

Multifaceted Internet Ethnography in Studies of Everyday Life with an Emphasis on Social Networks

Mohammad Pourhafez¹ , Jahangir Jahangiri²
Mansour Tabiee³ , Mohammad Taghi Abbasi⁴

1. Ph.D. in Political Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran (Corresponding Author).

mohammad.pourhafez@gmail.com

2. Associate Professor, Faculty of Management, Economics and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran.

jjahangiri@gmail.com

3. Assistant Professor, Faculty of Management, Economics and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran.

tabiee46@gmail.com

4. Assistant Professor, Faculty of Management, Economics and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran.

mtabbasi@gmail.com

Received: 2025/06/13; Accepted 2025/10/10

Extended Abstract

Introduction and Objectives: In recent decades, studies of everyday life in the social sciences and humanities have undergone major transformations due to technological change and the pervasive penetration of the Internet and social networks. On the one hand, contemporary everyday life has become increasingly entangled with digital media, mobile devices, and online spaces; on the other hand, classical ethnographic methods are no longer sufficient to capture and describe these emerging realities.

This article, recognizing such a methodological gap, rethinks ethnographic approaches within the context of the Internet and seeks to offer a new pathway for studying everyday life through social networks. The main objective is to integrate the strengths of classical ethnography with the possibilities offered by digital environments in order to produce a multidimensional and multi-sited analysis of everyday experience.

Drawing on a multi-methodological synthesis grounded in diverse field experiences, the study proposes both a theoretical and practical framework for what it terms “Multifaceted Internet Ethnography.” This approach highlights the importance





Research Institute of
Hawzah and University

Methodology of Social Sciences and Humanitie (MSSH)

Journal homepage: <https://method.rihu.ac.ir/>



Original Article

of the researcher's simultaneous engagement with both physical and online fields, as well as the dynamic interconnections between them.

The article critically reviews domestic and international literature—ranging from classical works to contemporary research by scholars such as Christine Hine, Robert Kozinets, Sarah Pink, and others—to demonstrate how the boundary between “online” and “offline” life can be reconceptualized. This redefinition enables a more nuanced understanding of social, cultural, and technological dynamics and transforms the classical ethnographer into an active, creative, and boundary-crossing researcher proficient in multiple fields of inquiry.

Methodology: The study adopts a qualitative meta-synthesis approach, allowing the researcher to collect, compare, and reinterpret findings from previous studies in order to construct a novel conceptual model. The process began with a systematic review of research on Internet ethnography, netnography, digital ethnography, and mixed-method approaches. By identifying shared methodological principles and points of divergence, the proposed model of Multifaceted Internet Ethnography was developed.

This model recommends that researchers avoid confining their fieldwork exclusively to either physical or online spaces. Instead, they should engage in a continuous movement between the two. Practically, this may involve maintaining both real and pseudonymous accounts on social media platforms (e.g., Twitter, Instagram, Clubhouse) to observe, participate, and collect data through screenshots, audio/video recordings, hashtag tracking, and monitoring of trending events.

Field presence in relevant physical spaces and conducting in-depth interviews—both online and offline—complement this process. Such an approach requires ethical sensitivity, flexibility, and the ability to navigate multiple researcher roles (e.g., covert observer, active participant, or “fly on the wall”). Through this methodology, the study delineates both the theoretical capacities and the operational procedures necessary for conducting research across interconnected physical and digital fields.

Findings: The results indicate that Multifaceted Internet Ethnography effectively addresses the limitations of traditional ethnographic approaches that treat physical and online spaces as separate domains.

1. First, this method enables “thick description” (in Geertz’s sense) of everyday life in contexts where social, cultural, and economic relations are deeply interwoven with digital technologies.
2. Second, simultaneous presence in both online and offline environments enriches data quality and allows the researcher to trace the cyclical reproduction of meaning across virtual and physical spaces.
3. Third, when dealing with phenomena such as trending hashtags, viral events, or online community formations, this approach provides a powerful analytical tool for examining collective action and social reality construction.
4. Fourth, the proposed method combines classical ethnographic techniques (participant observation, in-depth interviews, textual analysis) with modern digital tools (archiving, screen capture, big data analytics), thereby fostering a more holistic understanding of the dynamics of networked everyday life.

Ultimately, the research shows that depending on study objectives, the researcher can adjust their level of involvement and type of online identity, employing localized engagement strategies to build user trust and participation.

Discussion and Conclusion: The study argues that in contemporary contexts, the boundary between online and offline realities has become fluid and indeterminate; both realms are in a constant dialectical process of mutual redefinition. Consequently, classical ethnographic methods alone are insufficient to grasp this complexity.

Multifaceted Internet Ethnography, as a flexible, creative, and innovative approach, responds to this need by acknowl-



Research Institute of
Hawzah and University

Methodology of Social Sciences and Humanitie (MSSH)

Journal homepage: <https://method.rihu.ac.ir/>



Original Article

edging the “back-and-forth” nature of fieldwork. It enables researchers to collect and analyze rich, multilayered data that keep pace with rapid technological and cultural transformations.

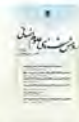
Theoretically, this approach bridges the divide between classical anthropology and digital media studies, contributing a new dimension to the literature on digital ethnography. Practically, it offers a versatile framework applicable to diverse fields of social science—from cultural and communication studies to political sociology and media research.

Moreover, by emphasizing researcher creativity and methodological boldness, this framework opens new horizons for interdisciplinary inquiry, encouraging scholars to experiment with innovative methods suited to evolving research terrains. Thus, Multifaceted Internet Ethnography is not merely a method for studying everyday life in the networked age—it is also a model for future research in the humanities and social sciences, aimed at capturing and analyzing “what is happening as it happens.”

Keywords: Internet Ethnography, Multifaceted Internet Ethnography, Multi-Methodological Synthesis, Studies of Everyday Life; Social Networks.

Cite this article: Mohammad Pourhafez, Jahangir Jahangiri, Mansour Tabiee and Mohammad Taghi Abbasi (2025). “Multifaceted Internet Ethnography in Studies of Everyday Life with an Emphasis on Social Networks”. Journal of Humanities Methodology 31(123): 7-28.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



روش مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی در مطالعات زندگی روزمره با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی

محمد پورحافظ^۱ ، جهانگیر جهانگیری^۲

منصور طبیعی^۱ ، محمدتقی عباسی^۲

۱. دانش آموخته دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه شیراز، شیراز ایران (نویسنده مسئول).

mohammad.pourhafez@gmail.com

۲. دانشیار جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

jjahangiri@gmail.com

۳. استادیار بخش جامعه‌شناسی، معاون آموزشی دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی، شیراز ایران.

tabiee46@gmail.com

۴. استادیار جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی دانشکده مدیریت، اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

mtabbasi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۸

چکیده گسترده

مقدمه و اهداف: مطالعات زندگی روزمره در علوم اجتماعی و انسانی طی دهه‌های اخیر به دلیل تغییرات فناورانه و نفوذ همه‌جانبه‌ی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دگرگون شده است. از یک‌سو، زندگی روزمره‌ی معاصر درهم‌تنیدگی فزاینده‌ای با رسانه‌های دیجیتال، ابزارهای همراه و فضاهای اینترنتی پیدا کرده و از سوی دیگر، روش‌های کلاسیک مردم‌نگاری برای توصیف این وضعیت ناپدید کفایت لازم را ندارند. این مقاله با درک چنین خلأیی، به بازاندیشی روش‌شناسی مردم‌نگاری در بستر اینترنت پرداخته و کوشیده است مسیری نوین برای مطالعه‌ی زندگی روزمره در شبکه‌های اجتماعی ارائه کند. هدف اصلی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردم‌نگاری کلاسیک و در عین حال توانمند توجه به امکان‌های جدید فضاهای اینترنتی است تا بتواند تحلیلی چندبعدی و چندمیدانی از زندگی روزمره ارائه دهد. پژوهش حاضر با تکیه بر سنتز چند-روش‌شناختی با بهره‌گیری از تجارب میدانی گوناگون، می‌کوشد چارچوبی نظری و عملی برای «مردم‌نگاری





نوع مقاله: پژوهشی

اینترنتی چندوجهی» تدوین کند؛ رویکردی که هم به حضور پژوهشگر در میدان فیزیکی و هم به میدان‌های اینترنتی و پیوند میان آن‌ها توجه دارد. مقاله ضمن نقد و مرور ادبیات داخلی و بین‌المللی مرتبط، از آثار کلاسیک تا پژوهش‌های جدیدی چون کارهای هاین، کوزینتس، پینک و دیگر صاحب‌نظران بهره می‌برد تا نشان دهد که چگونه می‌توان مرز میان «آنلاین» و «آفلاین» را در زندگی روزمره بازتعریف کرد. این بازتعریف، امکان درک بهتر پویایی‌های اجتماعی، فرهنگی و فناوریانه را فراهم می‌سازد و نقش مردم‌نگار کلاسیک را به پژوهشگری فعال و خلاق و مسلط به میدان‌های متعدد تحقیق و مرزهای آن‌ها ارتقا می‌دهد.

روش تحقیق: روش تحقیق بر پایه‌ی «فرا ترکیب کیفی» است که به پژوهشگر اجازه می‌دهد یافته‌های متنوع پژوهش‌های پیشین را گردآوری، مقایسه و تحلیل کند و از دل آن‌ها الگوی تازه‌ای بسازد. در این رویکرد، ابتدا مطالعات موجود در زمینه‌ی مردم‌نگاری اینترنتی، نت‌نگاری، اتنوگرافی دیجیتال و روش‌های ترکیبی مرور شد. سپس با استخراج رویکردهای مشترک و مشابه و همچنین تفاوت‌های روشی، الگوی پیشنهادی «مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی» شکل گرفت. این الگو به پژوهشگر توصیه می‌کند که میدان تحقیق را صرفاً به فضای فیزیکی یا صرفاً به اینترنت محدود نکند، بلکه میان این دو به‌طور مداوم رفت‌و برگشت داشته باشد. از منظر عملی، پژوهشگر می‌تواند با هر دو حساب کاربری واقعی و ساختگی در شبکه‌های اجتماعی مختلف (توییتر، اینستاگرام، کلاب‌هاوس و...) حضور یابد و ضمن مشاهده و مشارکت، داده‌ها را از طریق اسکرین‌شات، ضبط صدا و ویدئو، رصد هشتک‌ها، طوفان‌ها و ترندها گردآوری کند. همچنین حضور بدنی در فضاهای فیزیکی مرتبط و مصاحبه‌های عمیق آنلاین و آفلاین مکمل این فرآیند است. چنین رویکردی مستلزم حساسیت اخلاقی، انعطاف‌پذیری بالا، و توانایی حرکت میان نقش‌های مختلف (مشاهده‌گر پنهان، مشارکت‌کننده‌ی فعال، «مگس روی دیوار» و...) است. پژوهش حاضر با استفاده از این مسیر، هم ظرفیت‌های نظری و هم رویه‌های اجرایی لازم برای اجرای پژوهش در میدان‌های اینترنتی-فیزیکی را تبیین می‌کند.

