

Magdalena Kamińska
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie

Abstrakt Już pierwsze etnografie społeczności internetowych realizowały narracyjny model opowieści o osobistym doświadczeniu. Dziś to podejście nadal reprezentuje wielu badaczy cyberkultury, coraz częściej uprawiających autoetnografię metodologicznie świadomą i intencjonalnie wpisaną w korpus technik etnograficznych. Artykuł przedstawia charakterystykę, historię i dorobek tak rozumianej autoetnografii Internetu – umocowanej teoretycznie i metodologicznie w tradycji jakościowych badań społecznych, poszukującej równowagi między emic i etic w narracyjnej warstwie tekstu etnograficznego i stawiającej w centrum swojego zainteresowania relację pomiędzy podmiotem a przedmiotem badania.

Słowa kluczowe netnografia, cyberetnografia, autoetnografia, etnografia wirtualna, badania jakościowe, cyberkultura

Magdalena Kamińska, dr, adiunkt w Zakładzie Badań nad Kulturą Filmową i Audiowizualną w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, autorka ponad 30 artykułów naukowych oraz 2 monografii: *Rzeczywistość wirtualna jako „ponowne zaczerpnięcie świata”*. Pytanie o status poznawczy koncepcji i *Nieznane memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*. Jej zainteresowania naukowe to cyberkultura, archeologia i genologia mediów audiowizualnych.

Adres kontaktowy:

Zakład Badań nad Kulturą Filmową i Audiowizualną
Instytut Kulturoznawstwa
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
ul. Szamarzewskiego 89 AB, 60-568 Poznań
e-mail: ragnell@amu.edu.pl

Początki etnografii Internetu

Świadomość pojawienia się fenomenu kulturowo-społecznego określanego mianem wspólnoty lub społeczności wirtualnej (*virtual community*), wspólnoty online (*online community*), wspólnoty komputerowo zapośredniczonej (*computer-mediated community*), a nawet cyberplemienia (*cybertribe*) pojawiła się na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Idea innego wykorzystania sieci komputerowej aniżeli jako funkcjonalnej hybrydy bazy danych i poczty wewnętrznej w ramach organizacji była wówczas nowością. Nikt prócz garstki entuzjastów nie przewidywał wówczas, że świat stanął właśnie u progu gwałtownej ekspansji komunikacji zapośredniczonej komputerowo (*computer-mediated communication*,

CMC), która w ciągu następnego ćwierćwiecza gruntownie przekształci kulturowy i społeczny wymiar życia ludzi na całym świecie. Określenie „wspólnota wirtualna” ukuł jeden z tych pasjonatów – niezależny dziennikarz Howard Rheingold, który uczynił je tytułem swojej najbardziej znanej monografii – wydanej w 1993 roku *The Virtual Community*. Opisał w niej przypadek wspólnoty zwanej The WELL (*The Whole Earth 'Lectronic Link*), którą osobiście animował i której był członkiem.

The WELL została założona przez Stewarta Branda i Larry'ego Brillianta w Sausalito w Kalifornii w 1985 roku. Opierała się o moderowany *bulletin board system* (BBS) bazujący na minikomputerze DEC VAX. Do 1988 roku ta elitarna zbiorowość liczyła około 3000 członków. Brand i Brilliant założyli również magazyn *The Whole Earth Review*, w którym w 1987 roku Rheingold opublikował pionierski artykuł *Virtual Communities* (1993). Wyłożył w nim podstawy tezy, które sześć lat później znalazły rozwinięcie w *The Virtual Community*. W tej książce Rheingold poszukiwał przede wszystkim odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób ludzie komunikujący się przez Internet budują więzi społeczne przybierające formy analogiczne wobec więzi znanych ze świata rzeczywistego? Postawił w niej też śmiałą jak na owe czasy tezę, że więzi te mogą być nie tylko równoważące z tradycyjnymi, ale w niektórych przypadkach odbierane nawet jako jakościowo od nich lepsze (Rheingold 1993).

Początkowo Rheingold, regularnie i często (jak sam podaje, dwie godziny dziennie przez siedem dni w tygodniu) uczestniczący w życiu grupy, sam był zaskoczony swoją emocjonalną reakcją na ów „pozornie bezkrwisty technologiczny rytuał” (Rhein-

gold 1993). Uczestniczył w wielu innych wczesnych wspólnotach wirtualnych i odwiedzał różne środowiska, od *newsgroups* przez IRC-e (Internet Relay Chat)¹ aż do MUD-ów (Multi-User Dungeons)². Jednak to właśnie WELL uznał za „prawdziwą” wspólnotę wirtualną, ponieważ w jego subiektywnym poczuciu jako jedyna zdołała się ona stać częścią jego codziennego życia. Założył, że WELL zbliżyła się do ideału wspólnoty wirtualnej przede wszystkim dlatego, że posiadała aktywne przedłużenie w świecie prymarnym – jej członkowie znali się osobiście i wchodzili ze sobą w relacje *face-to-face*, niejednokrotnie bardzo bliskie. Zaświadczał, że brał udział zarówno w WELL-chrzcinach, jak i WELL-ślubach oraz WELL-pogrzebach *in real life* wielu osób, które poznał *online* (Rheingold 1993). O wyjątkowej pozycji WELL w historii etnografii Internetu zadecydował fakt, że dzięki niej w przestrzeń wirtualną weszło wielu ludzi, którzy nie mieli wcześniej kontaktu z technologiami teleinformatycznymi (*information and communication technologies*, ICT). Dzięki praktycznemu zapoznaniu się z ich możliwościami przeszli oni szybko od awersji do aktywnego uczestnictwa. W ten sposób wielu dziennikarzy i celebrytów zetknęło się z zaczynającym się dopiero zarysowywać społecznym wymiarem CMC. Chętnie relacjonowali oni swoje doświadczenia, co dało asumpt do wzrostu zainteresowania tą wspólnotą, a także samą CMC i jej rozwojowymi perspektywami (Banks 2008).

