

НЕТНОГРАФИЯ. ПРОБЛЕМА ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ТОЧНОСТИ

Акцентируется внимание на необходимости корректно использовать термин «нетнография» при описании проведенных социологических исследований. Двусмысленность трактовки термина, введенного Р. Козинцем в понятийный аппарат социологии, приводит к путанице понятий и отсутствию четкого представления о сути стратегии. Дается определение объекта нетнографической стратегии, рассматриваются условия для применения стратегии и наиболее часто встречающиеся ошибочные трактовки нетнографии.

Ключевые слова: нетнография, нетнографическая стратегия, методы социологического исследования, онлайн-методы в социологии, онлайн-исследования.

D.V. Gyul, Samara University

NETNOGRAPHY. THE PROBLEM OF TERMINOLOGICAL ACCURACY

The work focuses on the need to correctly use the term "netnography" when describing sociological research. The ambiguity of the interpretation of the term introduced by R. Kozinets into the conceptual apparatus of sociology leads to confusion of concepts, and to the lack of a clear idea of the essence of the strategy. The definition of the object of a netnographic strategy is given, the conditions under which it is possible to apply this research strategy and the most common erroneous interpretations of netnography are considered.

Keywords: netnography, netnography strategy, methods of sociological research, online research methods, online researches.

Потребность в четкой формулировке того, чем является, а чем *НЕ* является нетнография возникает каждый раз, когда сталкиваешься с научной публикацией, в которой искажается понятие нетнографии, происходит подмена терминов, а порой демонстрируется поверхностное представление о методах социологии и небрежность по отношению к ее терминологическому аппарату. Итак, разберемся с тем, чем нетнография *НЕ* является.

Нетнография – это не любое исследование, проведенное в сети. У автора термина Р.Козинца довольно четко обозначено, что нетнография –

это изучение новых онлайн-культур и сообществ; понимание того, что люди «на самом деле» делали или думали в прошлом (о прошлом); детальное изучение структуры отношений в изучаемом сообществе; получение представления о явлении с точки зрения других людей; демонстрация полного, детального изучения феномена, культуры или сообщества [1, р. 211]. Несмотря на довольно широкую трактовку, объектом нетнографии является онлайн-сообщество с его структурой, коммуникативными особенностями, культурой. Для того, чтобы применять данную стратегию исследовательского поиска, нужно доказать, что объект изучения – это сообщество, причем сообщество, жизнедеятельность которого протекает преимущественно в сети, иначе мы не нуждались бы в адаптации этнографической стратегии под онлайн-среду. Здесь можно обратиться к работе Елизаветы Полухиной, в которой с опорой на работы западных исследователей определяется онлайн-сообщество как объект социологического исследования, выделяются основные характеристики онлайн-сообщества и типы таких сообществ. Структурообразующим признаком для объединения людей в онлайн-сообщества является общий интерес, проблема или потребность, необходимым же условием, наличие которого позволяет нам отнести данную группу к сообществу, является общение, взаимодействие членов группы по поводу этого общего интереса, проблемы или потребности. В процессе этого взаимодействия реализуется потребность в информации по интересующему членов группы вопросу, обеспечивается разного рода поддержка, формируется и поддерживается идентичность [2, с. 96]. В случае реализации нетнографии нас прежде всего интересуют два вида онлайн-сообществ: сообщества цифрового воплощения, жизнь которых протекает онлайн в искусственных виртуальных мирах, и сообщества онлайн-контактов, общение в которых протекает также полностью в сети по поводу какой-то насущной проблемы [2, с. 97]. Р. Козинец дает также критерии отбора сообществ для нетнографического исследования: эти сообщества должны быть активны, интерактивны, общение в них должно быть содержательно, актуально, участники разнородны, тексты должны быть насыщены данными [1, р. 213]. Прежде чем заявить об использовании нетнографической стратегии, нужно ответить на вопрос: «А есть ли онлайн-сообщество, соответствующее этим критериям»? Если сообщества нет – это не нетнография. Исходя из этих аргументов, такие исследования, как анализ жалоб потребителей [3] или комментариев в соцсетях [4]; анализ внешнего вида аккаунтов или заголовков топиков в социальных медиа; просмотр видео; прослушивание записей и тому подобные *НЕ* являются нетнографией. Это исследования, реализованные с

помощью одного из методов социологии: контент-анализа, качественного анализа текста и т.п.