نتایج: نتایج نشان می‌دهد که مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی می‌تواند به‌طور مؤثری خلاءها و کاستی‌های رویکردهای کلاسیک و تفکیک‌گر به میدان فیزیکی و میدان آنلاین را پر کند. نخست، این روش امکان «توصیف فربه» (به تعبیر گیرتز) را از زندگی روزمره در شرایطی فراهم می‌کند که روابط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به‌شدت با فناوری دیجیتال و میدان‌های اینترنتی درهم‌تنیده‌اند. دوم، یافته‌ها نشان می‌دهد که حضور همزمان در میدان‌های واقعی و اینترنتی و در مرزهای نامتعیین آن‌ها نه تنها به غنای داده‌ها می‌افزاید بلکه به پژوهشگر اجازه می‌دهد چرخه‌ی بازتولید معنا از فضای مجازی به فضای فیزیکی و بالعکس را رصد کند. سوم، این رویکرد در مواجهه با پدیده‌هایی چون ترندها و هشتک‌های داغ، طوفان‌های توییتری، و شکل‌گیری اجتماعات اینترنتی، ابزاری کارآمد برای تحلیل کنش جمعی و ساخت واقعیت اجتماعی ارائه می‌دهد. چهارم، روش پیشنهادی امکان ترکیب تکنیک‌های مردم‌نگاری کلاسیک (مشاهده‌ی مشارکتی، مصاحبه‌ی عمیق، تحلیل متنی) با ابزارهای نوین (بایگانی دیجیتال، ضبط صفحه، تحلیل کلان‌داده) را مهیا می‌سازد و بدین ترتیب به درکی جامع‌تر از پویایی‌های زندگی روزمره در عصر شبکه‌ای منجر می‌شود. نهایتاً، پژوهش نشان می‌دهد که پژوهشگر می‌تواند بسته به نیاز تحقیق، سطح مداخله و نوع حساب کاربری خود را تنظیم کند و با استفاده از استراتژی‌های بومی شدن، اعتماد کاربران و مشارکت آن‌ها را جلب نماید.

بحث و نتیجه‌گیری: پژوهش حاضر استدلال می‌کند که در شرایط کنونی، مرز میان واقعیت آنلاین و آفلاین پویا و نامتعیین گشته است و هر دو ساحت در فرآیندی دیالکتیکی، پیوسته یکدیگر را بازتعریف می‌کنند. بنابراین، روش‌های کلاسیک مردم‌نگاری به‌تنهایی قادر به درک کامل این پیچیدگی نیستند. «مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی» به‌عنوان روشی انعطاف‌پذیر، خلاق و نوآورانه، پاسخی است به این نیاز. این رویکرد با پذیرش ماهیت «رفت و برگشتی» میدان تحقیق، پژوهشگر را قادر می‌سازد تا همزمان با تغییرات سریع فناوری و فرهنگ،



نوع مقاله: پژوهشی

داده‌های غنی و چندلایه گردآوری و تحلیل کند. از منظر نظری، این روش گسست میان انسان‌شناسی کلاسیک و مطالعات رسانه‌های دیجیتال را ترمیم می‌کند و به ادبیات مردم‌نگاری دیجیتال بُعدی تازه می‌بخشد. از منظر عملی، چارچوب پیشنهادی می‌تواند در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، از مطالعات فرهنگی و ارتباطات تا جامعه‌شناسی سیاسی و مطالعات رسانه، به کار گرفته شود. افزون بر این، رویکرد حاضر با تأکید بر خلاقیت و جسارت پژوهشگر، افق‌های تازه‌ای برای تحقیقات میان‌رشته‌ای می‌گشاید و پژوهشگران را ترغیب می‌کند تا در مواجهه با میدان‌های در حال تغییر، از آزمون و ابداع روش‌های نو نترسند. بدین ترتیب، مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی نه تنها روشی برای مطالعه‌ی زندگی روزمره در عصر شبکه‌ای است، بلکه الگویی برای پژوهش‌های آینده در علوم انسانی و اجتماعی محسوب می‌شود که می‌خواهد «آنچه در حال وقوع است» را بی‌درنگ و با دقت ثبت و تحلیل کند.

واژگان کلیدی: مردم‌نگاری اینترنتی، مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی، روش سنتز چندروش‌شناختی، مطالعات زندگی روزمره، شبکه‌های اجتماعی.

استناد: محمد پورحافظ، جهانگیر جهانگیری، منصور طبعی و محمدتقی عباسی (۱۴۰۴). «روش مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی در مطالعات زندگی روزمره با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی». مجله روش‌شناسی علوم انسانی ۳۱(۱۲۳): ۷-۲۸.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. مقدمه

مطالعات زندگی روزمره^۱ حوزه تحقیقاتی بسیار گسترده‌ای است که پژوهش‌های آن در شاخه‌های مختلف نظام دانش صورت می‌گیرد. از بررسی رفتارهای^۲ روزمره انسانی که در تحقیقات علوم پزشکی کاربرد دارد گرفته تا مطالعه عملکردهای^۳ روزمره در جوامع شهری که برای پژوهش‌های معماری و شهرسازی سودمند است، همه و همه ذیل مطالعات زندگی روزمره طبقه‌بندی می‌شوند.^۴ در نظام دانش انسانی - اجتماعی نیز زندگی روزمره طیف وسیعی از مطالعات را دربرمی‌گیرد. در علوم اجتماعی پژوهش‌ها با موضوع زندگی روزمره عمدتاً در حوزه‌های بینارشته‌ای طرح می‌شوند. تحقیقات زندگی روزمره به‌نوعی در تلاقی آستانه‌های رویکردهای جامعه‌شناختی، انسان‌شناختی، تبارشناختی و سایر شاخه‌های علوم انسانی-اجتماعی قرار می‌گیرند. در علوم اجتماعی ایران نیز آنچه تا امروز مطالعات زندگی روزمره نام گرفته عمدتاً با رویکردهای بینارشته‌ای سامان یافته‌اند. این تحقیقات ذیل مطالعات فرهنگی، انسان‌شناسی فرهنگی و مانند آن انجام گرفته‌اند که خود شاخه‌های بینارشته‌ای در علوم اجتماعی محسوب می‌شوند.^۵

پژوهش‌ها در حوزه مطالعات زندگی روزمره بسته به موضوع و طرح مسئله در سطوح مختلف خرد، میانه و کلان تعریف می‌شوند. به همین اعتبار با توجه به استراتژی انتخابی در طرح پژوهش، مطالعات زندگی روزمره می‌تواند از روش‌های مختلف کتبی، کیفی و ترکیبی بهره ببرد. اهداف این تحقیقات دستیابی به انواع و اشکال زندگی روزمره، یا ماهیت آن یا نحوه سازوکار آن است. به این ترتیب، بحث احاطه بر ابعاد و سطوح زندگی روزمره به میان می‌آید. بر این مبنا توصیف یا هدف اصلی، یک پژوهش در زندگی روزمره است و یا یکی از اهداف و گام‌های مهم در رسیدن به هدف غایی چنین تحقیقاتی به شمار می‌رود (باومن و می،^۶ ۱۳۹۰). بنابراین، روش‌های تحقیقی نظیر پیمایش و مردم‌نگاری‌های^۷ وسیع در بسیاری از این تحقیقات نقش پررنگی را ایفا می‌کنند. به‌ویژه در تحقیقات سطوح میانی و خرد و حتی در بخشی از پژوهش‌ها در سطح کلان نیز مردم‌نگاری روش متقنی برای نزدیک شدن به درک درستی از زندگی روزمره به شمار می‌آید.

در مطالعات زندگی روزمره با روش مردم‌نگاری معمولاً جماعت^۸ یا جماعت‌هایی در مکان یا مکان‌هایی مشخص در نظر گرفته می‌شوند. آنگاه پژوهشگر با ورود به این میدان پژوهش^۹ و بهره‌گیری از روش‌های مرسوم در مردم‌نگاری کلاسیک نظیر مشاهده، مصاحبه و غیره به جمع‌آوری داده‌ها و نگارش گزارش‌های مردم‌نگارانه خود می‌پردازد. تا سالیان متمادی این روال‌هایی بود که با الهام از روش مردم‌نگاری کلاسیک در پژوهش‌های زندگی روزمره به کار گرفته می‌شد؛ اما گسترش و بسط تکنیک‌ها و روش‌های مردم‌نگاری در تحقیقات زندگی روزمره با این روش نیز نقش بی‌بدیلی ایفا کرد. جهت نیل به پژوهشی عمیق و رسیدن به آنچه صاحب‌نظرانی چون کلیفورد گیرتز^{۱۰} به آن توصیف فربه^{۱۱} می‌گفتند، دیگر تنها صرف حضور در میدان^{۱۲} و مشاهده و مصاحبه کافی نبود. باید عناصر غیرقابل مشاهده مستقیم در میدان، نظیر متون و دیگر تولیدات ناپیدا را نیز مورد مذاقه قرار داد. این گونه بود که انواع مردم‌نگاری‌های ادبی و متنی نیز شکل گرفت. در ادامه مردم‌نگاری چندجانبه^{۱۳} پدیدار شد که به سطوح و ابعاد مختلف یک یا چند میدان می‌پردازد که در لحظات مشخصی تعیین یافته‌اند. به این ترتیب، مردم‌نگاری‌های جدید در پس مردم‌نگاری کلاسیک ظهور و بروز یافتند.

1. Everyday Life/ Daily Life Studies

2. Behavior

3. Praxis

۴. برای نمونه با جستجو در نرم‌افزار «رسا» در کتابخانه ملی ایران بیش از ۵۰۰ رکورد در این مورد به دست می‌آید.

۵. برای نمونه جستجوی ترکیب «زندگی روزمره» در پرتال جامع علوم انسانی ایران چنین شمایی را پیش چشم پژوهشگر می‌گذارد.

6. Bauman & May

7. Ethnography

8. Community

9. Field Work

10. Geertz

11. Thick Description

12. Field

13. Multi-Sited Ethnography

به بیان نظری می‌توان گفت: به تعبیر لویی آلتوسر^۱، فیلسوف فرانسوی در قرن بیستم، فلسفه (اندیشه) نو در لحظه‌ای متولد می‌شود که تلاقی تعینی دو ساحت سیاست (نهاد - دولت) جدید و علم تازه است. در این راستا، آلتوسر در پرسش از جامعه، جامعه را در واقع، صورت‌بندی^۲ اجتماعی برآمده از شیوه / شیوه‌های تولید آن در نظر می‌گیرد. به این معنا هرگاه شیوه‌های تولید جامعه تغییر می‌کند، ضرورت پیدایش دانش تازه نیز محقق می‌شود (آلتوسر^۳، ۱۴۰۰). به این اعتبار شکل‌گیری مردم‌نگاری‌های تازه در مطالعات زندگی روزمره نیز در نتیجه تغییرات در صورت‌بندی اجتماعی است.