Trzeba pamiętać, że intelektualna formacja cyberdelii, do której należał Rheingold, wywodziła się ze środowisk eks-hippisowskich i w związku z tym

¹ Wczesny typ czatu internetowego.

² Wczesny typ komputerowych gier fabularnych rozgrywanych przez Internet przy wykorzystywaniu interfejsu tekstowego.

wykazywała skłonność do snucia wizji o charakterze utopijnym (Day 2006). Wyjątkowo szerokiego wpływu książki Rheingolda dowodzi fakt, że właśnie to podejście zdominowało wczesne analizy społecznych wymiarów Internetu, spośród których jedną z najbardziej wpływowych zaproponował hiszpański socjolog Manuel Castells w przełomowej trylogii *The Information Age* (1996; 1997; 1998) i kolejnych publikacjach dotyczących społeczeństwa sieciowego. Castells dostrzegł ostatnią szansę na odbudowę demokratycznego społeczeństwa obywatelskiego w maksymalnej popularyzacji sieci informacyjnych, widząc w nich nie tylko wzór kulturowy i wzór strukturacji społeczeństwa, ale również potencjalne narzędzie walki politycznej. To jednak książka Rheingolda pozostaje do dziś najbardziej wpływową monografią z dziedziny socjologii i antropologii Internetu³, mimo że – w odróżnieniu od trylogii Castellsa – nie przypomina typowego opracowania naukowego analizującego wyniki badań o charakterze jakościowym i ilościowym oraz posługującego się hermetycznym językiem. *The Virtual Community* to przystępnie napisane, osobiste, nierzadko bardzo emocjonalne świadectwo pioniera-użytkownika, który dopiero operacjonalizuje pojęcia, którymi się posługuje i często czyni to na zasadzie wolnych skojarzeń.

Konkluzja książki głosiła, że przynajmniej niektóre zbiorowości kształtujące się nie na bazie interakcji *face-to-face*, lecz poprzez CMC w pełni zasługują na ob-

jęcie ich socjologicznym terminem „wspólnota” (*community*), gdyż jednostki w ich ramach angażują się w te same społeczne praktyki, co we wspólnotach *offline*:

używają słów na ekranach, by wymieniać uprzejmości lub się kłócić, angażować się w intelektualne dysputy i prowadzić interesy, wymieniać wiedzę i udzielać sobie nawzajem emocjonalnego wsparcia, robić plany, aranżować burze mózgów, plotkować, zwalczać się nawzajem, zakochiwać się, zdobywać i tracić przyjaciół, grać w gry, tworzyć sztukę i wiele gadać o niczym. Ludzie w ramach wirtualnych wspólnot robią po prostu niemal wszystko to, co robią ludzie w świecie rzeczywistym, z tą różnicą, że zostawiają swoje ciała na zewnątrz. (Rheingold 1993 [tłum. własne])

Opór, jaki na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku wywoływało to twierdzenie, nieco łagodziło zastrzeżenie autora, że WELL zbliżyła się do ideału wspólnoty wirtualnej przede wszystkim dlatego, iż posiadała aktywne przedłużenie w świecie *offline*. Rheingold podkreślał, że nie zawsze tak się dzieje. Rozwój cyberzbiorowości oceniał zasadniczo jako nieprzewidywalny i niemożliwy do kontrolowania, co zresztą uważał za zjawisko pozytywne. W związku z tym godził się z faktem, że istnieje duże prawdopodobieństwo, iż na bazie danego środowiska – mimo popularności, jakim chwilowo cieszyć się ono może wśród internautów – nigdy nie powstanie „prawdziwa” wirtualna wspólnota (Rheingold 1993). Wedle definicji Rheingolda „prawdziwe” wspólnoty wirtualne są:

społecznymi agregatami, które powstają w Sieci, gdy wystarczająco wielu ludzi przez wystarczająco długi czas wiecie ze sobą publiczną dyskusję poprzez ten kanał komunikacyjny, traktując się przy tym nawzajem

jak istoty ludzkie, by w końcu ukształtować sieci osobistych relacji w cyberprzestrzeni (...). To jak móc odwiedzić bar na rogu, pełen starych przyjaciół i interesujących przybyszów, nowych narzędzi, które można zabrać ze sobą do domu, świeżych graffiti i listów – oprócz założenia płaszcza, wyłączenia komputera i pójścia do centrum (...). To jest miejsce. (1993 [tłum. własne])

Rheingold oparł się na twierdzeniu, że Internet we współczesnych społeczeństwach przejmując tradycyjną funkcję agory. Powoływał się tu na socjologa Raya Oldenburga, który stworzył pojęcie „trzeciego miejsca” i *good great place* stanowiącego przestrzenną oś i zarazem interakcyjne centrum wspólnoty (Oldenburg 1989; 1991; 2000). *Good great places* tradycyjnego typu, oparte na interakcjach *face-to-face*, zanikają w miarę postępu urbanizacji. Nowe, stekniczowane, wielkomiejskie style życia wykluczyły z przestrzeni życia codziennego tego rodzaju sąsiedzką przestrzeń, lecz społeczności wciąż odczuwają jej brak i usiłują go sobie zrekompensować, czego najważniejszym narzędziem w opinii Rheingolda staje się dziś Internet (1993).

