

# Методология и методы социологических исследований

© 2023 г.

Л.А. БАРХАТОВА

## ОТ ИЗУЧЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО К ЦИФРОВОМУ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПОДХОДОВ

---

БАРХАТОВА Лариса Александровна – преподаватель кафедры методов сбора и анализа социологической информации Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия (lbarhatova@hse.ru).

---

**Аннотация.** В статье анализируются методологические возможности и ограничения подходов к изучению виртуального. Показывается, как переозначивание базовых понятий применительно к онлайн-контекстам отражается на методологическом инструментарии. На основе таких подходов, как виртуальная этнография и этнография виртуальных миров, которые становятся для исследователей отправной точкой в изучении виртуального, в статье рассматриваются принципы и процедуры проведения исследования в онлайн-пространстве. Выделяются различия относительно того, как в каждом из подходов трактуется и анализируется офлайн-контекст и как учитываются специфические особенности онлайн-среды. В статье критически обсуждается соотношение понятий виртуального и цифрового, а также показывается, почему понятие цифрового более релевантно для описания современных онлайн-контекстов.

**Ключевые слова:** виртуальная этнография • этнография виртуальных миров • виртуальная реальность • цифровая этнография • онлайн-сообщества

DOI: 10.31857/S013216250020183-4

**Введение.** Растущая диджитализация повседневной жизни привела к расширению области исследований. Социальные науки не могут развиваться без учета онлайн-пространства, в том числе и современная этнография [Hallett, Barber, 2014]. В отличие от полевых исследований, предполагающих посещение физических пространств, изучая виртуальные культуры, социолог или этнограф находится на интерактивных веб-сайтах, просматривает тексты и изображения на экране компьютера [Garcia et al., 2009; Boellstorff et al., 2012]. Большая часть наблюдений, опросов и интервью происходит через такие каналы, как электронная почта, чаты, окна сообщений, интерфейсы виртуального мира и профили в социальных сетях, вследствие чего значительные изменения претерпевают базовый концептуальный аппарат и инструментарий исследования [Abidin, de Seta, 2020]. Ключевые концепты этнографии – поле, сообщество, наблюдение, включенность и др. – переозначиваются в силу специфики онлайн-среды.

---

Автор выражает благодарность Ирине Марковне Козиной за ценные комментарии в процессе подготовки статьи, а также анонимным рецензентам за замечания и предложения по улучшению текста.

Это способствовало развитию разнообразных методологических подходов этнографического исследования в онлайн-пространстве. Считается, что одной из первых исследовательниц, заявивших о своем опыте в области этнографии в Интернете, была К. Хайн, которая ввела в оборот термин «*виртуальная этнография*» (virtual ethnography) и подход, который впоследствии получил широкую поддержку в исследовательском сообществе [Bengtsson, 2014]. Сегодня можно встретить и другие, самые разнообразные названия: *цифровая этнография* (digital ethnography) [Murthy, 2008; Hjorth et al., 2016]; *нетнография* (netnography) [Kozinets, 2010]; *расширенная этнография* (expanded ethnography) [Beneito-Montagut, 2011]; *этнография виртуальных миров* (ethnography of virtual worlds) [Boellstorff et al., 2012] и др. Некоторыми авторами эти термины используются как синонимы, однако не всегда их отождествление корректно [Caliandro, 2014; Hampton, 2017]. Каждый подход поддерживает собственный диалог с устоявшейся традицией и по-разному формулирует отношение к ней [Domínguez et al., 2007].

Обратимся к анализу виртуальных этнографических подходов, которые, несмотря на их методологическое разнообразие, становятся для многих исследователей исходной точкой изучения Интернета как иного, виртуального поля. Цель статьи – обозначить методологические возможности и ограничения виртуальных этнографических подходов, на примерах виртуальной этнографии К. Хайн и этнографии виртуальных миров Т. Бельсторфа.