حال با شرایطی مواجه هستیم که فناوری^۴ و ابزارهای جدید مانند رایانه‌های شخصی^۵، لپ‌تاپ‌ها^۶، تبلت‌ها^۷، گوشی‌های هوشمند^۸ و... به‌ویژه در دهه گذشته همه‌گیر شده و امروزه بدل به عنصر و عضوی جدانشدنی در طیف‌های وسیعی از جامعه شده‌اند. از طرفی بر این دستگاه‌های سخت‌افزاری، برنامه‌های کاربری^۹ نرم‌افزاری نیز شیوع قابل‌توجهی داشته‌اند و از سوی دیگر، هم شبکه جهانی اینترنت^{۱۰} و شبکه‌های اجتماعی^{۱۱} بر این بستر گسترش یافته‌اند. پرواضح است که این تغییرات اثراتی را بر شیوه تولید معنا و عملکرد^{۱۲} می‌گذارند و به این ترتیب ضرورت ایجاد می‌کند که روش‌ها و تکنیک‌های تحقیقاتی در نظام دانش نیز به راه‌های متقن‌تری در مسیر پژوهش‌های تازه دست یابند. به این اعتبار، مردم‌نگاری در مطالعات زندگی روزمره در عصر فناوری‌ها و ابزارهای شخصی جدید، اینترنت^{۱۳} و شبکه‌های اجتماعی باید به روش‌های تازه جهت شناخت وجوه و سطوح میدان مطالعاتی خود منجر شود (انگروزینو^{۱۴}، ۱۳۹۶). انواع روش‌هایی که ذیل عنوان مردم‌نگاری اینترنتی^{۱۵} قرار می‌گیرند، در خط سیر این هدف مطرح شده‌اند. این مقاله به ظرفیت و قابلیت مردم‌نگاری اینترنتی و نیز ارائه روشی جهت اجرای یک مردم‌نگاری اینترنتی در مطالعات زندگی روزمره می‌پردازد.

۲. بیان مسئله

مطابق آمار وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت ایران در آبان ماه سال ۱۴۰۰ هجری خورشیدی، میزان ضریب نفوذ تلفن همراه هوشمند در سال ۲۰۲۱ میلادی در ایران حدود ۶۹ درصد برآورد شده است (تسنیم^{۱۶}، ۱۴۰۰). طبق آمار اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۱ سازمان مقررات و تنظیم ارتباطات رادیویی ایران، ضریب نفوذ مجموع اینترنت پهن باند ثابت و سیار در کشور از ۱۲۷ درصد عبور کرده است (ایرنا^{۱۷}، ۱۴۰۱). براساس گزارش نظرسنجی خردادماه ۱۴۰۱ مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران درخصوص میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران ۷۸/۵ درصد از ایرانیان دست‌کم از یک رسانه اجتماعی اینترنتی استفاده می‌کنند (ایسپا^{۱۸}، ۱۴۰۱).

-
1. Althusser
 2. Formation
 3. Althusser
 4. Technology
 5. PC
 6. Laptop
 7. Tablet
 8. Smartphone
 9. Computer Applications
 10. World Wide Web
 11. Social Media
 12. Praxis
 13. Internet
 14. Angrosino
 15. Internet Ethnography
 16. Tasnimnews.com
 17. Irna.ir
 18. Ispa.ir

این سه گزارش آماری بیانگر همه‌گیری فناوری و ابزارهای جدید از رایانه‌های شخصی گرفته تا تبلت و تلفن همراه هوشمند، همچنین شیوع متصل شدن به شبکه جهانی اینترنت و نیز رواج شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های^۱ مبتنی بر اینترنت در دست‌کم کشور ایران و به‌ویژه در دهه گذشته و خاصه در سال‌های اخیر است. این آمارها نشان می‌دهند فناوری و شبکه‌های اجتماعی جدید تا چه میزان ضریب نفوذ بالایی در زندگی روزمره جامعه دارند.

در چنین شرایط تازه‌ای چندین وضعیت مطالعاتی پیش روی شاخه‌های مختلف نظام دانش قرار می‌گیرد. حالت نخست، مطالعه این فضاها به‌مثابه میدان‌های مجزا از سایر وجوه زندگی است؛ آنچه عمدتاً با عنوان فضای مجازی^۲ تعریف می‌شوند. حالت بعدی مطالعه تأثیر این ابزارها و فضاهای تازه بر وجوه مختلف زندگی واقعی است. حالت سوم مطالعه این فضاها به‌مثابه جزئی از فضای واقعی است. هر سه حالت می‌تواند سوژه پژوهش‌هایی در حوزه مطالعات زندگی روزمره نیز باشد. مطالعات زندگی روزمره در این گستره پژوهشی نخست باید بتواند توصیف دقیقی از میدان تحقیق ارائه دهد. مردم‌نگاری یکی از روش‌های اصلی جهت نیل به این هدف در پژوهش‌های زندگی روزمره است (سیدبک، ۲۰۰۴^۳ به نقل از زندوکیلی، ۱۳۹۴).

اما آیا روش‌ها و تکنیک‌های مردم‌نگاری کلاسیک به‌تنهایی می‌تواند به این خواسته پاسخ دهد؟ یک بررسی اجمالی نشان می‌دهد که پاسخ منفی است. از آنجاکه میدان فضاهای اینترنتی با میدان قابل‌لمس تفاوت‌هایی دارد، به صرف مشاهده کلاسیک، مصاحبه کلاسیک و دیگر تکنیک‌های مردم‌نگاری کلاسیک نمی‌توان به تمامی ابعاد و سطوح میدان‌های جدید دست یافت. بنابراین، افزون بر مردم‌نگاری کلاسیک باید از روش‌ها و تکنیک‌های مردم‌نگاری‌های متأخرتر و در این میان از همه مهم‌تر از انواع روش‌های مردم‌نگاری اینترنتی^۴ بهره جست.

این روش‌های جدید کدامند؟ بر روی کدام منطق روش‌شناسی می‌توان آنها را استوار کرد؟ چگونه می‌توان این روش‌ها را به کار بست؟ و این روش‌ها چگونه پژوهشگران را در راستای درک کامل‌تر از میدان‌های جدید کمک می‌کنند؟ برای رسیدن به پاسخ مسئله تحقیق، این مقاله از رویکرد روش‌شناسی سنتز چندروش‌شناختی^۵ بهره برده است. براساس این، نخست، به شرح این روش‌شناسی پرداخته خواهد شد. سپس ادبیات تحقیق و ادبیات نظری - روش‌شناختی که بر مبنای این روش استخراج شده‌اند، به‌طور مفصل بررسی می‌شوند. در ادامه روشی که به‌مثابه مدلی برای مطالعات در میدان‌های اینترنتی و به جهت مقایسه با روش‌های پیشین شکل گرفته، معرفی می‌شود و در نتیجه بررسی و مقایسه نهایی روش‌ها و ارائه سنتز روشی تازه بحث و بررسی می‌شود.

۳. روش‌شناسی و روش‌های سنتز چندروش‌شناختی

سنتز چندروش‌شناختی رویکردی در روش‌شناسی است که گونه‌ای از روش‌های فرامطالعه و فراترکیب^۶ را دربرمی‌گیرد. این روش‌شناسی در پی یک پژوهش نظام‌مند^۷ از مطالعات پیشین با تمرکز بر سؤالات تحقیق جهت نیل به یکی از اهداف زیر صورت می‌گیرد:

- افزایش استحکام شواهد برای یک پرسش تحقیقی خاص؛

- شناسایی بینش یا دیدگاه‌های جدیدی که از هیچ مطالعه منفردی ممکن نیست؛

- توسعه چهارچوب‌های نظری و روش‌های جدید.

1. Messengers
2. Cyberspace
3. Sade-beck
4. Internet Ethnography
5. Multi-Methodological Synthesis
6. Meta-Synthesis
7. Systematic

سنتز چندروش‌شناختی اغلب در تحقیقات علوم اجتماعی استفاده می‌شود. می‌توان از آن برای ترکیب یافته‌های مطالعاتی استفاده کرد که از انواع روش‌های مختلف در آن حوزه مطالعاتی بهره برده‌اند. برای اجرای یک پژوهش با استفاده از یکی از روش‌ها در رویکرد سنتز چندروش‌شناختی به‌طورکلی، این مراحل دنبال می‌شود:

- مشخص کردن سؤالات یا حوزه مورد علاقه تحقیق؛
 - شناسایی مطالعات قبلی با تمرکز بر دغدغه‌های تحقیق جهت انجام یک بررسی نظام‌مند از ادبیات موجود؛
 - ارزیابی کیفیت هر مطالعه و استخراج داده‌های مربوطه با توجه به دغدغه تحقیق؛
 - پیشنهاد و پایلوت کردن یک روش جدید با توجه به پیگیری الگوها و روندها در مطالعات قبلی؛
 - تطبیق، مقابله و مقایسه مطالعات پیشین با هم و با الگوی پیشنهادی؛
 - نتیجه‌گیری، ارائه سنتز و پیشنهادات (فینفگلد - کنت، ۲۰۱۷).
- در این مقاله با بهره‌گیری و الهام از روش سندلوسکی^۲ و باروزو^۳ که در کتابشان با عنوان «سنتز کردن تحقیقات کیفی»^۴ به‌عنوان روشی در رویکرد سنتز چندروش‌شناختی به‌طور مفصل بسط داده‌اند، مسیر پژوهش طراحی شده است. این روش گونه‌ای از مطالعات نظام‌مند کتابخانه است که پس از طی چند گام مشخص و مدوّن به سنتز مد نظر دست پیدا می‌کند:
- مشخص کردن سؤال‌های تحقیق یا اهداف سنتز (حوزه علاقه و دغدغه تحقیق)؛
 - گزینش مطالعات قبلی با توجه به دغدغه تحقیق؛
 - بررسی و ارزیابی کیفیت مطالعات؛
 - ارائه یک مدل مبتنی بر الگوها و روندهای مطالعات پیشین و به جهت مقایسه؛
 - تحلیل و مقایسه و ارائه سنتز روشی (سندلوسکی و باروزو، ۲۰۰۷).
- متکی بر این روش نخست با تمرکز بر دغدغه روش‌شناسانه تحقیق به‌طور گزینشی، مطالعات تجربی قبلی که با استفاده از روش‌های مردم‌نگاری اینترنتی به ثمر نهشته‌اند، استخراج شده و مبتنی بر همان حوزه علاقه این پژوهش بررسی و تحلیل می‌شوند. سپس رویکردها و روش‌های مختلف در حوزه مردم‌نگاری اینترنتی به‌مثابه ادبیات نظری - روش‌شناختی تحقیق حاضر بازایی و معرفی شده و باز هم مبتنی بر همان پرسش‌های تحقیق مورد تعمق و واریسی واقع شده‌اند. در ادامه روش و مسیری به‌عنوان الگو و روندی برآمده از مطالعات قبلی و با تمرکز بر آستانه‌های میدان‌های اینترنتی و میدان‌های واقعی به‌مثابه روشی پایلوت در جهت انجام تحقیقات تجربی در این حوزه معرفی شده است. درنهایت در بخش بحث و نتیجه‌گیری تمامی روش‌های پیشین که مورد تحلیل قرار گرفته بود در مواجهه و گفتگو با یکدیگر و نیز با الگوی معرفی شده واقع شده‌اند و از نتیجه این روند، سنتز روشی تازه به عمل آمده و ارائه شده است.