Sformułowana przez Rheingolda optymistyczna wizja wspólnoty wirtualnej nie do końca się spełniła, lecz, jak zauważa Patrice Flichy (2007), uporczywie dominuje współczesne imaginarium wspólnotowości, z jednej strony maskując rzeczywistość, lecz z drugiej – mobilizując aktorów. W ciągu następnej dekady tacy badacze, jak Christine Hine, Danah Boyd, Jenny Preece, Amy Jo Kim, Nick Yee, Barry Wellman, Ted Nelson czy Robert Kozinets włożyli wiele wysiłku w doprecyzowanie definicji pojęcia wspólnoty wirtualnej, które stało się bardzo popularne, lecz wcale niełatwo było ulokować je w ra-

mach metodologicznej taksonomii nauk społecznych ukształtowanej w świecie interakcji *face-to-face*.

Aktywne uczestnictwo w życiu opisywanych grup powiązane z przyjęciem osobistej perspektywy przy konstruowaniu ich opisu dało Rheingoldowi wyjątkowo wnikliwy wgląd w ich kontekst, co sprawiło, że wiele z jego przewidywań okazało się trafnymi (również te wysuwane przezeń w *Smart Mobs. The Next Social Revolution* [2003], w których poruszał temat połączenia funkcji telefonów komórkowych i zminiaturyzowanych komputerów przenośnych). Dzięki temu posiadająca wyraźny rys autobiograficzny *The Virtual Community* jest do dziś uważana za fundującą monografię dotyczącą życia społecznego w Internecie, które w ostatnim dwudziestolecu stało się ważnym przedmiotem badań etnograficznych. Ten pierwszy tak szeroki, kontekstowy opis wspólnoty wirtualnej realizował narracyjny model interpretacji osobistego doświadczenia, jednocześnie odwołując się do literatury antropologicznej i stając się dla niej zwrotnie źródłem inspiracji, choć sam autor zawodowym antropologiem nie był.

Rheingold dokonał refleksyjnej analizy wspólnoty, do której należał, a której wtedy ani w przekonaniu potocznym, ani w refleksji naukowej nie uważano za wspólnotę, wręcz przeciwnie: nieliczne jednostki, które ją w ten sposób postrzegały, uchodziły raczej za dewiantów. Przedstawienie grupy wirtualnej jako pełnoprawnej grupy społecznej miało zatem konkretny cel emancypacyjny, a Rheingold wybrał adekwatną do tego celu strategię. Nasycone emocjami, ale i refleksyjne, samoobserwacyjne i głęboko zanurzone w społecznym kontekście, skoncentrowane na własnym doświadczeniu, lecz oparte

³ Na przykład Robert V. Kozinets poświęca koncepcji wspólnoty wirtualnej Howarda Rheingolda cały paragraf swej *Netnografii* (2010/2012) i tytułuje go „ojcem założycielem” badań cyberkultury, podczas gdy innych autorów ważnych publikacji z lat dziewięćdziesiątych, takich jak na przykład Sherry Turkle, zaledwie wzmiankuje.

również na antropologicznych koncepcjach naukowych pisarstwo Rheingolda dało jego książce tak wielką siłę wyrazu, że w konsekwencji trwale przełamała ona konserwatywny sposób myślenia o społecznych i kulturowych wymiarach CMC. Cechy tego pisarstwa odpowiadają definicji autoetnografii.

Charakterystyka metody autoetnograficznej

Rozwój autoetnografii odzwierciedla złożone przemiany w rozumieniu relacji pomiędzy jednostką jaźnią (*self*) a społeczeństwem, które nastąpiły u schyłku XX wieku. Jej założenia są osadzone w tradycji postmodernistycznej filozofii i jako takie łączą się z debatą na temat roli refleksyjności w badaniach społecznych. Autoetnografia syntetyzuje etnografię postmodernistyczną – kwestionującą konwencję realizmu i obiektywizm pozycji obserwatora respektowane przez klasyczną etnografię – oraz postmodernistyczny wzorzec autobiografii, który podważa ugruntowany obraz koherentnej indywidualnej *self*. Szczególne znaczenie ma możliwość rozumienia autoetnografii jako formy auto-narracji, która skupia się na lokowaniu jaźni w społecznym kontekście. Przyjęcie perspektywy autoetnograficznej oznacza interpretowanie i rekonstruowanie ważnych dla jednostki doświadczeń, a także lokowanie ich w relacji wobec społecznych i kulturowych dyskursów współczesności (Brockmeier 2000). W związku z tym autoetnografia różni się od innych metod badań społecznych nie tylko tym, że jest świadomie skoncentrowana na sobie samej (*self-focused*), ale także tym, że przykładą dużą wagę do uwzględniania kulturowego kontekstu związanego z polem badawczym (Ngunjiri, Hernandez, Chang 2010). Trzeba przy tym pamiętać, że teksty zaliczane

do korpusu autoetnografii mogą się znacznie różnić co do proporcji trzech elementów, które łącznie stworzyły jej nazwę: -grafii (odnoszącej się do jej wymiaru naukowego), ethnosu (odnoszącego się do kultury) i auto- (odnoszącego się do jaźni) (Reed-Danahay 1997).

