

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ВИРТУАЛЬНАЯ ЭТНОГРАФИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сайфутдинова Г.Б. ©

Доцент, к.ист.н., Казанский государственный энергетический университет

Аннотация

В статье представлен интенсивно развивающийся метод «исследование в сети» - виртуальная этнография. На исследовательском материале, рассмотрены основные особенности онлайн - наблюдения (а именно наблюдение религиозных практик) и предложены методы его реализации.

Ключевые слова: исследования в Интернете, социальные сети, виртуальная этнография.

Интернет как технология предоставляет доступ к большому потоку информации без особых усилий и затрат и несомненно, является одним из самых больших достижений XXI века. Сегодня вы не только получатель контента, но активно участвуете в его создании, о чем свидетельствуют различные типы форумов, блогов, пабликов, сайты социальных сетей которые позволяют размещать аудио и видео материалы, заводить друзей и даже целые группы по интересам, что позволяет реализоваться в виртуальном мира каждому человеку. Согласно отчету, подготовленному в июле 2012 года исследовательским холдингом «Ромир» - на сегодняшний момент увеличилось количество пользователей социальными сетями с 80% в конце 2012 года до 91% в апреле текущего. В молодежной аудитории этот показатель доходит до 98% и снижается до 86% среди россиян 45-50 лет [1]. Появление Интернета имело значительные последствия для качества исследований в области социальных наук.

Цель статьи представить один из интенсивно развивающихся методов исследования «в сети» - виртуальная этнография.

Автор делится своим опытом, связанным с наблюдениями онлайн в процессе научно - исследовательской работы при анализе распространения религиозных практик среди пользователей онлайн.

Виртуальная этнография как классическая дисциплина описывает и анализирует человеческие культуры. В процессе сбора данных используются различные методы, чтобы подойти к проблеме с разных точек зрения. Важно отметить, что исследователь входит в естественную среду деятельности респондентов. Первый и основной метод этнографического онлайн (а также традиционной этнографии) наблюдения «включенное наблюдение», через сайты социальных сетей: Facebook, Twitter, ВКонтакте. Второй метод основан на пассивном или периферическом участии - исследователь наблюдает активность пользователя «со стороны», не влияя на группу, на их поведение, и третий метод является косвенным - исследователь активный участник, но не участвует в полной мере, не влияет на систему ценностей группы. Статус виртуальной этнографии в научно - исследовательском проекте может быть, во - первых, вспомогательным источником информации, так как не требуют больших финансовых затрат, во - вторых, дополнительным источником, к данным полученным традиционными методами, так как поведение в сети является продолжением реальной жизни, при этом необходимо учитывать интернет - среду[1].

Одна из первых проблем, для исследователя в работе онлайн, это возможность представить исследование открыто либо проводить его анонимно. Если исследователь раскрывает цель своего опроса, то пользователи будут готовы обмениваться информацией, материалами, которые трудно получить без специального пояснения цели вопроса

(например, религиозный опыт), однако если сохранять анонимность, то можно получить более откровенные ответы.

Изучение религиозности через сеть обеспечивает высокую степень открытости, способность взаимодействовать, обмениваться опытом, участвовать в виртуальных праздниках, дискуссиях, транслировать видео и т.д. Например, найти верующего человека проще через опубликованные поздравления в социальных сетях в связи с намеченными религиозными праздниками. Оказалось, что онлайн поздравления с праздником Гаит (у мусульман) или Рождество Христово (у православных) очень популярны и «виртуальные поздравления» возможность для верующих углубить свою веру, а через «комментарии» участников онлайн групп исследователь может раскрыть и глубину чувств, и мотивацию верующих [2, С. 441-444; 3, С. 152-154.]. Стоит отметить, что многие из этих групп являются закрытыми, эксклюзивными и трудно завоевать доверие участников, поэтому исследователь использует разные коммуникативные стратегии, от полного восхищения «сыграть на чувствах» до критики предмета веры (статья «троллем»). Отсюда и выбор участия, пассивное или активное участие.