۴. ادبیات موجود

در حوزه روش‌های مردم‌نگاری اینترنتی در تحقیقات زندگی روزمره و با موارد مطالعاتی^۵ شبکه‌های اجتماعی، پژوهش‌هایی در علوم انسانی - اجتماعی به انجام رسیده است که می‌توان با آنها به‌مثابه ادبیات تحقیق موجود برای مطالعه حاضر مواجه شد. از لابه‌لای این ادبیات آنچه

1. Finfgeld-Connett
2. Sandelowski
3. Barroso
4. Synthesizing Qualitative Research
5. Case Study

برای نوشتار حاضر اهمیت دارد، بیش از هر چیزی دغدغه‌های روش‌شناسی آنهاست. بنابراین، با تمرکز بر مواجهات روشی و با در نظر گرفتن ظرفیت یک مقاله، چند مورد از کوشش‌های داخلی و خارجی مرور می‌شود که با توجه به حوزه علاقه تحقیق بیش از همه به کار مطالعه حاضر می‌آید.

در ایران علی اشرف نظری (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «بنیان‌های روش‌شناختی مردم‌نگاری و مشاهده مشارکتی: معرفی روش مردم‌نگاری مجازی، دیجیتال و پساانسان‌گرا» به لزوم بازنگری روش‌شناسانه تحقیقات تازه در شرایط جدید معاصر پرداخته است. او استدلال می‌کند که باید متناسب با تحولات عمیق و سریع پدیدار شده به طرح روش‌های جدیدی در مردم‌نگاری پرداخته شود تا به درک بهتری از چشم‌اندازهای نظری - روش‌شناختی در حوزه مطالعات هویتی نائل شد. از این رو، ماهیت روش‌شناسی مطالعات هویت را محور قرار می‌دهد و با این فرض اصلی که توصیف عمیق و درک کیفی زندگی اقوام از طریق مستندسازی تعاملات و روابط انسانی در زندگی روزمره در روش مردم‌نگاری ممکن می‌شود، به معرفی روش‌های جدید در مردم‌نگاری مانند مردم‌نگاری انتقادی، مجازی، دیجیتال، پست‌مدرن و پساانسان‌گرا می‌پردازد. در بخش روش‌شناسی، تحقیق داخلی دیگری، بسط روش‌های مردم‌نگاری موجود در میدان اینترنتی شبکه اجتماعی فیسبوک^۱ کارساز آمده است. بی‌بک‌آبادی، سلطانیفر و دلاور (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «بررسی فرهنگ و زندگی روزمره در شبکه اجتماعی فیسبوک» و با هدف درک مؤلفه‌های زندگی روزمره در شبکه اجتماعی فیسبوک و ارتباط آن با عضویت کاربران در این شبکه انجام داده‌اند. پژوهشگران از روش کیفی مردم‌نگاری مجازی استفاده کرده‌اند که جمع‌آوری داده‌ها در آن با مشارکت، مشاهده برخط و انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌عمیق صورت پذیرفته است. محققان استدلال کرده‌اند که مردم‌نگاری مجازی به‌عنوان روش جدیدی مطرح نیست که بخواهد روش قدیمی مردم‌نگاری را کنار بزند؛ بلکه به‌عنوان راهی مطرح می‌شود که فراهم‌کننده تمرکز توأم بر مفاهیم و پنداشت‌هایی که مردم‌نگاری بر پایه آن بنا شده و ویژگی‌هایی که خاص مقولات فن‌آورانه است.

در نمونه‌ای از یک تحقیق خارجی، فناوری‌های جدید و در اینجا شبکه‌های اجتماعی فزاینده از بحث‌های مربوط به درک ماهیت و سازوکار آنها، برای مردم‌نگاری در زمانه معاصر ابزارهای تازه‌ای به شمار می‌آیند و به‌عنوان یک وسیله پژوهش برای مردم‌نگار معاصر کارگشا خواهند بود. دلسگارد^۲ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «بهره‌مندی مردم‌نگارانه از فیسبوک در زندگی روزمره» بیان می‌کند که اکنون بیشتر زندگی اجتماعی به‌صورت برخط وجود دارد. از این رو، سکوهایی^۳ مانند فیسبوک که در سطح جهانی محبوب‌تر هستند، افزون‌بر کارکرد رسانه اجتماعی بودن، کارکرد مضاعفی نیز برای پژوهشگران مردم‌نگار پیدا می‌کنند. تمرکز این پژوهش بر آن است که فیسبوک می‌تواند ورای این پرسش که چگونه به‌مثابه یک رسانه اجتماعی کار می‌کند، چه نقش مهم‌تری را در تحقیقات مردم‌نگارانه بازی کند. مهم‌تر از همه این امکان را به مردم‌نگار می‌دهد تا در این رشته بروز بماند. این تحقیق نشان می‌دهد برای درک بهتر چالش‌هایی که فیسبوک و سایر شبکه‌های اجتماعی پیش روی روش مردم‌نگاری گشوده است باید به این پرسش‌ها پاسخ داد که چه نوع روابط میدانی از چنین مردم‌نگاری مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی ناشی می‌شود؟ و این روابط چه نوع داده‌هایی را به مردم‌نگار ارائه می‌دهد؟

فناوری‌های نو، رفتار و عملکردهای فیزیکی انسان را نیز دستخوش تغییر کرده‌اند. نمونه‌ای از یک پژوهش خارجی به مورد برنامه‌های کاربری شبکه‌های اجتماعی درون تلفن‌های همراه هوشمند پرداخته است. در این تحقیق در ضمن موضوع و پیگیری هدف تحقیق به این دغدغه روش‌شناسانه هم می‌پردازد که چگونه می‌توان به پدیده تأثیر و تأثر شبکه‌های موبایلی نزدیک شد و در مورد آن تحقیق کرد و به این ترتیب، و با پیگیری آن پاسخ را در روش‌های جدید مردم‌نگاری دیجیتالی می‌یابد. پینک و همکاران^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «مردم‌نگاری دیجیتالی لمسی:

1. Facebook

2. Dalsgaard

3. Platform

4. Pink, Sinanan, Hjorth & Horst

مطالعه شبکه‌های موبایلی به میانجی دست» می‌گویند در زمانه‌ای که ابزارهای دیجیتال شخصی با صفحه‌های نمایشگر قابل لمس گسترش روزافزون یافته‌اند، نقش انگشتان دست در ارتباطات این بار نه از طریق نوشتن با قلم یا تایپ با ماشین تحریر بلکه به واسطه لمس کردن نمایشگر، پررنگ شده است. بنابراین نه تنها مطالعه رسانه‌های موبایلی جدید به طور مجزا برای پژوهشگران جذاب و تازه است، بلکه تمرکز بر شیوه‌های این ارتباط جدید و رای بعد سخت‌افزاری فناوری، این بار به میانجی رفتارهای روزمره انسانی نظیر نقش دست‌ها در این فرایند نیز شایان توجه است. پژوهشگران در این تحقیق به‌ویژه از روش مردم‌نگاری تصویری^۱ بهره برده‌اند. آنها با تمرکز بر دست‌های کاربران و ثبت لحظات گوناگون از نحوه عمل انگشتان دست‌ها در موقعیت‌های گوناگون و در مواجهه با اعمال مختلف در رسانه‌های موبایلی مطالعه خود را پی گرفته‌اند. این اعمال از مواجهه و واکنش نسبت به یک پیام گرفته تا رد کردن پیامی پست‌های متوالی تا تأیید^۲ یک پست تا تولید یک متن تا گپ زدن^۳ و سایر روال‌ها در شبکه‌های موبایلی، فرم‌های مختلفی از رفتار و کنش و واکنش انسانی را به واسطه اجزای متفاوت انگشتان دست‌ها ظهور و بروز می‌دهند.

بررسی ادبیات تحقیق موجود در موضوع مطالعه حاضر نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقد وارد بر این تلاش‌ها آن است که این تحقیقات عمدتاً از زاویه‌ای تک‌بعدی به انجام رسیده‌اند. برای نمونه، در یک مسئله تنها به میدان شبکه اجتماعی مورد مطالعه محدود شده‌اند و تنها به تأثیر آن میدان در مسئله مد نظر پرداخته‌اند. حال آنکه خود میدان مطالعه در تعاملات گسترده با سایر میدان‌ها به سر می‌برد. این غفلت به نتایجی تقلیل‌گرایانه منجر خواهد شد و این همان مهم‌ترین ملاحظه در بین رویکردهای تازه‌تر مردم‌نگاری، نظیر مردم‌نگاری چندبعدی / چندگانه / چند میدانی^۴ است (ارولدی، ۲۰۱۸). محل تأملی که برخی از پژوهش‌های تازه‌تر به آن توجه نشان می‌دهند که در نهایت به احاطه مسلط‌تر و درک کامل‌تری از اوضاع در حال جریان منجر خواهد شد.

۵. چشم‌اندازهای نظری - روش‌شناختی مختلف در مردم‌نگاری اینترنتی

زیرشاخه‌های مردم‌نگاری در میدان‌هایی که فیزیکی، قابل لمس و به تعبیر برخی صاحب‌نظران واقعی نیستند، با عناوین متعددی نام‌گذاری شده‌اند. این اسامی برآمده از هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی‌های گوناگون نسبت به این میدان‌ها و همچنین، زاویه ورود به آنها و اتخاذ چشم‌اندازهای متنوع نسبت به آنهاست. برخی از این ترکیب‌ها عبارت‌اند از: مردم‌نگاری دیجیتال^۵، مردم‌نگاری مجازی^۶، مردم‌نگاری برخط^۷، مردم‌نگاری اینترنتی^۸ و در این بخش نخست نگاهی گذرا بر اصل روش مردم‌نگاری و ویژگی‌های بنیادین آن انداخته و سپس به فراخور مقاله برخی از این ترکیب‌ها در توضیح مردم‌نگاری در میدان‌های جدید و همچنین، پیش‌زمینه آنها شرح داده می‌شود.