**Виртуальная этнография.** Первые этнографические исследования, которые проводились в онлайн-среде, основывались на представлении виртуальных миров как локальности, находящейся за пределами телесного взаимодействия [Bell, 2001]. Получены отрицательные заключения экспертов. Многие исследования того периода имели недостаточно проработанный инструментарий, из-за чего на выходе получались скорее журналистские репортажи, нежели этнографические описания [Hampton, 2017]. Часто они делались с двух крайних позиций, несовместимых с базовыми принципами этнографии: постороннего наблюдателя, не погруженного в сообщество, или инсайдера – исследователь погружался в сообщества настолько, что не мог отделить наблюдение от своего восприятия (в литературе эта проблема называется риском going native)<sup>1</sup>.

Позднее восприятие виртуального и реального трансформируется в понимание того, что онлайн- и офлайн-практики тесно переплетены. Фокусом исследований онлайн-среды становятся различия онлайн- и офлайн-реальностей, социальные связи, идентичности и взаимодействия [Turkle, 1997; Markham, 1998].

Ответом на подобную концептуализацию стало появление подхода *виртуальной этнографии*, разработанного американским социологом К. Хайн [Hine, 2000]. Этот подход опирается на два теоретических представления, которые она называет «Интернет как культура» и «Интернет как культурный артефакт» [Hine, 2000: 14]. С одной стороны, Интернет представляет собой пространство, в котором создается и воспроизводится культура. С другой стороны, сам Интернет может рассматриваться как продукт культуры. Таким образом, онлайн-реальность может изучаться офлайн, и наоборот [Caliandro, 2018].

Соответственно, целостный этнографический подход должен сочетать анализ в двух регистрах: онлайн и офлайн. Методологически это воплощается в адаптации традиционного этнографического инструментария к онлайн-среде через сочетание виртуальных методов и приемов с их привычными офлайн-аналогами (как правило, включенным наблюдением и интервью). Например, в исследовании интернет-обсуждений дела Луизы Вудворд – няни из Великобритании, которую Бостонский суд обвинил в непреднамеренном убийстве американского ребенка, К. Хайн регулярно проводила наблюдение за веб-сайтами, связанными с этим делом, читала новости и обсуждения в группах и форумах, проводила интервью по электронной почте с разработчиками некоторых веб-сайтов,

<sup>1</sup> Обозначенные проблемы свойственны не только изучению виртуального пространства. С ними можно столкнуться и в классических полевых исследованиях.

с участниками групп на самих форумах [Hine, 2000]. Важным элементом полевой работы были заметки, в которых К. Хайн записывала свои мысли и наблюдения.

Можно заметить некоторую схожесть виртуальной этнографии с *многофокусной этнографией* (multi-sited ethnography), которая предполагает проведение сбора данных в нескольких локациях [Marcus, 1995]. В онлайн-пространстве в качестве таких локаций для анализа выступают онлайн-сообщества, в которых перемещаются участники и за которыми, следовательно, должен наблюдать исследователь [Baum, 2000]. По мнению А. Калиандро, виртуальную этнографию можно рассматривать как естественное продолжение многофокусной этнографии [Caliandro, 2018]. Он выделяет два основных аргумента: (1) виртуальная и многофокусная этнография предполагают перенос в онлайн-пространство традиционных этнографических понятий, таких как участник, сообщество и пр.; (2) для обоих подходов необходима адаптация традиционных методов.

Сама К. Хайн видит виртуальную этнографию в большей степени *мобильной* (mobile ethnography), нежели многофокусной [Hine, 2000: 64]. Так, в исследовании популярного телевизионного шоу Antiques Roadshow она показывает, что исследователю может быть полезно следовать за объектом изучения, перемещаясь на разные онлайн-платформы, что дает возможность сравнивать смыслы, которые ему придают разные онлайн-аудитории [Hine, 2011].

В более поздней книге «Этнография для Интернета: укорененная, воплощенная и повседневная» К. Хайн возвращается к вопросу концептуальных основ виртуальной коммуникации [Hine, 2015a]. Она выделяет три ключевых свойства Интернета: *укорененность* (embeddedness), *воплощенность* (embodiedness) и *повседневность* (everyday), называя их триадой свойств Е. Под укорененностью К. Хайн понимает связь онлайн-практик с культурным контекстом, который невозможно рассматривать в отрыве от офлайн-среды. Воплощенность пользовательского опыта в конкретных ситуациях делает опыт отдельного индивида уникальным. Повседневность автор предлагает рассматривать не столько как привычность, а как инфраструктуру, которая управляет взаимодействиями. Описанные свойства напрямую не наблюдаемы, их сложно контролировать, что создает определенные методологические вызовы для исследователей онлайн-сообществ.