Carolyn Ellis podkreśla, że autoetnografia jest jednocześnie typem badania, pisanego i opowiadania; wbrew pozorom niełatwą w aplikacji metodą łączącą to, co autobiograficzne, osobiste, a nawet intymne i introspekcyjne z tym, co kulturowe, społeczne i polityczne (2004). Jako taka jest obecnie intensywnie rozwijającą się metodą badań jakościowych, która pozwala na tworzenie tekstów etnograficznych utrzymanych w bardzo osobistym stylu i wykorzystywanie własnych doświadczeń autora celem poszerzenia naukowego rozumienia fenomenów społecznych. Równocześnie otwiera przestrzeń dla wielu nietradycyjnych form pytań i ekspresji. Konfrontuje dominujące formy reprezentacji i władzy, starając się odzyskiwać poprzez autorefleksyjny respons tę przestrzeń reprezentacji, w których pewne grupy i jednostki były marginalizowane (Tierney 1998). Dlatego wiąże się z odrzuceniem koncepcji wiedzy naukowej jako obiektywnej i neutralnej, jest więc równocześnie rodzajem krytyki badań prowadzonych w tradycyjny sposób, czyli beznamytnie i bezosobowo (Ellis 2004). Ponieważ sprzeciwia się wciąż powszechnemu w akademii przekonaniu, że „prawdziwa” wiedza musi mieć charakter pozytywistyczny, ilościowy, eksperymentalny i komunikować się za pomocą języka zrozumiałego tylko dla elit, nierzadko naraża się na zarzuty przynależności do pseudonauki czy też nauki typu *soft* i *fluffy* (Wall 2006).

Garance Maréchal dowodzi jednak, że autoetnografia jest metodą badawczą znacznie lepiej osadzoną w tradycji badań etnograficznych niż sądzą jej przeciwnicy. Jest bezpośrednio powiązana ze zwrotem refleksyjnym w socjologii. Jako taka lokuje samoobserwację i refleksyjność w dobrze już poznanym kontekście etnografii i badań terenowych. Sytuację nieco komplikuje fakt, że pojęcie to bywa odnoszone zarówno do praktyki refleksyjnego badania grupy, do której badacz przynależy jako tubylec (*native*), członek lub uczestnik (*participant*), jak i do każdego refleksyjnego ewidencjonowania subiektywnego doświadczenia narratora, czyli właściwie do każdego tekstu autobiograficznego, w którym da się odnaleźć choćby cień perspektywy antropologicznej czy socjologicznej. W związku z tym w ramach szeroko pojętej metody autoetnograficznej należałoby wyróżnić trzy gatunki pisarskie:

1. tubylczą antropologię, poprzez którą osoby będące tradycyjnymi obiektami etnografii stają się jej podmiotami – autorami studiów na temat własnej grupy,
2. etniczną autobiografię, wytwarzającą osobiste opowieści pisane przez członków grup mniejszościowych (tu należałoby zakwalifikować monografię Rheingolda),
3. autobiograficzną etnografię, w ramach której antropologowie wykorzystują osobiste doświadczenia do wzbogacania pisanej przez siebie etnografii (Maréchal 2010).

Przyjęcie perspektywy autoetnograficznej pozwala na analityczne potraktowanie osobistego doświadczenia badacza, które nie posiada charakteru doświadczenia potocznego z racji samego faktu, że jest

on badaczem, równocześnie będąc obiektem swego własnego badania. Metoda ta stwarza tym samym możliwość uwzględnienia wyjątkowo szerokiego kontekstu opisywanych zdarzeń, ale wzbudza również opór, ponieważ w odróżnieniu od tradycyjnej etnografii trudno jest sformułować jasne zasady ewaluacji jej tekstów. Autoetnografia niekoniecznie wszakże wymaga doprecyzowania tych zasad, ponieważ koncentruje się właśnie na niwelowaniu różnic pomiędzy badaczem i badanym, obiektywnością i subiektywnością, procesem i produktem, jaźnią i Innymi, a nawet sztuką a nauką. Cechuje ją ateoretyczność, dystans wobec generalizacji oraz przekonanie o wielości prawd i tym, że rzeczywistość jest współkonstruowana przez badacza, który nie pełni już dłużej roli hegemonu (Bielecka-Prus 2013). Jednak wielu autorów posługujących się tą metodą ma problemy z publikacją wyników swoich badań, co oczywiście nie sprzyja jej popularyzacji (Holt 2003). Dlatego w ostatnich latach coraz częściej pojawiają się propozycje kryteriów ewaluacji. Na przykład Carolyn Ellis (2004) proponuje tu następujące pytania: a) czy dana etnografia wnosi coś nowego do wiedzy o życiu społecznym?, b) czy jej tekst posiada walory estetyczne?, c) czy ma charakter refleksyjny?, d) czy oddziałuje emocjonalnie?, e) czy wyraża doświadczenie w sposób realistyczny, czy też raczej metaforyczny?