۵-۱. مردم‌نگاری

بسیاری از صاحب‌نظران از مردم‌نگاری به‌عنوان پایه‌ای‌ترین روش در میان روش‌های تحقیق کیفی در علوم انسانی - اجتماعی یاد می‌کنند (رحمانی، ۱۴۰۰). همچنین، مردم‌نگاری اصلی‌ترین روش تحقیق در علم انسان‌شناسی^۹ به‌عنوان یکی از شاخه‌های مهم علوم اجتماعی

-
1. Visual Ethnography
 2. Like
 3. Chat
 4. Multi-Sited Ethnography
 5. Airolldi
 6. Perspective/ Point of view
 7. Digital Ethnography
 8. Virtual Ethnography
 9. Online Ethnography
 10. Internet Ethnography
 11. Anthropology

شناخته می‌شود؛ تا جایی که در گذشته مردم‌نگاری کلاسیک با انسان‌شناسی همپوشانی می‌کرد و یکی در نظر گرفته می‌شد. مردم‌نگاری بنیادی‌ترین روش تحقیق کیفی برای پژوهشی است که در پی تسلط بر وجوه و سطوح گوناگون یک میدان پژوهشی و ارائه توصیفی دقیق از آن برمی‌آید (توماس،^۱ ۱۳۹۷). بنابراین، مردم‌نگاری هم می‌تواند پاسخی برای یک تحقیق با هدف توصیف باشد و هم می‌تواند گام نخست در پژوهش‌هایی باشد که توصیف بنیان آنها را شکل می‌دهد.

مردم‌نگاری به معنای عام ویژگی‌های عمده و مشترکی دارد که انواع مردم‌نگاری‌ها مشمول آنهاست. در این میان مهم‌ترین این ویژگی‌ها که مورد تأکید نوشتار حاضر نیز می‌باشد، عبارت است از ماهیت فرآیندی بودن کار میدانی مردم‌نگاری مبتنی بر یک بستر در یک پیوستار امیک - اتیک.^۲ مردم‌نگار گاه برای درک جزئیات باید در میدان و در پدیده غوطه‌ور شود و گاه برای دستیابی به شناخت کلی باید از آنها فاصله بگیرد. از این رو، ماهیت متفاوت نقش نظریه در پژوهشی با ماهیت رویکرد کمی و تحقیقی با ماهیت رویکرد کیفی نظیر مردم‌نگاری تمییز داده می‌شود. عینک نظری به تعبیر کرسول^۳ در مردم‌نگاری نقش هدایتگرانه عامی را پیش از ورود به میدان و در مسائلی نظیر تعیین چهارچوب کلی پرسش‌ها بازی می‌کند. به این ترتیب و بر همین مبانی، همه روش‌شناسان کیفی معتقدند که مردم‌نگاری می‌تواند به تبیین، ساخت تعمیم‌ها و استنباط‌های نظری^۴ دست یابد؛ اما نکته اساسی در اینجا که نباید از آن غفلت کرد، آن است که تمام مفاهیم و معیارهای روش‌شناختی در روش کیفی به اشکال متفاوت از روش کمی برحسب ماهیت آنها مورد بحث قرار می‌گیرند (محمدپور، ۱۳۹۷).

۵-۲. مردم‌نگاری در اینترنت^۵

کریستین هاین^۶ سه کلیدواژه جاافتاده،^۷ مجسم^۸ و روزمره^۹ را برای توصیف وضعیت شبکه اینترنت در زندگی روزمره معاصر، همین‌طور مواجهه مردم‌نگاران با این وضعیت جدید و نیز مردم‌نگاری در شبکه جهانی اینترنت به کار می‌گیرد. هاین معتقد است: اینترنت که زمانی پدیده‌ای غامض برای اقشار مختلف جامعه بود، حالا به‌عنوان راهی برای حضور و نمایش زنده بودن در جهان پذیرفته شده است؛ به‌طوری‌که برخط و برون‌خط بودن در تجربه روزمره درهم تنیده است. در نتیجه مردم‌نگاران چنین جوامع معاصر تحت نفوذ اینترنت، خود را در مواجهه با معضلات جدی روش‌شناختی می‌یابند. اینکه به کجا باید بروند، در آنجا چه کارهایی را باید به اجرا برسانند و چگونه می‌توانند دانشی متقن به دست آورند، در مورد آنچه مردم در اینترنت، از طریق آن و با آن انجام می‌دهند؟

هاین در ضمن ارائه طیف وسیعی از مردم‌نگاری در موقعیت‌های گوناگون شامل شبکه‌های اجتماعی، چالش‌هایی را به تصویر می‌کشد که پیش روی مردم‌نگارانی است که می‌خواهند فعالیت‌های مرتبط با اینترنت را درک کنند. او معتقد به روشی است که هم اصول روش‌شناختی^{۱۰} را در برگیرد و هم راهبردهای کاربردی^{۱۱} را نیز شامل شود. راهبردهایی عملی که هم برای مردم‌نگاران تازه‌کار و هم مجرب به کار می‌آید تا بتوانند با تعاریف و مفاهیم میدان‌های اینترنتی، ارتباطات بین برخط و برون‌خط و نیز ماهیت متغیر تجربه‌های مجسم در محیط‌های معاصر جدید کنار بیابند (هاین، ۲۰۱۵). درواقع، اصول روش‌شناختی مردم‌نگاری در زمانه معاصر باید این گشودگی را داشته باشد تا هر آن گره‌گشای

1. Thomas
2. Emic & Etic Continuum
3. Creswell
4. Theoretical Inference
5. Ethnography for the Internet
6. Hine
7. Embedded
8. Embodied
9. Everyday
10. Methodological Principles
11. Practical Strategies

پیچیدگی‌های تازه‌ای باشد که در میدان‌های جدید ظاهر می‌شوند. پژوهش‌های مردم‌نگاری معاصر گاه حاوی ابداعات روش‌شناسی هستند و از این منظر نیز موجب بسط و توسعه روش‌شناختی این سنت می‌شوند.

۳-۵. مردم‌نگاری ترکیبی^۱

تعامل مردم با فرهنگ معاصر و فرایندهای معنابخشی آنها در این فرهنگ نسبت به گذشته تغییر کرده است. براساس این، پرژیبیلسکی^۲ می‌نویسد: چشم‌انداز تحقیقات امروزی مستلزم مجموعه‌ای بروز شده از مهارت‌های تحلیلی است تا توانایی بیان این داستان مواجهه مردم با فرهنگ معاصر را داشته باشد. به این منظور پرژیبیلسکی روش «مردم‌نگاری ترکیبی: آنالین، آفلاین و مابین آنها» را ارائه می‌کند. مردم‌نگاری ترکیبی با ارائه مجموعه‌ای از فرایندهای عینی و مبتنی بر نظریه، پژوهشگر را مجهز می‌کند تا بتواند روش‌های تحقیق برخط و آفلاین را ترکیب کند؛ آنگاه قادر است تا چرایی و چگونگی تعامل مردم با فرهنگ مصرح را بیان کند (پرژیبیلسکی، ۲۰۲۰). اتخاذ یک استراتژی مردم‌نگاری ترکیبی همچون نقشه راهی است که تمامی تکنیک‌ها در جمع‌آوری داده‌های برخط و حضوری و ترکیب آنها و تجزیه و تحلیل و به اشتراک‌گذاری نتایج تحقیق را دربرمی‌گیرد.

۴-۵. نت‌نگاری^۳

کوزینتس^۴ از ترکیب واژگان اینترنت، شبکه^۵ و مردم‌نگاری، اصطلاح نت‌نگاری را جعل کرده است. نت‌نگاری نزد کوزینتس درواقع، کوششی در جهت انطباق روش‌های مردم‌نگاری در میدان‌های اینترنتی است. نت‌نگاری به فرهنگ‌ها و جوامع برخط به‌جای آنکه به‌مثابه محتوایی مجزا و جدا از واقعیت نگاه کند، به‌عنوان پدیده‌های اجتماعی متفاوت می‌نگرد (کوزینتس، ۲۰۱۹).

۵-۵. خودمردم‌نگاری دیجیتالی^۶

خودمردم‌نگاری^۷ یکی از زیرشاخه‌های اصلی مردم‌نگاری است. برخی از صاحب‌نظران خودمردم‌نگاری معاصر را چیزی جز خودمردم‌نگاری دیجیتالی نمی‌دانند. دان و میرز^۸ در مقاله‌ای با عنوان «خودمردم‌نگاری معاصر خودمردم‌نگاری دیجیتالی است» پیشنهادی را برای ابقا کردن ربط روش‌شناختی در زمان‌های تغییر ارائه کرده‌اند. آنها مشروعیت خودمردم‌نگاری را در قابلیت این روش در پیوند زدن فرهنگ با تجربه‌های شخصی می‌دانند. این مشروعیت در کنار تغییر بزرگی در ارتباطات رخ داده است. مسیرهایی را که انسان‌ها به‌واسطه آنها در هم آمیخته‌اند، به‌سرعت تغییر داده، متکثر شده و غیرمستقیم شده است.

خودمردم‌نگاری دیجیتالی پیشنهادی دان و میر بر روشی متکی است که مبتنی بر تجربه(ها)ی شخصی شکل گرفته بر پیش‌زمینه‌ای است که چگونگی شکل‌گیری معنا در میان افرادی را درمی‌یابد که فضاهای دیجیتال را اشغال کرده‌اند یا به آن متصل هستند. به‌طور خلاصه، کار خودمردم‌نگاری دیجیتال در داخل و در کنار فضاهای دیجیتال و تجربیات زیسته، تعاملات و معناسازی در درون و در کنار این زمینه‌ها شکل

1. Hybrid Ethnography
2. Przybylski
3. Netnography
4. Kozinets
5. Network
6. Digital Autoethnography
7. Autoethnography
8. Dunn & Myers

می‌گیرد. به علاوه این روش چهارچوبی را برای مطرح نگاه داشتن خودمردم‌نگاری به عنوان روشی پژوهشی با وجود تغییرات در زندگی روزمره در پی مواجهات تجربه انسانی با ارتباطات دیجیتال فراهم می‌کند (دان و میرز، ۲۰۲۰).

۵-۶. حرکت از خود مردم‌نگاری اینترنتی: یک مسیر پیشنهادی به مثابه الگویی برای مطالعات تجربی

در این بخش با توجه به مواردی که از بررسی مطالعات تجربی و نظری - روش‌شناختی موجود به دست آمده است، مدلی برای اجرای پژوهش‌ها در حوزه مردم‌نگاری اینترنتی پیشنهاد می‌شود. مطابق روش فراترکیب آنچه در این قسمت بیش از همه برای تحقیق مهم است، آستانه‌های تلاقی است که در لحظات مشخصی بین میدان‌های اینترنتی و میدان‌های واقعی برجسته می‌شود. احاطه بر این وضعیت‌ها برای درک کامل‌تر از فضای تحقیق و ارائه‌ی گزارشی متقن‌تر بسیار حائز اهمیت است.

