

Котлярчук Ірина
*студентка НаУКМА,
МП-2 Культурологія*

Експедиція в цифровий етнос: етнографія як ключ до розуміння онлайн-спільнот

В епоху цифрового етносу²⁹ можна спостерігати активне використання та обмін даними в широкому масштабі, що вносить значні зміни в повсякденне життя людей, їхню комунікацію, роботу та інноваційні процеси. Такий масивний потік інформації³⁰ революціонізує підходи та стратегії, що використовуються у різних сферах, одночасно створює нові перспективи для дослідницьких методологій особливо в галузі гуманітарних наук. Адже сьогодні академічні кола стикаються з потребою модернізувати традиційні методи досліджень для збору, аналізу та інтерпретації безпрецедентних обсягів даних. Так і сталося з етнографією, яка з моменту свого зародження значно розширилася, охопивши широкий спектр гуманітарних дисциплін. Ця динаміка інтеграції сприяла застосуванню етнографічних методів у різноманітних наукових сферах, кожна з яких адаптувала ці методи до власних унікальних потреб (Воронкова В., Нікітенко В., с. 9-17).

Саме, поява Інтернету відкрила нові можливості для адаптації етнографічних методів до нової реальності мережевого суспільства, де онлайн-спільноти стають предметом наукового дослідження. Цифрове середовище дає змогу обмінюватися досвідом і знаннями без обмежень, перетворюючи учасників на мікросуспільства з високим рівнем взаємодії.

Такий розвиток призвів до появи нових визначень в академічному світі, таких як «інтернет-етнографія», «кіберетнографія»,

²⁹ Цей термін використовується для опису спільноти людей, які взаємодіють та ідентифікують себе з певною етнічною чи культурною групою в онлайн-середовищі.

³⁰ Під масовим потоком інформації я маю на увазі величезний обсяг даних, які постійно генеруються, обмінюються та використовуються у сучасному світі завдяки розвитку цифрових технологій.

«цифрова етнографія», «віртуальна етнографія» та «нетнографія». Зазначені терміни свідчать про використання специфічних онлайн або цифрових методів у рамках етнографічної практики (Teli Maurizio et al, 2007).

Аналіз англійських перекладів вищеназваної термінології загалом вказує на їхню семантичну близькість, попри деякі варіації, які відображають різні дефініційні підходи та рівні наявної стандартизації. З усіх вищезазначених термінів найкоректнішою назвою для позначення цих методів є нетнографія.

Уведений Робертом Козінцем, фахівцем у сфері онлайн-спільнот і маркетингових досліджень, термін «нетнографія» поєднує два слова «Інтернет» («inter[net]») і «етнографія» («ethnography»), відображаючи їхню синергію в рамках дослідницької практики. Інноваційний метод дослідження, що адаптує класичні етнографічні техніки до вивчення віртуальних спільнот. Такий підхід базується на глибокому аналізі соціальної поведінки, взаємодії користувачів та їхнього сприйняття у цифровому просторі, в межах конкретного часового відрізка. Зрозуміло, що у цьому контексті Інтернет є основне джерело даних, яке дає змогу дослідникам збирати інформацію з онлайн-форумів, соціальних мереж, блогів і інших платформ, де люди активно спілкуються та діляться своїм досвідом (Kozinets, p.1-26).

Нетнографічний метод розгортається через серію структурованих етапів, узагальнених закордонними вченими (Bernard, 2004; Sayarh, 2013; Kozinets, 2002, 2006, 2010), кожен з яких спрямований на забезпечення точності дослідження онлайн-спільнот.

Означені етапи можна сформулювати таким чином:

1. Визначення дослідницького питання та вибір платформи. Включає аналіз тематичної спеціалізації спільноти, рівня активності учасників та наявності детальної інформації, необхідної для широкого дослідження.

2. Вибір спільноти та збір даних. На цьому етапі нетнограф звертається до процесу символічного тлумачення, який дає змогу виявити змістовні зв'язки та значення в діяльності та спілкуванні онлайн-спільнот. Важливим аспектом є розгляд критеріїв, як-от трафік, обсяги публікацій інформації та залученість до тем дослідження. За цим слідує збір як кількісних, так і якіс-

них даних. Він, у цьому контексті, включає в себе також і польові нотатки, які фіксують досвід дослідника в кіберпросторі. До них також слід додавати «артефакти» — об'єкти, які мають культурне або спільнотне значення (текстові документи, зображення, аудіо-та відеофайли).

3. Участь і спостереження в спільноті. Нетнограф активно взаємодіє з онлайн-спільнотою, яка слугує об'єктом дослідження. На цьому етапі можна комбінувати різні методи збору даних, інтерв'ю, фокус-групи, опитування. Для здобуття повної «картини» уявлення про групу-об'єкт, ця фаза дослідження повинна охоплювати період від 4 до 12 місяців.

4. Аналіз та інтерпретація даних. Зібрані дані класифікуються за відповідними категоріями, на основі яких проводиться аналіз. Цей процес включає розробку теоретичних моделей, які допомагають зрозуміти зібрану інформацію і відображають ключові аспекти досліджуваних віртуальних спільнот.