Początkowo rozumiano autoetnografię wyłącznie jako etnografię insiderską, czyli taką, która tworzona jest przez badacza prowadzącego badania w tej społeczności, z której sam pochodzi (Hayano 1979). Dziś zalicza się do niej również autobiografie, o ile dążą one do określonego celu, jakim jest wytworzenie etnografii. Deborah Reed-Danahay określiła te dwie odmiany omawianej tu metody odpowiednio jako

auto-autoetnografię (*self [auto]ethnography*) i autobiograficzną autoetnografię (*autobiographical [auto]ethnography*) (1997). Obecnie zaczyna się również wyróżniać autoetnografię analityczną (*analytic autoethnography*), skupiającą się na teoretycznych wyjaśnieniach szerszych społecznych fenomenów, i autoetnografię ewokacyjną (*evocative autoethnography*), koncentrującą się na ich narracyjnych przedstawieniach stworzonych w celu wywołania emocjonalnego responsu i publicznej dyskusji (Anderson 2006). Niektórzy autorzy uważają, że opowieść osobista nie powinna być zaliczana do autoetnografii, inni zaś, jak Ellis i Bochner (2006), przyjmują bardzo szeroki zakres tej ostatniej.

Autoetnografię można zaliczyć do nowych epistemologii pochodzących od poprzednio uciszanych grup. Z tego względu jej wykorzystanie zmniejsza ryzyko nieodłączne od reprezentacji tych grup, pozwalając na wytwarzanie przez unikalnego i unikalnie usytuowanego badacza „wiedzy w małej skali”. Wiedza ta może być doskonałym źródłem informacji na temat pewnych specyficznych problemów i sytuacji, na przykład związanych z różnego rodzaju jednostkowymi i zbiorowymi kryzysami egzystencjalnymi. Szczególnie interesującymi tematami dla autoetnografii są także etnografie grup, w ramach których nie przewiduje się możliwości członkostwa od urodzenia. Na przykład jakakolwiek etnografia akademii i kadry uniwersyteckiej siłą rzeczy musi posiadać – jawny lub ukryty – wymiar autoetnograficzny, ponieważ zawsze oznacza badanie przez badaczy samych siebie jako członków tej specyficznej grupy. Warto być zatem świadomym dorobku, a tym samym możliwości i ograniczeń tej metody. Podobnie jak etnograficzne badanie akademii musi mieć charakter autoetnograficzny (Hernández i in. 2010), tak

samo rzecz się ma w przypadku badania wspólnot *online*, choć z innych powodów.

Etnografia wirtualna, cyberetnografia, netnografia

Jak wspomniałam, to właśnie autoetnograficzna strategia odpowiadająca za wielką siłę perswazyjną *The Virtual Community* Howarda Rheingolda spowodowała, że życie społeczne w Internecie stało się tematem badawczym leżącym w kręgu zainteresowań i poznawczego zasięgu nauk społecznych. Autoetnografia ujawniła tym samym swój wymiar performatywny, sprawiając, że sama wspólnota wirtualna – i tym samym fakt istnienia życia społecznego w Internecie – pod jej wpływem „stały się”. Spełniła w ten sposób również swoje polityczne, a nie tylko formalne cele. Autoetnografia – oprócz tego, że jest skuteczną strategią narracyjną, co miało szczególne znaczenie dla popularyzacji badań nad Internetem w latach dziewięćdziesiątych – łączy wymiar introspekcyjny ze wspólnotowym. Analogicznie życie społeczne w Internecie hybrydyzuje to, co indywidualne, osobiste, prywatne, a nawet intymne i to, co publiczne i społeczne.

Nie dziwi zatem, że właściwie każdy współczesny etnograf Internetu powołuje się na dwa źródła inspiracji: po pierwsze, na omówioną książkę Rheingolda, która wyznaczyła pole dla takich badań, a po drugie, na analogiczną monografię napisaną przez akademicką badaczkę, socjolożkę Christine Hine – *Virtual Ethnography* (2000). Książka Rheingolda podziela najważniejsze założenia zaprojektowanej przez Hine etnografii wirtualnej. Hine podkreśla fakt, że żadne wydarzenie, do którego dochodzi *online*, nie rozgry-

wa się w oderwaniu od kontekstu *offline*, a antyteza pomiędzy tymi dwiema sferami może istnieć tylko w teorii. Podobnie dla Rheingolda decydujący przy ocenie, czy dane środowisko jest warte badawczej uwagi, czy też nie, był fakt istnienia przedłużenia bazującej na nim wspólnoty w „prawdziwym życiu” (*real life*). Warto zwrócić uwagę, że kluczowym pojęciem obu monografii była kategoria wirtualności, której aplikowalność do badań nad kulturowymi i społecznymi wymiarami CMC w ich obecnym kształcie jest dziś coraz częściej negowana. Mimo to Robert V. Kozinets, tworząc swój projekt netnografii, świadomie odciął pole badawcze tej metody od kontekstu *offline*. Do tej kwestii powrócę w dalszej części tekstu.