مبتنی بر سؤالات تحقیق در شروع یک مردم‌نگاری اینترنتی در شبکه‌های اجتماعی می‌توان از روش خودمردم‌نگاری اینترنتی بهره جست. خودمردم‌نگاری اینترنتی با شرح تجربه زیسته مردم‌نگار در میدان شبکه‌های اجتماعی آغاز می‌شود. پژوهشگر با تشریح مواردی از این دست آغاز می‌کند که از چه زمانی به عضویت این شبکه درآمده، چه فعالیت‌هایی داشته، با چه چیزهایی در این فضای تازه آشنا شده و چه مواجهاتی را از سر گذرانده است. به این ترتیب، جایگاه مردم‌نگار در میدان و نیز زاویه ورود او به تحقیق مشخص می‌شود (پوپوا^۱، ۲۰۲۰). در ادامه و در مسیر اجرای پژوهش به شعاع این دایره افزوده می‌شود و به این ترتیب، وسعت میدان دید مردم‌نگار گسترش می‌یابد و این گونه است که احاطه پژوهشگر بر میدان تحقیقش کامل‌تر می‌شود.

۵-۷. مردم‌نگار به مثابه کاربر^۲ فعال / منفعل

پژوهشگر مداخله‌گر^۳ بودن یا عدم مداخله محقق در میدان از جمله موارد حیاتی نزد یک پژوهش مردم‌نگارانه است که نقش مردم‌نگار را در هر مرحله از تحقیق مشخص می‌کند. در یک مردم‌نگاری اینترنتی با توجه به موضوع تحقیق و همچنین بسته به هر مرحله از مردم‌نگاری، پژوهشگر جایگاه مشخصی را اتخاذ می‌کند. پژوهشگر مردم‌نگار در میدان شبکه‌های اجتماعی باید از هر فرصتی و هر ابزاری جهت گردآوری داده‌ها بهره ببرد. مناسب‌ترین حالت برای ورود به یک میدان در شبکه‌های اجتماعی بومی بودن/شدن^۴ مردم‌نگار است (موقال، ۲۰۱۵). در فرایند بومی شدن، مردم‌نگار باید با ایجاد یک حساب کاربری^۵ و فعالیت در آن شبکه اجتماعی عضوی از آن میدان شود. آنچه اهمیت دارد احاطه هرچه کامل‌تر پژوهشگر به هر طریقی بر میدان است.

برای حضور در یک میدان اینترنتی و به‌ویژه یک شبکه اجتماعی افزون‌بر برخورداری از سخت‌افزار مورد نیاز، به داشتن یک حساب کاربری در شبکه مد نظر احتیاج است. یک پژوهشگر در این عرصه می‌تواند حساب کاربری با مشخصات کاملاً حقیقی از خود ایجاد کند یا با ارائه اطلاعاتی تماماً مخدوش از خود حساب کاربری غیر واقعی‌ای^۶ را از آن خود کند. هر کدام از این نوع حضور در یک میدان اینترنتی به عنوان یک پژوهشگر کارایی خاص خود را دارد و امکان‌هایی را پیش روی محقق می‌گشاید. در اجرای یک پژوهش جامع‌تر و با هدف احاطه کامل‌تری بر میدان پژوهش توصیه می‌شود پژوهشگر از امکان‌های متنوع در این فضا، از جمله داشتن انواع حساب‌های کاربری واقعی و غیر واقعی بهره‌مند

1. Popova

2. User

3. Participant

4. Becoming Native, Indigenous

5. Mughal

6. Profile Account

7. Fake Account

شود. اینجاست که پژوهش می‌تواند از یک خودمردم‌نگاری و توصیف موقعیت محقق در وضعیت آغاز شود (لواس، ۲۰۲۱). مناسب‌ترین راه حضور هم‌زمان محسوس و نامحسوس پژوهشگر در شبکه‌های اجتماعی است. به این صورت که با ایجاد حساب‌های کاربری هم‌غیر واقعی و نامشخص و هم‌رسمی و با نام و نشان در سطوح مختلف شبکه اجتماعی حضور و فعالیت داشته باشد.

۵-۸. از شخصیت حقیقی تا حساب کاربری غیر واقعی

حضور پژوهشگر با حساب کاربری واقعی این امکان را فراهم می‌کند تا پژوهشگر گاهی نقش پژوهشگر مداخله‌گر را به‌طور کارتری ایفا کند. در این راستا محقق می‌تواند در مورد مسئله‌ای نظر خود را به‌طور شفاف بیان کند یا محتوای مد نظر خود را تولید و در فضای پیش رو به اشتراک بگذارد. همچنین گاهی نیاز است در مسیر پژوهش، محقق عامدانه مسئله‌ای را در اندازد تا واکنش‌های کاربران را نسبت به آن ثبت و ضبط و ارزیابی نماید. همه اینها و بسیاری دیگر با داشتن یک حساب کاربری واقعی در دسترس‌تر خواهد بود. گاهی در مسیر پژوهش نیاز است تا افزون‌بر حضور در فضاهای همگانی^۲ و قابل دسترسی و مشاهده برای همگان (برای نمونه، خط زمان^۳ در توییتر یا دیوار^۴ در اینستاگرام) یا فضای نظردهی^۵ در مورد یک پست به فضاهای غیر عمومی‌تر یا فضای خصوصی^۶ کاربران مانند پیام مستقیم^۷ یا گپ زدن^۸ وارد شد (استوارت، ۲۰۲۲). در این شرایط نیز داشتن یک حساب کاربری واقعی جهت جلب اعتماد کاربران بسیار کارتر عمل خواهد کرد.

گاهی در مسیر پژوهش لازم است تا در کنار جمع‌آوری داده‌ها از میدان در مواردی مصاحبه‌هایی را نیز در خصوص مسائل گوناگون با برخی کاربران ترتیب داد. در مواقعی لازم است تا پژوهشگر با معرفی کامل خود و ابراز هدف خود از برقراری این ارتباط در مسیر پژوهش، مخاطب (کاربر) را قانع کند. حتی ممکن است ضرورت پژوهش ایجاب کند تا این گفتگوها به‌صورت غیربرخط و حضوری و در فضاهای فیزیکی ادامه یابد. همه این موارد مستلزم جلب اعتماد و ایجاد انگیزه در مخاطب این گفت‌وگوهاست که با شخصیت حقیقی و حساب کاربری واقعی در دسترس‌تر خواهد بود.

در زمان‌هایی هم ضرورت پژوهش ایجاب می‌کند تا پژوهشگر نه‌تنها مداخله‌ای بر روند ساری و جاری بر میدان نداشته باشد، بلکه حتی حضور او هم توسط کاربران احساس نشود. در چنین شرایطی اصطلاحاً پژوهشگر به‌مثابه مگسی روی دیوار^{۱۱} است که کسی حواسش به او نیست؛ اما او می‌تواند تمام اتاق را زیر نظر داشته باشد (دارمون، ۲۰۱۸)، داشتن یک حساب کاربری غیر واقعی کارآمدتر است. برای نمونه، محقق با داشتن یک حساب کاربری با مشخصات غیر واقعی از خود در توییتر و اینستاگرام می‌تواند طیف وسیعی از صفحات و کاربران را بدون برانگیختن کمترین حساسیتی از جانب آنها دنبال کند؛^{۱۲} به‌ویژه موارد پربازدیدی را که عمدتاً عمومی^{۱۳} و باز هستند و فضاهای آنها خصوصی^{۱۴} بسته^{۱۵} و محدود نیست؛ زیرا آنها می‌پندارند این حساب کاربری نیز مشابه ده‌ها و صدها حساب کاربری بی‌نام‌نشانی است که در این فضا

-
1. Luvaas
 2. Public
 3. Timeline
 4. Wall
 5. Comments
 6. Private
 7. Direct Messages
 8. Chat
 9. Stewart
 10. Fly on the wall
 11. Darmon
 12. Follow
 13. Public
 14. Private
 15. Lock

وجود دارند. به این ترتیب، احتمال دنبال کردن متقابل^۱ هم پایین می‌آید و از طرفی توقعی هم بر این واکنش نمی‌رود و وانگهی این حالت به نفع پژوهشگر در پیشبرد هدف فعالیت تحقیقی غیرمداخله‌آمیز اوست.

با ایجاد یک حساب کاربری غیر واقعی می‌توان کاربران، صفحات و گروه‌های مختلفی از طیف‌های گوناگون اجتماعی را دنبال کرد. برخی شبکه‌های اجتماعی نظیر توییتر این امکان را فراهم آورده‌اند که کاربر بتواند گروه‌هایی را شکل دهد و به این ترتیب، کسانی را که می‌خواهد دنبال کند،^۲ در دسته‌های دلخواه طبقه‌بندی نماید. حتی کاربر می‌تواند بدون دنبال کردن مستقیم، حساب‌های کاربری را در این گروه‌ها قرار دهد و این‌گونه از این طریق آنها را پیگیری کند. وقتی پژوهشگر طیف وسیعی از علایق و سلاقی اجتماعی را دنبال می‌کند، خط زمان (در توییتر)، دیوار (در اینستاگرام)، تالار ورودی^۳ (در کلاب‌هاوس) و به‌طور کلی، فضای عمومی متنوع‌تر و متکثرتری را در آن شبکه اجتماعی در اختیار خواهد داشت (لوتا‌کالیو و مریلوتو،^۴ ۲۰۲۲). به این ترتیب، هم بر میدان پژوهش خود احاطه کافی‌تری به دست خواهد آورد و هم در نتیجه این وضعیت داده‌های واقعی‌تری را جمع‌آوری خواهد کرد و این‌گونه تحلیل نهایی نیز دقیق‌تر به عمل خواهد آمد.

۵-۹. پشتیبانی از تکثر و احاطه بر میدان

بروز بودن و اشراف بر میدان شبکه اجتماعی نکاتی است که پژوهشگر یک‌آن‌هم نباید از آنها غفلت کند؛ چه با حساب کاربری واقعی و چه با حساب کاربری غیر واقعی پژوهشگر جهت اطلاع از دیدگاه‌های گوناگون موجود در مورد مسائل مدنظر پژوهش و در نهایت، ارائه تحلیلی واقعی از میدان تحقیق باید پهنای دید خود را وسعت دهد. دیوار اینستاگرام، خط زمان توییتر، سرسرای کلاب‌هاوس و سایر فضاهای عمومی در هر شبکه اجتماعی منطبق با الگوریتم‌هایی بر ساخته و ارائه می‌شوند که مبتنی بر علایق و سلاقی است که کاربر حین فعالیتش در شبکه اجتماعی از خود بروز می‌دهد. براساس این، مردم‌نگار اینترنتی باید به هر طریقی، از دنبال کردن دیدگاه‌های گوناگون گرفته تا اجرای فعالیتی با کمترین سوگیری به‌ویژه با حساب کاربری غیر رسمی‌اش و دیگر اقدامات لازم، نمایشگر^۵ متنوع و متکثری از میدان شبکه اجتماعی پیش چشمانش ترسیم کند. صفحه‌ای که با پیمایش^۶ آن نمایانگر یک یا چند رویکرد نزدیک به هم نباشد؛ بلکه از چشم‌اندازهای دیگر نیز پشتیبانی کند.