5. Подання результатів дослідження. Кінцевий етап, який включає написання наукових робіт, презентацій результатів досліджень та формування теоретичних рекомендацій на основі отриманих даних (Bernard, 2004; Sayarh, 2013; Kozinets, 2010).

Варто зазначити, що цей метод відзначається багатьма перевагами, порівняно з традиційною етнографією. Наприклад, сам Козінець зазначав, що однією з ключових та сильних сторін нетнографії є те, що використання онлайн-даних зменшує необхідність тривалих і дорогих польових досліджень, що дає змогу нетнографам ефективніше використовувати свій час та бюджет [Kozinets, 2010].

Крім того, онлайн-спілкування часто є менш нав'язливим, ніж традиційні методи, що дає змогу учасникам відчувати себе значно комфортніше та відкрито висловлюватися, тобто, призводить до точної (або і спонтанної) інформації (Costello Leesa et al 2019). Також, ще одна перевага методу — нетнографія забезпечує більшу об'єктивність та надійність у висновках і також дозволяє впевненіше аналізувати онлайн-культури, субкультури та віртуальні спільноти, доступ до яких може бути обмеженим за допомогою інших методів. Також, важливим аспектом цього підходу є зменшення суб'єктивізму в дослідженнях через залучення різноманітних видів матеріалів із багатьох онлайн-джерел (соціальні

мережі, форуми та блоги), тому нетнограф має доступ до великого спектра поглядів і думок, не втручаючись безпосередньо в життя учасників [Felice Addeo et al, 2019].

Водночас, разом з перевагами, нетнографія має також і певні недоліки, оскільки деякі дослідники стикаються з проблемами в застосуванні цього методу.

Наприклад, Сайлас Уденсе зазначає, що слабке місце нетнографії — це етичні питання, адже дослідник робить збір даних онлайн-спільнот, де учасники можуть не усвідомлювати, що їхні взаємодії або поведінка стають об'єктом дослідження. Тобто, порушується питання приватності учасників, що вимагає від нетнографа дотримуватися моральних критеріїв (Silas Udenze, P. 58-63).

Також, як зазначалось вище, фаза участі та спостережень є доволі тривалою — від 4 до 12 місяців, то багато дослідників нехтують активною участю та взаємодією з учасниками, що одночасно знижує якість зібраних даних.

Отже, у цьому тексті було детально висвітлено метод нетнографія, який характеризується аналізом онлайн-спільнот та забезпечує розгорнутий огляд соціальних взаємодій та поведінок в цифровому середовищі, що виходить за межі традиційних формалізованих досліджень. Так само як інші наукові методики, нетнографія дотримується певної методології, яка містить ряд визначених параметрів і вимагає високий рівень планування та стратегічного підходу до вибору цілей, ресурсів, технік збору та аналізу інформації. Через свою здатність зафіксувати спонтанні емоції, нетнографія дає змогу отримувати більш повне та автентичне розуміння споживацької поведінки.

Наприклад, для культуролога нетнографія надає можливість ґрунтовно аналізувати:

- соціальні мережі музеїв та митців;
- динаміку культурних трендів;
- тенденції сприйняття мистецтва на різних онлайн-платформах;
- реакції та взаємодія споживачів з культурними продуктами;
- формування та еволюцію субкультур в онлайн-просторах;
- зміни в мові та символіці;
- інтеркультурні взаємодії та зіткнення.

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна сказати, що сучасні зміни, обумовлені розвитком інтернет-технологій, роблять нетнографію особливо релевантною для гуманітарних наук. Вона дає змогу зрозуміти механізми формування сучасних віртуальних спільнот та їхньої динаміки, сприяє більш ефективному реагуванню на виклики, що виникають у складній інтерактивній цифровій епосі.

Література

1. Воронкова В., Нікітенко В. Проблема трансформації людини у контексті трансгуманізму: методологія цифрової антропології. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*. Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia: Publishing house "Helvetica". 2023. 16 (93). P. 9–17.
2. Costello Leesa, Marie-Louise McDermott, Ruth Wallace. *Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities*. *International Journal of Qualitative Methods* 16. 2017. P. 1–12.
3. Kozinets R. V. *Netnography*. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. 2015. P. 1–26.
4. Kozinets R. *Netnography: Doing ethnographic research online*. London: Sage Publications. 2010. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/267922181_Netnography_Doing_Ethnographic_Research_Online.
5. Silas Udenze. *Challenges of Netnography as a qualitative research method*. *Journal of Communication and Media Research*. Vol. 11. No. 2. 2019. P. 58–63. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/336871425_Challenges_of_Netnography_as_a_qualitative_research_method.
6. Teli, Maurizio, Pisanu, Francesco, Hakken, David. *The Internet as a Library-of-People: For a Cyberethnography of Online Groups* [65 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*. 8(3). Art. 33. 2007. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703338>.
7. Felice Addeo et al. *Doing Social Research on Online Communities: The Benefits of Netnography*. 2019. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/337779830_Doing_Social_Research_on_Online_Communities_The_Benefits_of_Netnography.