants in Moscow. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal (Public Opinion Monitoring)*, 2014, no. 3 (121), pp. 104–114. In Rus. DOI: 10.14515/monitoring.2014.3.06.
15. Gulyaeva E.Yu. Chto delaet restoran etnicheskim? (na primere armyanskikh restoranov v Sankt-Peterburge) [What makes an ethnic restaurant ethnic? Armenian restaurants in St. Petersburg]. *Antropologicheskoy forum*, 2017, no. 32, pp. 67–94.
16. Gulyaeva E.Yu. Kulinarnye praktiki i etnichnost (po materialam nablyudeniy i intervyyu s arмянami Peterburga) [Cooking practices and ethnicity (based on Interviews and observations of Armenians of St Petersburg)]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2012, no. 5, pp. 24–40.
17. Dyatlova E.V. Kitayskiy obshchepit v protsesse etnizatsii gorodskogo prostranstva (na primere Irkutsk) [Chinese public catering in the process of ethnicization of urban space (on the example of Irkutsk)]. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 10, pp. 166–179.
18. Peshkova V. Sredneaziatskie etnicheskie kafe Moskvy: migrantskaya infrastruktura v gorodskom prostranstve [Central Asian ethnic cafes in Moscow: migrant infrastructure in urban space]. *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: space of trading and place of meeting]. Eds. V.I. Dyatlov, K.V. Grigoriev. Irkutsk, ISU Publ., 2015. pp. 186–202.
19. Pinchuk O., Minyazhev T. Rynki i restorany Moskvy: setevye soobshchestva trudovykh migrantov iz Azerbaydzhana [Markets and restaurants in Moscow: two network communities of migrant workers from Azerbaijan]. *Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki*, 2017, no. 15 (2), pp. 251–266.
20. Pustarnakova A.A. Reprezentatsiya etnicheskikh «Drugikh» v gorodskom prostranstve [The representations of ethnic «Others» in the space of the city]. *Vestnik Samarского gosudarstvennogo universiteta*, 2007, no. 1 (51), pp. 41–49.
21. Pustarnakova A.A. Etnicheskiy Drugoy kak kommunikativny subekt: analiz reprezentatsy «drugosti» v etnicheskikh restoranakh [Ethnic Other as communicative subject: the analyses of representations of «otherness» at ethnic restaurants]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 2008, vol. 2, no. 32, pp. 253–259.
22. Kashtanyuk V.A., Titova E.V. National cuisine as a way of intercultural communication in the Jewish autonomous region. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2015, no. 8, pp. 439–450. In Rus. DOI: <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2015-8-36>.
23. Mazankova T.V. Chinese advance: development of Chinese cuisine in Khabarovsk. *Baikal Research Journal*, 2015, vol. 6, no. 5. In Rus. DOI: 10.17150/2411-6262.2015.6(5).15.
24. Kononov A.Yu., Loginova L.V. Osobennosti organizatsii pitaniya turistov vo Vladivostoke (na primere turistov iz KNR) [Tourists catering peculiarities in Vladivostok (in the context of Chinese tourists)]. *Materialy XX Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii-konkursa studentov, aspirantov i molodykh uchennykh* [Proceedings of the XX International scientific-practical conference-competition of students, graduate students and young scientists]. Vladivostok, April 26–27, 2018. Vladivostok, VSUES Publ., 2018. 317 p. Available at: [https://miost.vvsu.ru/science/pub/details/material/2145871803/osobennosti\\_organizatsii\\_pitaniia\\_turistov](https://miost.vvsu.ru/science/pub/details/material/2145871803/osobennosti_organizatsii_pitaniia_turistov) (accessed 3 June 2022).
25. Mudarisov R.G., Kobitev A.D. Gastronomicheskiy turizm po tatarskoy natsionalnoy kukhne goroda Kazani [The Tatar national cuisine in Kazan: gastronomic tourism]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma*, 2015, vol. 9, no. 4, pp. 95–103.

26. Galimullina N.M., Korshunova O.N., Feoktistova I.R. Naming of catering establishments in the context of intercultural communication. *I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin*, 2019, vol. 3, no. 103, pp. 19–27. In Rus. DOI: 10.26293/chgpu.2019.103.3.003.
27. Jin J. Chinese restaurants in Saint Petersburg: a study on the sociology of food. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2017, vol. 20, no. 3, pp. 111–135. In Rus. DOI: <https://doi.org/10.31119/jssa.2017.20.3.6>.
28. Brubaker R. *Etnichnost bez grupp* [Ethnicity without groups]. Moscow, Higher School of Economics Publ. House, 2012. 408 p.
29. Varshaver E.A., Rocheva A. Soobshchestva migrantov v Moskve: mekhanizmy vozniknoveniya, funktsionirovaniya i podderzhaniya [Migrant communities in Moscow: their origins, functionality, and maintenance mechanisms]. *Novoe Literaturnoe Obozrenie*, 2014, no. 127 (3). Available at: [https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe\\_literaturnoe\\_obozrenie/127\\_nlo\\_3\\_2014/article/11010/](https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/127_nlo_3_2014/article/11010/) (accessed 3 February 2023).
30. Shekera E.A. Dagestan youth in Saint Petersburg: social map of resettlement. *Discourse*, 2020, no. 6 (3), pp. 94–108. In Rus. DOI: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-3-94-108>.
31. Shekera EA. Vozmozhnosti i ogranicheniya primeneniya metodov grazhdanskoy nauki pri issledovanii urbanizirovannykh territoriy (na primere sostavleniya karty punktov pitaniya i realizatsii produktsii khalyal v Sankt-Peterburge) [Possibilities and limitations of the application of civil science methods in the study of urbanized territories (on the example of compilation of the map of food services areas and the marketing of halal products in St. Petersburg)]. *Materialy nauchnoy konferentsii XIII Kovalevskie chteniya. Molodezh XXI veka: obraz budushchego* [Youth of the XXI century: the image of the future. Proc. of the scientific conference XIII Kovalev Readings]. St. Petersburg, November 14–16, 2019. St. Petersburg, Scythia-print Publ., 2019. pp. 121–122.

*Received: 21 April 2023.*

*Reviewed: 13 June 2023.*