В качестве решения обозначенных проблем К. Хайн формулирует восемь основных принципов, соблюдение которых, по ее мнению, позволит комплексно изучить социальный и культурный контекст онлайн-взаимодействий [Hine, 2015a: 87–88]:

- 1) эксплораторный характер этнографического исследования, открытость исследователя новым поворотам в развитии исследования и отсутствие четких теоретических представлений об изучаемом объекте до погружения в поле;
- 2) текучесть и эмерджентность поля: онлайн-сообщества могут быть сосредоточены одновременно в онлайн- и офлайн-пространствах, анализировать которые можно как культурный артефакт или локальный пример культурной практики;
- 3) отсутствие четкой границы между онлайн-сообществами: они могут располагаться на нескольких онлайн-площадках; между ними могут наблюдаться не только связи, но и разрывы;
- 4) важность рефлексии результатов и инструментов этнографического анализа, которая должна фиксироваться в дневниках наблюдения и полевых заметках;
- 5) сложный характер онлайн-коммуникации, сочетающий в себе разные уровни дискурса о декларируемом и обыденном социальном опыте;
- 6) разнообразность и множественность онлайн-феноменов, укорененных в культуре и расположенных на разных онлайн-платформах;
- 7) неопределенность этнографического поля и, как следствие, отсутствие объективных критериев создания интерпретаций;
- 8) ответственная, рефлексивная позиция исследователя в процессе создания этнографии из множества «культурных нитей».

Через раскрытие этих принципов К. Хайн еще раз подтверждает свой тезис, что изучение виртуальной среды не будет достаточно полным без учета офлайн-контекста. Для понимания онлайн-медиа и сообществ интерес представляют во многом сами социокультурные смыслы, которые производятся во взаимодействии через онлайн и офлайн [Белорусова, 2021].

**Этнография виртуальных миров.** Важным примером адаптации этнографического инструментария к цифровым контекстам является *этнография виртуальных миров*, предложенная Т. Белльсторфом и его коллегами. Авторы определяют виртуальные миры как технологически опосредованные пространства, обладающие следующими качествами: 1) они дают возможность пользователям взаимодействовать друг с другом; 2) по своей природе они являются многопользовательскими и существуют как социальные среды с синхронной коммуникацией; 3) они долговечны и продолжают существовать, даже если пользователи выходят из сети; 4) в этих мирах пользователи воплощают себя через аватары [Boellstorff et al., 2012: 7].

Виртуальные миры можно назвать культурными артефактами, которые представляют собой, с одной стороны, технологические объекты, созданные совместным трудом различных пользователей, с другой – социальные пространства, определяемые переплетением взаимодействий внутри них [Caliandro, 2014]. Классическим примером виртуальных миров являются многопользовательские компьютерные игры, например *Second Life*, *World of Warcraft* и др. Несмотря на своеобразие и отличие опыта, проживаемого пользователями в виртуальной среде, от офлайн-реальности, виртуальные миры реальны, поскольку происходящее имеет реальное значение для участников [Taylor, 2006]. По этой причине Т. Белльсторф считает, что реальность и виртуальность не нужно рассматривать как дихотомию. В виртуальной среде существуют иные способы выражения себя, некоторые из которых недоступны в обычной жизни, но виртуальность сама по себе присуща человеческой культуре [Boellstorff, 2008].

Средой, которая делает возможным погружение в виртуальные миры, является аватар. Поскольку именно через аватар пользователи воплощают себя в виртуальных мирах, его выбор крайне важен для исследователей виртуальных миров. Т. Тейлор в исследовании онлайн-игры *Everquest* пишет о том, что в качестве своего первого аватара для погружения в игру она выбрала гнома, который выглядел неприятным и совершенно неагрессивным, что способствовало спонтанному взаимодействию и общению с другими игроками [Taylor, 2006].