Nowszą propozycją metodologiczną aniżeli etnografia wirtualna jest cyberetnografia. Jest ona silnie inspirowana teorią aktora-sieci (ANT, *actor-network theory*), czyli metodą powstałą w ramach filozofii i socjologii nauki, która opiera się na założeniu agencyjności także tak zwanych nie-ludzi (*non-humans*), którzy mogą być zaangażowani w tworzenie znaczeń w ramach sieci materialno-semiotycznych. Sieci te mają charakter efemeryczny i wewnętrznie niekoherentny, są stale tworzone i odtwarzane, a relacje w ich ramach muszą być nieustannie nawiązywane na nowo, ponieważ w innym przypadku rozpręgnie się cała sieć. Z tej perspektywy nie ma różnicy między zdolnościami techniki, ludzi, zwierząt i innych nie-ludzi do działania (zasada generalizowanej symetrii). W tej sytuacji jeśli aktor-sieć się rozpręga, przestaje działać i staje się tylko sumą elementów, a tym samym traci jakiegokolwiek znaczenie. W związku z tym nie można mówić o żadnym stałym repertuarze społecznym tworzącym kontekst działań aktorów, który mógłby być repre-

zentowany, wyrażany czy substancjonalizowany w interakcjach. Dlatego ANT nie interesuje się kwestią intencjonalności, gdyż zakłada, że sprawczość (*agency*) nie realizuje się w samych aktorach, tylko w związkach między nimi. Założenie, które leży u podstaw adaptacji tego podejścia do badań Internetu, jest takie, że skoro etnografia cybergrup nie jest prowadzona jedynie *online*, ale może obejmować również kontekst *offline*, cyberetnografia powinna brać pod uwagę działanie zarówno ludzkich, jak i nie-ludzkich agentów (Teli, Pisanu, Hakken 2007).

Najpopularniejszą obecnie metodą badań etnograficznych w Internecie jest netnografia. Jej twórca, Robert V. Kozinets, datuje narodziny tej metody na rok 1996, kiedy to wystąpił z pierwszym referatem na jej temat na konferencji naukowej (2010/2012). Jest to jakościowa, interpretacyjna metodologia badań, która adaptuje tradycyjne techniki badawcze antropologii do studiowania kultur *online* i wspólnot formujących się na bazie CMC. Uwzględnia przy tym różnice między nimi a wspólnotami *offline*. Należą do nich: niefizyczność i tekstualność, zaburzenie granicy pomiędzy prywatnym a publicznym, a także to, że CMC oferuje dostęp do zachowań niedostępnych w inny sposób, automatyczny zapis i archiwizację. Wiele typowych technik, takich jak obserwacja, netnografia adaptuje wprost z etnografii tradycyjnej, choć jej bezpośrednim źródłem są badania stosowane, marketingowe i konsumenckie (Kozinets 2010/2012). Związki netnografii i technik analizy treści są dyskutowane, ale na pewno można stwierdzić, że w odróżnieniu od *data mining* i analizy treści stara się ona zawsze kulturowo kontekstualizować dane *online*. Głównym przedmiotem zainteresowania badaczy posługujących się tą metodą są grupy społeczne zwane wspólnotami wirtualnymi;

Kozinets podkreśla, że to właśnie Rheingold jest „ojcem założycielem” tej koncepcji (2010/2012).

Dariusz Jemielniak zaznacza, że etnografia Internetu jako kształtujące się dopiero podejście badawcze wciąż nie doczekała się ujednolicenia nazewnictwa. Z tego powodu niełatwo jest wytyczyć wyraźną granicę między wirtualną etnografią, etnografią sieciową (*connective ethnography*), etnografią cyfrową, etnografią internetową i netnografią. Społeczności internetowe nadal są nowym i słabo zbadanym fenomenem społecznym o własnej specyfice i dynamice interakcji. W tej sytuacji badanie zachowań wyłącznie wirtualnych znajduje uzasadnienie, ponieważ na podstawie znanych do tej pory przypadków można stwierdzić, że nie wolno zakładać, iż zachowania i postawy *online* mają proste i jednoznaczne przełożenie na świat społeczny *offline*. W konsekwencji można się spodziewać, że etnografia Internetu może pośrednio poszerzyć wiedzę o tych aspektach życia ludzkiego, które niekoniecznie ujawniają się w świecie *offline*. Spory, czy etnografię Internetu należałoby traktować jako zdecydowanie odmienną od badań *face-to-face* – i w jakim zakresie – czy też nie, trwają (Jemielniak 2013).

Tom Boellstorff uznaje ową nową metodę badań po prostu za etnografię. Jednak w swojej monografii *Dojrzewanie w Second Life* (2008/2012) – którą można również zakwalifikować jako pogłębioną netnografię tytułowego środowiska – mierzy się z pewnym problemem dobrze znanym tradycyjnej antropologii, który jednak w kontekście badań nad Internetem nabiera nowego wymiaru, a mianowicie: czy można być jednocześnie antropologiem i uczestnikiem badanej przez siebie kultury?

Ciekawym aspektem badań w wirtualnych światach jest to, że nikt nie jest tam „tubylcem”. Niektórzy mieszkańcy funkcjonowali w Second Life dłużej niż inni, ale nikt się tam nie urodził. Nawet w przypadku osób, które w jakiś sposób należą do badanych przez siebie społeczności, fakt zajęcia pozycji badacza zmienia stosunek do obszaru badawczego. Moja samoidentyfikacja – przyznanie się do tego, że jestem badaczem – miała być odtworzeniem tego rozróżnienia. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że kiedy zarejestrowałem się w Second Life, liczba mieszkańców wynosiła zaledwie 5 tysięcy, a w momencie zakończenia badań należałem do 0,1 procenta najstarszych awatarów. Znajdowaliśmy się w kształtującej się dopiero przestrzeni kulturowej, do której nie tylko przestarzałe terminy, takie jak „tubylczy”, ale też ich współczesne odpowiedniki, jak „lokalny” czy „autochtoniczny”, nie miały zastosowania. (Boellstorff [2008/2012: 117])