۵-۱۰. هشتگ،^۷ ترند^۸ و مسئله بروز بودن^۹

مفاهیم واقعیت،^{۱۰} حقیقت،^{۱۱} فکت^{۱۲} و مقولاتی از این دست در عصر شبکه‌های اجتماعی دچار بازتعریف‌هایی شده‌اند. باین‌همه، فارغ از تردیدها و جدل‌های نظری، تصویری از واقعیت به‌مثابه آنچه در فضای فیزیکی به وقوع می‌پیوندد، همواره در آمدوشد میان میدان فیزیکی و میدان شبکه‌های اجتماعی است. آن‌گونه که گاهی در شبکه‌های اجتماعی بر سر واقعیتی که در دنیای بیرونی رخ داده است، تولید محتوا صورت می‌گیرد و این محتوا به دنیای فیزیکی می‌رود و تأثیر خودش را می‌گذارد و باز به میدان شبکه‌های اجتماعی بازمی‌گردد و این

1. Follow Back
2. Following
3. Hallway
4. Luhtakallio and Meriluoto
5. Screen
6. Scrolling
7. Hashtag
8. Trend
9. Up-to-Date
10. Reality
11. Truth
12. Fact

چرخه ادامه می‌یابد. گاهی نیز اساساً محتوا (واقعیتی) در شبکه‌های اجتماعی تولید می‌شود و از آنجا به دنیای قابل لمس بیرونی پا می‌گذارد. در هر صورت پژوهش بر زندگی روزمره امروز با چنین دیالکتیکی مواجه است. در چنین وضعیتی پژوهشگر به مثابه مردم‌نگار در این میدان دائماً باید بروز و مطلع باشد.

در شبکه‌های اجتماعی امکان‌هایی وجود دارد و پژوهشگر می‌تواند با بهره‌گیری از آنها بروز بودن، مطلع بودن و همین‌طور نقطه‌نظرهای گوناگون نسبت به یک مسئله خاص را پیگیری نماید. در توییت و اینستاگرام، به‌ویژه توییت، با کلیک بر روی یک هشتگ می‌توان محتواهای تولیدی توسط کاربران را در مورد آن واژه یا عبارت یا گاه یک جمله مشاهده کرد. بر این مبنا در شبکه اجتماعی توییت گاهی یک حساب کاربری پرطرفدار یا یک گروه تصمیم می‌گیرند تا ساعتی خود و مخاطبان‌شان ضمن نگارش هشتگ خاص و مشخصی نقطه‌نظرشان را پیرامون موضوعی بیان کنند. به این فعالیت در شبکه اجتماعی توییت طوفان توییتی^۱ گفته می‌شود. در یک طوفان توییتی معمولاً در سایر شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام نیز که امکان هشتگ زدن وجود دارد، در آن ساعت مشخص آن هشتگ خاص در شبکه‌های اجتماعی دیگر هم توسط کاربران به کار گرفته می‌شود. به همین ترتیب شبکه اجتماعی توییت فضای مجازی دارد که با عنوان ترندهایی برای شما^۲ مشخص می‌شود. براساس این، توییت با توجه به علایق و سلاقی و همین‌طور مکان جغرافیایی یک حساب کاربری خاص، برای او نمایش می‌دهد که در آن لحظه چه هشتگ‌هایی اصطلاحاً ترند هستند و چه بحث‌هایی در اصطلاح داغ است. طوفان‌های توییتی عمدتاً با هدف ترند شدن و بر سر زبان‌ها افتادن و با هدف جریان‌سازی و تأثیرگذاری یک مسئله در جامعه به راه می‌افتند یا در پاسخ به یک واقعه رخ داده در دنیای فیزیکی شکل می‌گیرند که برای بخشی از جامعه مهم می‌نماید. امکان هشتگ، طوفان توییتی و ترندینگ از مهم‌ترین امکان‌ها در تاریخ شبکه‌های اجتماعی تاکنون است که می‌توان فرایند آمدوشد وقایع از دنیای فیزیکی به میدان شبکه‌های اجتماعی و برعکس را مشاهده و مطالعه کرد. هشتگ‌نگاری،^۳ ترندنگاری و پیگیری طوفان‌های توییتی در مورد یک مسئله یا مسائل خاص را می‌توان بخش مهمی از یک مردم‌نگاری اینترنتی در یک میدان شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در توییت و اینستاگرام در نظر گرفت (بُنِیلا و رُزا،^۴ ۲۰۱۵). در سایر شبکه‌های اجتماعی برای نمونه در کلاب‌هاوس امکانی وجود دارد تا با جستجوی عبارت مشخصی اتاق‌هایی که با این عنوان حتی در آن لحظه و به‌صورت برخط در حال برگزاری است، به اطلاع کاربر می‌رسد.

۵-۱۱. جمع‌آوری، ثبت و ضبط، بازیابی و تحلیل داده‌ها

یک مردم‌نگار در دنیای واقعی به‌طور کلاسیک از هر ابزاری جهت جمع‌آوری و ثبت داده‌های میدان بهره می‌برد. تغییرات فناوری بهره‌مندی از ابزارهای متنوع را بسط داده است. از یک قلم و کاغذ گرفته تا دوربین‌های ثبت تصاویر ثابت و متحرک تا ابزارهای ذخیره صدا تا ظهور دستگاه‌های جدیدتر تا یک تلفن همراه هوشمند که مجموعه قابل‌توجهی از خواست‌های یک محقق را فراهم آورده است. در میدان‌های اینترنتی و در شبکه‌های اجتماعی نیز یک مردم‌نگار باید از هر ابزاری جهت جمع‌آوری و ثبت هر چه دقیق‌تر و جامع‌تر داده‌های آن میدان استفاده کند. در این مسیر هم امکان‌های دستی ثبت و طبقه‌بندی داده‌ها مطرح است و هم در سال‌های اخیر برنامه‌های کاربری^۵ به این منظور طراحی شده‌اند.

مقصود از ثبت و دسته‌بندی دستی داده‌های اینترنتی، بهره‌گیری از امکانات عمومی است که امروزه اغلب دستگاه‌های جدید در اختیار کاربر می‌گذارند. برای نمونه، امکان گرفتن تصاویر ثابت و متحرک از صفحه،^۶ قابلیت ضبط و ثبت صدا^۷ و توانایی ذخیره آنها در قالب

1. Tweetstorm

2. Trends for you

3. Hashtagraphy/ Hashtag ethnography

4. Bonilla & Rosa

5. Application

6. Screen shot & Screen video

7. Voice Record

دسته‌بندی‌ها و طبقه‌بندی‌های مجزا از این نوع محسوب می‌شود. افزون بر این راهبرد کلاسیک، در دو دهه گذشته و به‌ویژه در سال‌های واپسین برنامه‌های کاربری مختلفی جهت ثبت و ذخیره و در آخر مهم‌تر از همه تحلیل داده‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی ارائه شده است. این برنامه‌ها به‌ویژه به‌منظور بهره‌گیری اقتصادی از فضاها و اینترنتی و با اهداف تجاری مثلاً در تحلیل کلان داده‌ها^۱ در اینترنت عرضه شده‌اند (لاکسونن و دیگران^۲، ۲۰۱۷). البته برنامه‌های تحلیل داده‌های اینترنتی صرفاً به این برنامه‌ها محدود نمی‌شوند.

۵-۱۲. گزارش مردم‌نگاری اینترنتی

گزارش مردم‌نگارانه می‌تواند پیوستاری از یک طبقه‌بندی عناصر میدان تا یک تحلیل تبیینی کامل را شامل شود. معمولاً در پژوهش‌هایی که مردم‌نگاری اینترنتی بخشی از تحقیق را شکل می‌دهد، گزارش مردم‌نگاری عمدتاً کارکردی توصیفی را در پژوهش برعهده دارد. بنابراین، این گزارش ضمن ارائه دسته‌بندی دقیق و جامعی از اجزا میدان، به توصیف و تشریح ابعاد و سطوح مختلف میدان در مسائل مورد علاقه تحقیق می‌پردازد. به این اعتبار در پژوهش‌هایی که مردم‌نگاری اینترنتی تمام هدف تحقیق را دربرمی‌گیرد. گزارش مردم‌نگاری می‌تواند نقش تمام نتیجه پژوهش را بر دوش کشد یا به خدمت تحلیل‌های کلان‌تر نظیر ارائه یک نظریه زمینه‌ای یا یک تحلیل تبیینی درآید (کالیاندرو^۳، ۲۰۱۸). بر این مبنا انواع گزارش‌های مردم‌نگاری اینترنتی بسته به موضوع و هدف تحقیق وجود دارد که محقق می‌تواند نتیجه پژوهش خود را در قالب آنها ارائه دهد.

۶. بحث و نتیجه‌گیری: مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی^۴

در بخش پایانی ضمن مروری کلی بر روند تحقیق، ابعاد روش مردم‌نگاری اینترنتی چندوجهی به‌عنوان سنتز به‌دست‌آمده از این مطالعه بحث می‌شود. آن‌طورکه گفته شد، موضوع یک پژوهش در حوزه زندگی روزمره و اهداف اجرای آن، جایگاه و موضع^۵ یک پژوهشگر را در بدو ورود به تحقیق مشخص می‌کند. براساس این، پژوهشگر به‌ویژه در مقام یک مردم‌نگار با توجه به موضوع پژوهش زاویه ورود خود به میدان را تعیین می‌کند. در موضوع پژوهشی در حوزه زندگی روزمره که بخشی یا تمام میدان پژوهش را یک میدان اینترنتی شکل می‌دهد، بهره‌گیری از روش‌های مردم‌نگاری اینترنتی در اولویت قرار می‌گیرد. وقتی میدان پژوهش یک میدان اینترنتی از جنس میدان شبکه‌های اجتماعی است، پژوهشگر مردم‌نگار باید افزون بر ابزارهای مردم‌نگاری کلاسیک بر روش‌ها و تاکتیک‌های مردم‌نگاری در میدانی نیز مسلط باشد که قابل لمس به‌طور فیزیکی نیست.

همان‌طورکه ذکر شد، تحقیقات در حوزه زندگی روزمره نمی‌توانند چشم خود را بر فناوری و شبکه جهانی اینترنت، به‌ویژه ابزارهای فناورانه شخصی مانند تلفن‌های همراه هوشمند و برنامه‌های کاربری مبتنی بر اینترنت در درون آنها ببندند. در این میان شبکه‌های اجتماعی که مورد تأکید این مقاله است، به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره کاربرانشان درآمده‌اند. در چنین شرایطی هم ماهیت خود این شبکه‌ها، مسئله‌مند است، هم تأثیر و تأثر متقابل و تعاملی که با دنیای فیزیکی برقرار می‌کنند. و رای اینها امروزه این شبکه‌ها هم خود سوژه تحقیق هستند و هم می‌توانند به‌عنوان ابزار محقق نقش ایفا کنند. در این شرایط، میدان تحقیق معاصر کاملاً چندوجهی شده است.