Проводя наблюдение виртуальных миров, исследователь сам в той или иной степени участвует в них. Б. Нарди, изучая многопользовательскую онлайн-игру *World of Warcraft*, описывает свой опыт как участвующее включенное наблюдение, объясняя это тем, что невозможно погрузиться, не участвуя в ней в качестве самостоятельного игрока [Nardi, 2010]. В силу специфики виртуальных миров опыт взаимодействия в них не может быть полностью схвачен через офлайн-среду без непосредственного участия исследователя в происходящем. Поэтому, отмечает Т. Белльсторф, именно включенное наблюдение представляет собой «сердце и душу» этнографического метода в виртуальных мирах. Оно может дополняться другими онлайн- и офлайн-методами: интервью, опросами или фокус-группами [Boellstorff, 2008]. Так, С. Пирс в исследовании компьютерной игры *Uru*, наряду с включенным наблюдением, проводила внутриигровые интервью и опросы, изучала онлайн-форумы, связанные с тематикой игры [Pearce, 2009]. Б. Нарди, помимо участвующего наблюдения в *World of Warcraft*, проводила интервью и наблюдения за игроками в домах, общежитиях и интернет-кафе [Nardi, 2010].

Т. Белльсторф описывает свой опыт изучения игры *Second Life* как более десяти тысяч страниц полевых заметок, основанных на включенном наблюдении, интервью и фокус-группах, а также еще десять тысяч страниц документов, таких как веб-сайты, блоги и информационные бюллетени [Boellstorff, 2008: 75]. Анализируя составляющие проделанной полевой работы, исследователь оценил свое офлайн-поле как недостаточно

эффективное из-за того, что многие респонденты отказывались от участия в фокус-группах и опросах. При этом в виртуальном пространстве такой проблемы не возникало: при проведении внутриигровых опросов и фокус-групп пользователи, напротив, были открыты и расположены к участию в исследовании.

Сравнивая этнографию виртуальных миров и виртуальную этнографию, можно отметить наличие определенного методологического разрыва между ними. Виртуальная этнография исходит из укоренности онлайн-среды в повседневных офлайн-практиках, в то время как этнография виртуальных миров рассматривает онлайн- и офлайн-практики как непересекающиеся [Мясникова, 2017]. Из-за этих расхождений в концептуализации виртуальной среды в современных социологических исследованиях описанные подходы применяются для решения разных задач. Фокус виртуальной этнографии направлен на изучение культурных переплетений между онлайн- и офлайн-практиками, что находит отражение в разнообразных по тематике исследованиях онлайн-сообществ (см., напр.: [Domínguez et al., 2007; Zani, 2021; Dai, Hu, 2022]). Этнография виртуальных миров, в свою очередь, реализуется преимущественно для изучения взаимодействий пользователей в компьютерных играх, где нет существенных переплетений с офлайн-средой [Nardi, 2010; Taylor, 2006; Gabriels, De Backer, 2016; Feldon, Kafai, 2008].

**От виртуального к цифровому.** В современной исследовательской практике виртуальные этнографические подходы предполагают анализ многопользовательских компьютерных игр, анонимных форумов и других площадок, где пользователи идентифицируют себя иначе, не так, как в офлайн-мире [Колозариди и др., 2018]. Д. Мёрфи выражает мнение, что основная проблема виртуальной этнографии состоит в том, что ей не хватает полевой работы «лицом-к-лицу» [Murthy, 2011]. Во многом это связано с тем, что в виртуальных мирах категории речи технически опосредованы (через тексты, голосовые сообщения, картинки, видео и др.), что, отмечает Дж. Гобо, ставит под сомнение этнографичность исследования [Gobo, 2008].

Другое направление критики виртуальных этнографических подходов заключается в том, что для погружения в поле исследователи обычно выбирают конкретные сайты, действуя так, будто к Интернету можно применять физические границы [Beneito-Montagut, 2011]. При этом пользователи как действующие лица могут сидеть на нескольких сайтах одновременно, пользоваться несколькими приложениями. Они многозадачны онлайн и офлайн, тогда как в работе исследователей есть искусственно сконструированное ограничение полевой работы. В результате критически важным становится определение сеттинга исследования, нередко существующего в более непривычных для исследователя реалиях [García et al., 2009]. Виртуальная этнография предпринимает попытку приспособить традиционные аспекты полевой работы к Интернету, однако из-за специфики онлайн-среды многие из них переозначиваются. Так, ряд исследователей ставит под сомнение понятие сообщества как традиционного объекта этнографического исследования [Мясникова, 2017].