Warto tu zwrócić uwagę, że inni użytkownicy Second Life, w tym również tacy, którzy wiedzieli, że Tom Bukowski jest awatarem badacza Internetu Toma Boellstorffa, postrzegali jego animatora przede wszystkim jako współpracownika (Boellstorff 2008/2012). Kozinets w zetknięciu z tym samym problemem dokonuje ciekawego rozróżnienia pomiędzy byciem uczestnikiem danej kultury a zachowywaniem się jak on:

[t]ym razem poświęciłem czas na zrozumienie zasad funkcjonowania społeczności internetowej, do której skierowałem swoją wiadomość. Być może to dzięki doświadczeniu w prowadzeniu badań terenowych zachowywałem się jak autentyczny uczestnik kultury. (2010/2012: 136)

Jemielniak zgadza się, że dostęp do pola badawczego, a także zagadnienie „bycia tubylcem” – cen-

tralne dla antropologii – kształtują się w całkowicie odmienny sposób w przypadku społeczności *online*. W przypadku etnografii Internetu „bycie tubylcem” w tradycyjnym sensie jest w ogóle wykluczone, ponieważ wszyscy uczestnicy dowolnej społeczności wirtualnej wychowali się poza nią i przystąpili do niej inicjalnie jako „obcy” (Jemielniak 2013). Oznacza to, że badacz i każdy z jego obiektów zainteresowania muszą przejść dokładnie tę samą drogę:

[w] ciągu ostatnich sześciu lat prawie nie było dnia, w którym nie zalogowałem się do Wikipedii i nie poczynił jakichkolwiek zmian lub choćby nie sprawdził, czy nie doszło do zniszczenia któregoś z obserwowanych przeze mnie artykułów. Uczestniczyłem w kilku reformach tej organizacji, widziałem zachodzące w niej zmiany, dyskutowałem o jej rozwoju. Blokowałem wandalów, klóciłem się z trollami, tworzyłem hasła i je usuwałem, czasami dyskutując nad ich istotnością dla encyklopedii, a przy tym zdobyłem sporo przyjaciół i wrogów. Stając się wikipedystą-tubylcem, cały czas prowadziłem badania etnograficzne. (Jemielniak 2012: 11–12)

Netnografia Wikipedii autorstwa Jemielniaka została oparta na „długoterminowym, refleksyjnym uczestnictwie w społeczności” prowadzonym przez „antropologa-tubylca”, „wikipedystę-autochtona” będącego pełnoprawnym członkiem badanej społeczności (2012: 274). Autor ten słusznie zauważa, że jeśli badacz nie zanurzy się w społeczność, nie ma szans odczytać kontekstu obserwowanych zachowań i może łatwo popełnić błąd kognitywny, na przykład interpretując błahą albo wpisaną w porządek społeczności („napięcie organizacyjne”) sprzeczkę jako głęboki konflikt (Jemielniak 2012: 275). Jemielniak zwraca uwagę, że w przypadku klasycznej etnografii zabieg „stawiania

się tubylcem” był traktowany jako podejrzany, lecz nie wspomina przy tym o opisanych w pierwszej części tego tekstu przemianach związanych ze zwrotem refleksyjnym i pojawieniem się autoetnografii. Odniesienie się do dorobku tej ostatniej rozwiązały te dylematy: wystarczyłoby założyć, że netnografia jest formą autoetnografii.

Czy możliwa jest etnoautografia?

Wszystkie nauki społeczne na etapie przedparadygmatycznym posiadały cechy autoetnografii w wariacie autobiograficznej etnografii (Maréchal 2010), lecz etnografia Internetu jak dotąd się ich nie pozbyła i wydaje się, że nie pozbędzie się nigdy. Nie można – i nie wiadomo, czy kiedykolwiek się to uda – przeprowadzić etnograficznych badań jakiegokolwiek społeczności *online* w sposób całkowicie pozbawiony wymiaru autoetnograficznego. Umocowana teoretycznie i metodologicznie w tradycji jakościowych badań społecznych, poszukująca źródeł równowagi między *emic* i *etic* w narracyjnej warstwie tekstu etnograficznego, etnografia Internetu – tak samo jak autoetnografia – stawia w centrum swojego zainteresowania relację pomiędzy podmiotem a przedmiotem badania. Nadal jednak traktuje ją jako jednokierunkową, przyjmując postawę typu „jestem badaczem i jednym z badanych, ale inni badani nie są badaczami i z tego powodu nie mogą badać samych siebie; to, że nimi jestem, daje mi legitymację, by ich badać”. Dlatego w zakończeniu niniejszego tekstu warto zwrócić uwagę na inny wymiar autoetnografizmu w odniesieniu do kulturowych fenomenów Internetu, a mianowicie na praktyki cyberautoetnografii *à rebours*. W ich ramach użytkownicy wspólnie konstruują refleksyjne auto-narracje na temat swojej grupy stylizowane na teksty

naukowe. Niezależnie od tego, czy są, czy też nie są naukowcami (a mogą nimi być i niekiedy bywają), okazują się przede wszystkim sprawnymi i kompetentnymi *storytellerami* współczesności. Dlatego ich teksty cieszą się dużym powodzeniem jako żartobliwe memy internetowe.

Trolle sieciowe (Trollae) stanowią dużą i rosnącą część populacji użytkowników usług oferowanych w sieci globalnej. (...) ich udział w całkowitym ruchu waha się od sześćdziesięciu (...) do osiemdziesięciu (...) procent całkowitego ruchu w Usenecie, liczonego objętością tekstu (...) lub liczbą nagłówków (...). Celem niniejszego opracowania jest zaproponowanie podziału trolli na gatunki na podstawie różnic w ich zachowaniu oraz wskazanie potencjalnych zastosowań, metod udomawiania oraz technik hodowlanych.