Интернет является пространством общения, выбирая элемент связи веб - сайт (форумы, чаты, сайты социальных сетей), исследователь должен помнить, что есть веб - сайты (например, социальная сеть Facebook), где группы имеют свои собственные правила этикета. Отдельной проблемой является надзор Администратора, который может вмешиваться в переписку. Поэтому одной из стратегий успешности исследования является – создать собственную группу или Интернет - форум и самому задать тему для обсуждения, не вызывая абсолютно никаких подозрений, и данные не будут слишком поверхностным, так как группа формируется из заинтересованных участников, поскольку многие из тех, кто формирует виртуальную группу, знают друг друга лично. Часто оказывается, что только участие в жизни группы позволяет получить репрезентативные материалы. С другой стороны, полное включение в группу, может иметь свои негативные последствия в виде идеализации респондента или предмета исследования. Исследователь не должен форсировать «ожидаемый» ответ, чтобы респондент смог поделиться собственным опытом и мнением[1].

Другая проблема онлайн исследования – выбор области изучения, форум, чат анализ; например, в случае веб - сайтов может быть: частота обновлений, посещений, или любой другой показатель популярности сайта среди пользователей. Исследования также могут быть реализованы с помощью текстового чата (или видео). Также имеет значение и контекст любого онлайн исследования – как определять взаимосвязь между идентичностью личности и Интернет собеседником. Психологи рекомендуют определять Интернет-личность как близкую реальной личности, изучения вопроса показывает, что посещаемые нами сайты, художественные и музыкальные предпочтения, онлайн-покупки могут многое рассказать о нас. Представитель школы американской психологии, Уильям Джеймс определял личность через поступки: «количество наших личностей равняется количеству ситуаций, в которых мы оказываемся» [4]. Наша цифровая личность кажется раздробленной, но на самом деле ее фрагменты почти сложились в единую картину. То есть участник сети может быть тем, кем он хочет, он может претендовать быть экспертом в области здравоохранения, религии, образования, сидя у монитора это не трудно. Интернет не может предоставить достоверные данные, однако за каждой аватаркой, сохраняя анонимность, сидит личность со своим миропониманием и участие в форуме связано с позицией реального человека, в противном случае - нет никакого способа, чтобы привлечь во внимание сферу невербального взаимодействия онлайн. Исследователь должен допускать реальность респондента и связывать его с высказанным им мнением (в классической этнографии – метод анкетирования, при котором исследователь не лично беседует с информатором, а путём раздачи анкеты). Для объективности исследования оптимальным решением является сочетание исследований Интернет и традиционного. Например, автор - исследователь хочет, чтобы лучше понять и описать мотивы Интернет-пользователя участвующего в религиозной

практике в Интернете, установить контакт лицом к лицу, исследователь и респонденты встречаются в реальной жизни (изучение Интернета дополняется традиционным тестом), однако это не всегда возможно – например, расстояние или нежелание со стороны респондента. В целом, исследование через онлайн-опрос не простое занятие, но возможное.

Таким образом, делая общие выводы в проектах с использованием виртуальной этнографии, исследователь использует множество методов классической этнографии основанных на Интернет опросах.

Литература

1. Социологические опросы в Интернете: возможности и ограничения [Электронный ресурс]. Свободный. Режим доступа: <https://iq.hse.ru/more/sociology/sociologicheskie-oprosi-v-internete> (дата обращения: 05.08.2016).
2. Сайфутдинова Г.Б. Институт семьи и родительства в зеркале социально-инновационных преобразований в Республике Татарстан / Казанский педагогический журнал. – 2016. – № 2. – Т. 2. – С. 441-444.
3. Сайфутдинова Г.Б. Семья, брак и родительство в республике Татарстан / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. – № 6. – Ч. 2. – С. 152-154.
4. Джемс У. Прагматизм: новое название для некоторых старых методов мышления: Популярные лекции по философии. Пер. с англ. – Изд. 3-е. – М.: ЛКИ, 2011. – 240 с.