Современная методическая литература исходит из представления, что ландшафт онлайн-среды, состоящей из множества платформ социальных сетей, – это гораздо более подвижный и рассредоточенный социокультурный контекст, чем виртуальные сообщества. Соответственно, модель сообщества оказывается применимой далеко не ко всему спектру онлайн-взаимодействий [Postill, 2008]. Как отмечает М. Андресжевик, чем шире виртуальная коммуникация, тем больше социальные взаимодействия, происходящие в онлайн-пространстве, становятся эфемерными и рассредоточенными [Andrejević, 2013]. Оказывается, что большая часть онлайн-взаимодействий не создает плотных и устойчивых социальных форм коммуникации. Такие формы коммуникации А. Калиандро предлагает называть онлайн-толпой – аффективным объединением относительно синхронизированной в своих действиях публики в онлайн-пространстве [Caliandro, 2018].

В результате подобной концептуализации рождается подход *цифровой этнографии* (digital ethnography), направленный на изучение того, как цифровая среда формирует поведение пользователей, их взаимодействие и производит новые культурные смыслы. Отличительные качества Интернета как комплексного взаимосвязанного пространства, доступного

для поиска, созданного в результате деятельности множества участников, открывают возможности изучения, не предусмотренные предыдущими методами [Hine, 2015b].

Т. Беллсторфф считает концепцию цифрового особой техникой исследования, которая позволяет обращаться к виртуальному исследованию в его собственных терминах [Boellstorff, 2020]. В книге «Конец виртуального: цифровые методы» Р. Роджерс разграничивает понятия виртуального и цифрового на уровне методов исследования, которые они предполагают [Rogers, 2009]. Если виртуальные методы предполагают адаптацию традиционного этнографического инструментария к онлайн-среде, то цифровые методы больше сосредоточены на специфических особенностях и возможностях цифровой среды. Предполагается, что цифровая этнография может выходить за рамки изучения виртуальных культур, например, диагностировать социальные и культурные изменения через Интернет. Представляя общество через сеть, цифровая этнография анализирует то, как цифровой сеттинг структурирует потоки информации и коммуникации, что дает более широкий фокус исследования, нежели виртуальная этнография. Таким образом, по мнению Р. Роджерса, необходим не столько перенос традиционных методов в цифровую среду, сколько разработка цифровых методов, предполагающих новый способ осмысления и измерения цифровых феноменов [Rogers, 2013].

Цифровая этнография актуализирует существенные изменения, которые претерпевает сама цифровая среда. Большинство онлайн-взаимодействий в настоящее время происходит на «жидких» мета-полях, таких как лента новостей или поиск по заданным ключевым словам и хэштегам в социальных сетях [Airoldi, 2018]. В результате перед исследователем встает задача проинтерпретировать массивный по объему неорганизованный поток комментариев, лайков и ретвитов. Концептуальный заход через понятие цифрового дает возможность применения стратегии смешивания методов (mixed methods research) [Hine, 2015b]. Многие фрагменты онлайн-общения (сообщения, комментарии, лайки, хэштеги и пр.) архивируются в огромные массивы данных, которые имеют удобную форму для анализа количественными методами. В результате, помимо наблюдения за взаимодействиями в цифровой среде, исследователи сегодня все активнее обращаются к анализу такого архивного контента (см., напр.: [Akemi, Abdelnour, 2020; Laaksonen et al., 2014; Berthod et al., 2017; Cottica et al., 2020]).

**Заключение.** Развитие компьютерно-опосредованной коммуникации способствовало существенной методологической перестройке социологических и этнографических исследований. Наличие концептуальной неопределенности относительно принципов, процедур и результатов изучения цифровых контекстов способствовало формированию разнообразных подходов, выбор которых во многом будет определять логику исследования.