1. Big Data

2. Laaksonen et al.

3. Caliendo

4. Multi-sited Internet Ethnography

5. Subject Position

پیش‌تر اشاره شد که یک مردم‌نگاری اینترنتی می‌تواند تمام یا بخشی از یک پژوهش در حوزه زندگی روزمره باشد. براساس این، پژوهشگر هم باید رویکرد کل‌نگر^۱ خود را داشته باشد و تمام میدان‌ها را رصد کند و هم در مواقع لزوم میان آنها جابه‌جا^۲ شود. به این ترتیب می‌تواند ارتباطات و تعاملات میان میدان‌ها را زیر نظر بگیرد. مردم‌نگار می‌تواند با الهام از تکنیک فیلمبرداری بزرگ‌نمایی / کوچک‌نمایی^۳، متناسب با خواست آن لحظه تحقیقش میان جزئیات و کلیات پیوسته در آمدوشد باشد. در وضعیتی که واقعیت میان دنیای فیزیکی و دنیای شبکه‌های اجتماعی در جریان است. وانگهی گاهی خود این شبکه‌ها واقعیت‌ساز می‌شوند و تغییرات و تداخلاتی را تحمیل می‌کنند. یک روش مردم‌نگاری اینترنتی باید بتواند دوشادوش این ضرورت‌ها پیش رود. حتی در چشم‌انداز خود، افق‌هایی را در صلاحیت علمی‌اش پیش روی روش‌شناسی علمی بگشاید (سوارز، ۲۰۱۹).

براساس این، روش‌های مردم‌نگاری اینترنتی، مبتنی بر ماهیت گشوده سنت روش‌شناسی مردم‌نگاری، هم از روش‌ها و تکنیک‌های موجود بهره می‌برند و هم با درانداختن ابداعات و آزمودن روش‌ها و تکنیک‌های جدید، با چالش‌های تازه پیش روی مردم‌نگار مواجه می‌شوند. در مردم‌نگاری اینترنتی چندگانه، گاه مردم‌نگار، حتی بعضی اوقات میدان تحقیق او بدل به ابزارهای تحقیق می‌شوند. امکان‌های شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به خدمت تحقیق درآیند. مردم‌نگار بر مبنای ویژگی بنیادین در مسیر پیوستار امیک - اتیک به میدان‌های مرتبط با میدان اصلی تحقیقش سرک می‌کشد و پیوند میان میدان‌ها را با دقت پیگیری می‌کند (لی^۴ و دیگران، ۲۰۲۰). خلاقیت، نوآوری، جسارت و ریسک‌پذیری مهم‌ترین ویژگی‌های مردم‌نگاری اینترنتی چندگانه را شکل می‌دهند. مردم‌نگار باید راه‌های گوناگون را در مواجهه با چالش‌های تازه به محک تجربه بسپارد و متناسب‌ترین پاسخ را به کار گیرد. درنهایت هدف اساسی درک آن چیزی است که در حال رخ دادن است و در این راستا، از هیچ مسیری نباید غافل شد که می‌تواند مردم‌نگار را به مقصدش برساند.

ماهیت رفت و برگشتی^۵ بودن از ویژگی‌های جدایی‌ناپذیر در مردم‌نگاری اینترنتی چندگانه محسوب می‌شود. لنز دوربین مردم‌نگار باید دائماً میان میدان فیزیکی و میدان اینترنتی در گردش باشد؛ همان‌طور که در مدل پیلوت مشاهده شد، به عنوان مثال، مردم‌نگار باید تأثیر یک هشتگ و یک طوفان توییتری را در جامعه رصد کند و از طرفی هم‌زمان بلافاصله وقایعی را که از جهان قابل لمس به شبکه‌های اجتماعی سرریز می‌شوند، نیز مورد پیگرد قرار دهد. در این روش ثبت بی‌وقفه لحظات تا رسیدن به اشباع در یک موضوع خاص غیرقابل چشم‌پوشی است. به این ترتیب، مردم‌نگار تا زمانی که درون میدان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی است، با توجه به ماهیت و سازوکار درونی منحصربه‌فرد آن پژوهش را دنبال می‌کند، هنگامی که در میدان فیزیکی قرار می‌گیرد می‌تواند از روش‌های مردم‌نگاری کلاسیک نیز بهره‌مند شود و آنگاه که مواردی در آستانه‌های این میدان‌ها با ماهیت‌های مختلف در حال وقوع است، باید این رفت‌وبرگشت‌های پی‌درپی را به هر طریقی پوشش دهد. این‌گونه است که می‌توان ادعا کرد یک پژوهش بر ابعاد گوناگون یک موضوع در فضاهایی با ماهیت‌های متنوع فائق آمده است. چندوجهی بودن چیزی جز قابلیت پوشش دادن تمام لحظات و موقعیت‌های این‌چنینی تحقیق نیست.

1. Holistic Approach
2. Shift
3. Zooming in/out
4. Suarez
5. Lee
6. Back-and-Forth

منابع

- انگروزینو، مایکل وی. (۱۳۹۶). درآمدی بر مردم‌نگاری: نحوه انجام تحقیق‌های مشاهده‌ای و مردم‌نگارانه، ترجمه جبار رحمانی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- آلتوسر، لویی (۱۴۰۰). درباره بازتولید، ترجمه هومن حسین‌زاده، تهران: دمان.
- باومن، زیگموند، و تیم، می. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی کاربردی در زندگی روزمره، ترجمه راضیه خزاعی، تهران: لوح فکر.
- بی‌یک‌آبادی، غزل، سلطانی‌فر، محمد، و دلاور، علی (۱۳۹۹). بررسی فرهنگ و زندگی روزمره در شبکه اجتماعی فیسبوک. فصلنامه مطالعات رسانه، ۱۵(۴۹)، ۱۱۴-۱۰۳.
- توماس، جیم (۱۳۹۷). مردم‌نگاری انتقادی، ترجمه محمدتقی ایمان و مهتا بذرافکن. شیراز: دانشگاه شیراز.
- رحمانی، جبار (۱۴۰۰). مردم‌نگاری ایرانی، تهران: مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- طالبیان، حامد، و زندوکیلی، سارا (۱۳۹۴). تحلیل فرهنگی بازنمایی حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی: مردم‌نگاری کاربران ایرانی فیسبوک. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۷). ضد روش: زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی. قم: لوگوس.
- نظری، علی‌اشرف (۱۴۰۱). بنیان‌های روش‌شناختی مردم‌نگاری و مشاهده مشارکتی: معرفی روش مردم‌نگاری مجازی، دیجیتالی و پسانسان‌گرا. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۳(۹۲)، ۵۹-۳۱.

References

- Airoidi, M. (2018). Ethnography and the digital fields of social media. *International Journal of Social Research Methodology*, 21(6), 661-673. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1465622>
- Althusser, L. (2021). Sur la reproduction. Translate By Hooman Hosseinzadeh. Daman Pub. Tehran
- Angrosino, M. (2017). Doing ethnographic and observational research. Translate By Jabbar Rahmani. Research Center for Culture, Art and Communication. Tehran.
- Bauman, Z., & May, T. (2011). Thinking sociologically. Translate By Razieh Khazae. Loh-e Fekr Pub. Tehran.
- Bibak-Abadi, Gh., Soltanifar, M., & Delavar, A (2016). Study of Relationship between Culture and Daily Life in Social Networks A Case Study of Facebook. *Quarterly Journal of Communication Research*, 23(87), 93-112.
- Bonilla, Y., & Rosa, J. (2015). # Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States. *American ethnologist*, 42(1), 4-17. <https://doi.org/10.1111/amet.12112>
- Caliandro, A. (2018). Digital methods for ethnography: Analytical concepts for ethnographers exploring social media environments. *Journal of contemporary ethnography*, 47(5), 551-578. <https://doi.org/10.1177/0891241617702960>
- Dalsgaard, Steffen (2016). The ethnographic use of Facebook in everyday life. *In Anthropological Forum*, 26(1), 96-114. <https://doi.org/10.1080/00664677.2016.1148011>
- Darmon, D. J. (2018). Researching the mechanisms of gossip in organizations: From fly on the wall to fly in the soup. *The Qualitative Report*, 23(7), 1736-1751. <https://core.ac.uk/download/pdf/215360971.pdf>
- Dunn, T. R., & Myers, W. B. (2020). Contemporary autoethnography is digital autoethnography: A proposal for maintaining methodological relevance in changing times. *Journal of Autoethnography*, 1(1), 43-59. <https://doi.org/10.1525/joae.2020.1.1.43>
- Finfgeld-Connett, D. (2017). Synthesis methods in social science research. Oxford University Press.
- Hine, C. (2015). Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday. Taylor & Francis.

- Kozinets, R. (2019). Netnography: The essential guide to qualitative social media research. Sage Publications. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5018252>
- 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*, 14(2), 110-131. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1266981>
- Lee, D. A., Baker, W., & Haywood, N. (2020). Engaging with 21st century methodologies in contemporary education research: Developing a multi-sited, distance, online ethnography. *Florida Journal of Educational Research*, 58(7), 20-33. https://figshare.utas.edu.au/articles/journal_contribution/Engaging_with_21st_century_methodologies_in_contemporary_education_research_Developing_a_multi-sited_distance_online_ethnography/22992734/1
- Luhtakallio, E., & Meriluoto, T. (2022). Snap-along ethnography: Studying visual politicization in the social media age. *Ethnography*, 14661381221115800. <https://doi.org/10.1177/14661381221115800>
- Luvaas, B. (2021). Affect and Autoethnography in Social Media Research. In *Creator Culture* (pp. 57-74). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479890118.003.0007>
- Mughal, M. A. Z. (2015). Being and becoming native: a methodological enquiry into doing anthropology at home. *Anthropological notebooks.*, 21(1), 121-132. <https://anthropological-notebooks.zrc-sazu.si/Notebooks/article/view/178>
- Nazari, A. (2022). Methodological Foundations of Ethnography and Participatory Observation: Virtual, Digital and PostHuman Ethnography. *National Studies*, 23(4), 31-59.
- Pink, S., Sinanan, J., Hjorth, L., & Horst, H. (2016). Tactile digital ethnography: Researching mobile media through the hand. *Mobile Media & Communication*, 4(2), 237-251. <https://doi.org/10.1177/2050157915619958>
- Popova, M. (2020). Follow the trope: A digital (auto) ethnography for fan studies. *Transformative Works and Cultures*, 33. <https://doi.org/10.3983/twc.2020.1697>
- Przybylski, L. (2020). Hybrid ethnography: Online, offline, and in between (Vol. 58). Sage Publications.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). Synthesizing qualitative research: What is it? Why is it important? How do we do it? *Nursing Research*, 56(4), 213-221. <https://doi.org/10.1002/nur.20176>
- Stewart, B. (2022). Twitter as Method: Using Twitter as a Tool to Conduct Ethnographic Research. The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. Sage publication. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5409559#page=231>
- Suarez, M. (2019). What can multi-sited and digital ethnography contribute to innovation studies in the global South? *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 11(4), 495-503. <https://hdl.handle.net/10520/EJC-16f21248a2>
- Talebian, H., Zandevakili, S. (2015). Representation of Privacy in Social Media: Ethnography of the Iranian Facebook Users. *New Media Studies.*, 1(1), 69-96.