Нетнография – это не поверхностный взгляд на проблему или феномен. Это исследование, которое НЕ может быть осуществлено за один – два дня. Продолжительность исследования зависит от изучаемого предмета, но это всегда процесс, требующий длительного времени. Исследователю нужно время для того, чтобы включиться в жизнь сообщества, сориентироваться в нем, ознакомиться со всеми доступными материалами для анализа, пообщаться с участниками сообщества для того, чтобы правильно интерпретировать наблюдаемые взаимодействия, обсудить с участниками сообщества свои интерпретации. Так, контекстный запрос или контекстное опросное интервью (Contextual Inquiry)⁵, реализуемое онлайн, нельзя называть нетнографией, хотя некоторые общие моменты могут быть выделены. В нетнографии же контекст всегда обращен к виртуальному сообществу.

Нетнография – это не метод исследования, а исследовательская стратегия в рамках качественного подхода. Снова обратимся к первоисточнику: «Суть современной нетнографии можно охарактеризовать следующим образом: это специфический набор связанных между собой исследовательских практик по сбору данных, их анализу и представлению, а также этических норм проведения подобного рода исследования», – пишет Р.Козинец [5, р.79]. Мы не можем называть нетнографическим исследованием исследовательскую практику, в рамках которой был применен один метод сбора данных: контент-анализ, или качественный анализ текста (в т.ч. визуального), или наблюдение, или глубинное/свободное интервью, и НЕ можем определять нетнографию как «метод сбора и анализа качественной информации на основе высказываний потребителей в интернет-сообществах» [6]. Данная исследовательская стратегия предполагает применение набора методов. Каждый отдельно примененный метод не дает нам возможности комплексного изучения жизни сообщества.

⁵Термин упомянут впервые Уайтсайд, Беннет и Хольцблатт в 1988 г. Контекстные интервью проводятся на реальном рабочем месте пользователя. Исследователь наблюдает за тем, как пользователи выполняют рабочие задачи, обсуждает любые артефакты, которые они создают или используют, собирает подробные пересказы прошлых событий, если они имеют отношение к цели исследования. Пользователь и исследователь выступают в роли партнеров, у них общая цель: более эффективно решать задачи пользователя. В ходе наблюдения и общения исследователь делится интерпретациями и идеями с пользователем. Пользователь может уточнить или поправить интерпретации исследователя. Популярны для изучения особенностей использования IT-продуктов.

Нетнография – это НЕ скрытое наблюдение за личной жизнью объекта в сети, НЕ киберсталкерство. Мы не должны забывать, что какие бы данные о мнениях, чувствах, мыслях ни были бы нам доступны в сети, нельзя вторгаться в личное пространство. Собранные данные анализируются, но не оцениваются и не подлежат критике. Мы пытаемся понять поведение людей изучаемого сообщества, систематически применяя исследовательские методы на онлайн-платформах в определенных целях, но не надо забывать о том, что нельзя разглашать информацию о личной жизни людей. Полученные данные могут презентоваться лишь после получения согласия на это участников исследования.

Список литературы:

1. Kozinets V.R. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. L.: Sage, 2010.
2. Полухина Е. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных//INTER, 2014, №7, С.95-106.
3. Сагинова О.В., Афанасиади К.Г. Жалобы онлайн: нетнографические исследования неудовлетворенных потребителей // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2011, №6. С.436-441.
4. Нетнография как инновационный метод сбора данных для оценки качества услуг вуза – URL: https://bstudy.net/615501/pedagogika/netnografiya_innovatsionnyy_metod_sbor_dannyh_otsenki_kachestva_uslug_vuza (дата обращения 04.04.2021).
5. Kozinets, Robert V. (2015), Netnography: Redefined, London: SAGE.
6. Козырева Л.Д., Козырев А.А. Количественные и качественные онлайн-исследования – URL: http://www.rusnauka.com/29_NIOXXI_2012/Psihologia/13_118808.doc.htm (дата обращения 04.04.2021).