Виртуальная этнография остается актуальной для анализа социокультурных пересечений между онлайн- и офлайн-средами, позволяя связать взаимодействия внутри онлайн-сообществ с более широким офлайн-контекстом. Этнография виртуальных миров сегодня реализуется преимущественно в исследованиях специфических контекстов, таких как многопользовательские компьютерные игры, которые не имеют значимых пересечений с офлайн-пространством. С переходом от виртуальной к цифровой этнографии методология все больше опирается на программное обеспечение и цифровые инструменты. Концептуализация, которую предлагает цифровая этнография, встраивается в современные исследования как относительно «устойчивых» по своей форме онлайн-площадок, так и «жидких» мета-полей: стримов, хэштегов, поисковых запросов и пр.

Несмотря на разнообразие принципов, задач и методологических приспособлений, виртуальные подходы (преимущественно виртуальная этнография) и цифровая этнография могут использоваться совместно в социологических исследованиях. Рассматривая виртуальность как отдельную составляющую цифровой этнографии, исследователи конструируют комплексные методологические стратегии, в которых каждый из подходов может быть направлен на решение разных задач (см., напр.: [Murthy, 2011; Bunce et al., 2018; Azarova et al., 2022]). Однако в полной мере это не снимает вопрос концептуальных противоречий между виртуальной и цифровой этнографией сегодня.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Белоруссова С.Ю. Киберэтнография: методология и технология // Этнография. 2021. Т. 3. № 13. С. 123–145. [Belorussova S. (2021) Cyberethnography: Methodology and Technology. *Ethnografia* [Ethnography]. Vol. 3. No. 13: 123–145. (In Russ.)] DOI: 10.31250/2618-8600-2021-3(13)-123-145.
- Колозариди П., Щетвина А., Соколова Е. Метод: цифровая этнография. 2018. URL: <http://mmbook-hse.ru/books/47/sections/558/> (дата обращения: 20.01.2022). [Kolozaridi P., Shchetvina A., Sokolova E. (2018) Method: Digital Ethnography. URL: <http://mmbook-hse.ru/books/47/sections/558/> (accessed 20.01.2022). (In Russ.)]
- Мясникова М.Л. Онлайн этнографический подход к исследованию интернет-сообществ: методологические разногласия и базовые принципы. Рецензия на книгу: Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every day*. Bloomsbury Academic, 2015. 240 с. // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. Т. 20. № 1. С. 199–207. [Myasnikova M.L. (2017) Online Ethnographic Approach to the Study of Internet Communities: Methodological Differences and Basic Principles. Book review: Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Every day*. Bloomsbury Academic, 2015. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology]. Vol. 20. No. 1: 199–207. (In Russ.)] DOI: 10.31119/jssa.2017.20.1.13.
- Abidin C., de Seta G. (2020) Private Messages From the Field: Confessions on Digital Ethnography and its Discomforts. *Journal of Digital Social Research*. Vol. 2. No. 1: 1–19. DOI: 10.33621/jdsr.v2i1.35.
- Airoldi M. (2018) Ethnography and the Digital Fields of Social Media. *International Journal of Social Research Methodology*. Vol. 21. No. 6: 661–673. DOI: 10.1080/13645579.2018.1465622.
- Akemu O., Abdelnour S. (2020) Confronting the Digital: Doing Ethnography in Modern Organizational Settings. *Organizational Research Methods*. Vol. 23. No. 2: 296–321. DOI: 10.1177/1094428118791018.
- Andrejevic M. (2013) *Infoglut: How Too Much Information is Changing the Way We Think and Know*. New York: Routledge. DOI: 10.4324/9780203075319.
- Azarova M., Hazoglou M., Aronoff-Spencer E. (2022) Just Slack It: A Study of Multidisciplinary Teamwork Based on Ethnography and Data from Online Collaborative Software. *New Media & Society*. Vol. 24. No. 6: 1435–1458. DOI: 10.1177/1461444820975723.
- Baym N. (2000) *Tune in Log on: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks: Sage. DOI: 10.4135/9781452204710.
- Bell D. (2001) *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge.
- Bengtsson S. (2014) Faraway, so Close! Proximity and Distance in Ethnography Online. *Media, Culture & Society*. Vol. 36. No. 6: 862–877. DOI: 10.1177/0163443714531195.
- Beneito-Montagut R. (2011) Ethnography Goes Online: Towards a User-Centred Methodology to Research Interpersonal Communication on the Internet. *Qualitative Research*. Vol. 11. No. 6: 716–735. DOI: 10.1177/1468794111413368.
- Berthod O., Grothe-Hammer M., Sydow J. (2017) Network Ethnography: A Mixed-method Approach for the Study of Practices in Interorganizational Settings. *Organizational Research Methods*. Vol. 20. No. 2: 299–323. DOI: 10.1177/1094428116633872.
- Boellstorff T. (2008) *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. New York: Princeton University Press. DOI: 10.2307/j.ctvc77h1s.
- Boellstorff T., Nardi B., Pearce C., Taylor T.L. (2012) *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton: Princeton University Press. DOI: 10.2307/j.cttq9s20.
- Boellstorff T. (2020) Rethinking Digital Anthropology. In: Horst H.A., Miller D. (eds) *Digital Anthropology*. London: Routledge: 39–61. DOI: 10.4324/9781003085201.
- Bunce M., Wright K., Scott M. (2018) 'Our Newsroom in the Cloud': Slack, Virtual Newsrooms and Journalistic Practice. *New Media & Society*. Vol. 20. No. 9: 3381–3399. DOI: 10.1177/1461444817748955.
- Caliandro A. (2014) Ethnography in Digital Spaces: Ethnography of Virtual Worlds, Netnography, and Digital Ethnography. In: Denny R., Sunderland P. (eds) *Handbook of Anthropology in Business*. New York: Routledge: 658–680. DOI: 10.4324/9781315427850.
- Caliandro A. (2018) Digital Methods for Ethnography: Analytical Concepts for Ethnographers Exploring Social Media Environments. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 47. No. 5: 551–578. DOI: 10.1177/0891241617702960.
- Cottica A., Hassoun A., Manca M., Vallet J., Melançon G. (2020) Semantic Social Networks: A Mixed Methods Approach to Digital Ethnography. *Field Methods*. Vol. 32. No. 3: 274–290. DOI: 10.1177/1525822X20908236.
- Dai R., Hu L. (2022) Inclusive Communications in COVID-19: A Virtual Ethnographic Study of Disability Support Network in China. *Disability & Society*. Vol. 37. No. 1: 3–21. DOI: 10.1080/09687599.2021.1933388.

- Domínguez D., Beaulieu A., Estalella A., Gómez E., Schnettler B., Read R. (2007) Virtual Ethnography. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*. Vol. 8. No. 3. DOI: 10.17169/fqs-8.3.274.
- Gabriels K., De Backer C.L.S. (2016) Virtual Gossip: How Gossip Regulates Moral Life in Virtual Worlds. *Computers in Human Behavior*. Vol. 63: 683–693. DOI: 10.1016/j.chb.2016.05.065.
- García A.C., Standlee A.I., Bechhoff J., Cui Y. (2009) Ethnographic Approaches to the Internet and Computer Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 38. No. 1: 52–84. DOI: 10.1177/0891241607310839.
- Gobo G. (2008) *Doing Ethnography*. Los Angeles: Sage. DOI: 10.4135/9780857028976.
- Feldon D.F., Kafai Y.B. (2008) Mixed Methods for Mixed Reality: Understanding Users' Avatar Activities in Virtual Worlds. *Education Tech Research Dev*. No. 56: 575–593. DOI: 10.1007/s11423-007-9081-2.
- Hallett R.E., Barber C. (2014) Ethnographic Research in a Cyber Era. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 43. No. 3: 306–330. DOI: 10.1177/0891241613497749.
- Hampton K.N. (2017) Studying the Digital: Directions and Challenges for Digital Methods. *Annual Review of Sociology*. Vol. 43: 167–188. DOI: 10.1146/annurev-soc-060116-053505.
- Hine C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage. DOI: 10.4135/9780857020277.
- Hine C. (2011) Towards Ethnography of Television on the Internet: A Mobile Strategy for Exploring Mundane Interpretive Activities. *Media, Culture & Society*. Vol. 33. No. 4: 567–582. DOI: 10.1177/0163443711401940.
- Hine C. (2015a) *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Publishing. DOI: 10.4324/9781003085348.
- Hine C. (2015b) Mixed Methods and Multimodal Research and Internet Technologies. In: Hesse-Biber S.N., Johnson R.B. (eds) *The Oxford Handbook of Multimethod and Mixed Methods Research Inquiry*. New York: Oxford University Press: 503–521. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199933624.001.0001.
- Hjorth L., Horst H., Galloway A., Bell G. (2016) *The Routledge Companion to Digital Ethnography*. New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781315673974.
- Kozinets R.V. (2010) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage.
- Laaksonen S.M., Nelimarkka M., Tuokko M., Marttila M., Kekkonen A., Villi M. (2017) Working the Fields of Big Data: Using Big-Data-Augmented Online Ethnography to Study Candidate–Candidate Interaction at Election Time. *Journal of Information Technology & Politics*. Vol. 14. No. 2: 110–131. DOI: 10.1080/19331681.2016.1266981.
- Marcus G.E. (1995) Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*. Vol. 24: 95–117. DOI: 10.1146/annurev.an.24.100195.000523.
- Markham A.N. (1998) *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Walnut Creek: Altamira Press.
- Murthy D. (2008) Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*. Vol. 42. No. 5: 837–855. DOI: 10.1177/0038038508094565.
- Murthy D. (2011) Emergent Digital Ethnographic Methods for Social Research. In: Hesse-Biber S.N. (ed.) *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. New York: Oxford University Press: 158–180.
- Nardi B.A. (2010) *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. University of Michigan Press. DOI: 10.3998/toi.8008655.0001.001.
- Pearce C. (2009) *Communities of Play: Emergent Cultures in Online Games and Virtual World*. Cambridge: MIT Press. DOI: 10.7551/mitpress/8039.001.0001.
- Postill J. (2008) Localizing the Internet beyond Communities and Networks. *New Media & Society*. Vol. 10. No. 3: 413–431. DOI: 10.1177/1461444808089416.
- Rogers R. (2009) *The End of the Virtual: Digital Methods*. Amsterdam: Amsterdam University Press. DOI: 10.5117/9789056295936.
- Rogers R. (2013) *Digital Methods*. Cambridge: MIT Press. DOI: 10.7551/mitpress/8718.001.0001.
- Taylor T.L. (2006) *Play between Worlds: Exploring Online Game Culture*. Cambridge: MIT Press. DOI: 10.7551/mitpress/5418.001.0001.
- Turkle S. (1997) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Zani B. (2021) Shall WeChat? Switching between Online and Offline Ethnography. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*. Vol. 152. No. 1: 52–75. DOI: 10.1177/07591063211040229.

Статья поступила: 11.05.22. Финальная версия: 08.09.22. Принята к публикации: 10.12.22.



---

## FROM VIRTUAL TO DIGITAL RESEARCH: METHODOLOGICAL PROMISES AND LIMITATIONS OF APPROACHES

BARKHATOVA L.A.

*National Research University "Higher School of Economics", Russia*

---

*Larisa A. BARKHATOVA, Lecturer, Department of Sociological Research Methods, National Research University "Higher School of Economics", Moscow, Russia (lbarhatova@hse.ru).*

---

**Abstract.** The article analyzes the methodological promises and limitations of virtual ethnographic approaches. It is shown how the redefinition of ethnography's basic concepts for online contexts is reflected in their methodological tools. Based on approaches of virtual ethnography and ethnography of virtual worlds, which become a starting point for researchers in the study of the virtual, the paper discusses principles and procedures for implementing ethnography in the online space. We highlight the differences in how each of the approaches interprets and analyzes the offline context, as well as how specific features of the online environment are considered. As a part of criticism, the article discusses relationship between the concepts of virtual and digital demonstrating why the concept of digital is more relevant for describing recent online contexts.

**Keywords:** virtual ethnography, ethnography of virtual worlds, virtual reality, digital ethnography, online communities.

*Received: 11.05.22. Final version: 08.09.22. Accepted: 10.12.22.*