Niniejsza praca została podzielona następująco. W części 1 prezentujemy metodologię naszego podziału. W części 2 przedstawiamy proponowany podział gatunkowy. W części 3 opisujemy potencjalne możliwości udomawiania trolli i płynące z tego korzyści. Część 4 zawiera podsumowanie.

Metodologia. Nasze badania oparliśmy na rozwinięciu Metody Wniosków Arbitralnych (...).

Zgromadziliśmy wstępnie 234 876 postów z 45 grup dyskusyjnych z hierarchii pl, następnie skompresowaliśmy wszystkie dane w formacie JPEG, po czym rozpakowaliśmy i z uzyskanej liczby 387 093 postów wybraliśmy 10% naszym zdaniem najciekawszych. Porównywaliśmy je z grupą kontrolną, złożoną z postów wysłanych na grupy dyskusyjne: alt.jacek, alt.pl.gry.pirackie, soc.culture.polish oraz alt.binaries.erotica.sex.in.the.morning (...).

TROLL ZWYCZAJNY (*obscenicus vulgaris*). (...) Nie umie czytać ani pisać, a słowa wpisuje za niego najprawdopodobniej schwytywany siłą człowiek (stres spowodowany niewolą tłumaczy wielką liczbę błędów ortograficznych obecnych w tych wypowiedziach). Troll zwyczajny wyraźnie preferuje słowa zaczynające się na głoski k, ch oraz p, rzadziej d oraz j. Prawdopodobnie wynika to z brzmienia tych głosek, które jest przyjemne dla ucha trolla. Podejrzewamy, że dźwięki te mogą mieć również istotne znaczenie w obrzędach godowych (...).

TROLL ZAGRODOWY (*macho netiquettivorus*). Gatunek ten wywodzi się w prostej linii z trolla zwyczajnego. Niektórzy uczeni sugerują, że oba gatunki mogą mieć wspólne potomstwo (...), a nawet, że jest to w istocie ten sam gatunek (...). [T]roll zagrodowy nie atakuje kogo popadnie, a jedynie osoby pasujące do określonego wzorca, a po drugie – spontanicznie wykazuje pewne oznaki udomowienia. W większości przypadków (...) atakuje osoby, które wchodzą nieproszone na teren grupy dyskusyjnej i łamią zasady tak zwanej Netykiety (...). Troll zagrodowy charakteryzuje się umiejętnością stosowania skrótowców, takich jak „NTG” i „RTF-FAQ” oraz konstruowania prostych zawołań, takich jak „PLONK pajacu” czy „tnij posty, do ciężkiej cholery!” (proszę zwrócić uwagę na obowiązkową obecność w tych zawołaniach słów zaczynających się od głosek p i ch – jest to atawistyczna pozostałość po przodku, trollu zwyczajnym). Są to oczywiście umiejętności nabyte drogą naśladownictwa (podobnie jak u papugi), jednak świadczą one o tym, że troll zagrodowy potrafi odróżniać jedne komunikaty od innych, a więc nadaje się do tresury. (Wesołowski 2002)

Kolejnymi przykładami cyberetnoautografii mogą być cykle anglojęzycznych memów Sociology Stu-

dent Sheep⁴ (*get C on a paper/grades are a social construct*) i Anthropology Major Fox⁵ (*go to type „epic”/ type „emic” out of habit*) czy też polskojęzyczny cykl Jestę Kotę Jak Również Doktorantę⁶ (*hej mała, pobawimy się w doktora?!/dobra, to masz tu dziesięć sprawozdań i cztery granty do rozliczenia na jutro*). W tych przypadkach debiutujący lub dojrzały badacz dokonują refleksyjnych autoopisów własnej grupy zawodowej, stylizując je na charakterystyczny dla współczesności i wspólnot *online* wizualno-werbalny gatunek, jakim jest mem. Można powiedzieć, że używają ICT do opowiadania *inner jokes*, w satyryczny i hiperboliczny sposób opisując własną kulturę podobnie, jak ongiś uczynił to Horace Miner, pisząc o Nacirema (1956/1999), czyli za pomocą takich zabiegów narracyjnych, które pozwalają im opisać „swoich” niczym obcych, zamiast – jak czynili to przedstawiciele klasycznej etnografii – obcych oswajać. W tego rodzaju żartobliwych narracjach kryje się nie tylko celne satyryczne ostrze; niosą one również pogłębiającą, kontekstową wiedzę na temat dydaktycznego, badawczego i organizacyjnego funkcjonowania nauki w krajach ich powstawania. Natomiast cytowany powyżej *Atlas Trolli* jest laicką, oddolną parodią języka i procedur nauki. Jej dowcip opiera się na idei opowiadania o własnej wspólnotcie takim językiem, jakim laicy wyobrażają sobie, że pisałby o niej naukowiec – etnograf (lub nawet biolog). Etnoautografie tego rodzaju dostarczają wiedzy nie tylko o wspólnotcie,

⁴ <http://anthropologymajorfox.tumblr.com/>, <http://anthropologizing.com/site-archive/> [dostęp 30 listopada 2013 r.].

⁵ <https://www.facebook.com/SociologyStudentSheep?filter=2>, <http://fuckyeahsociologystudentsheep.tumblr.com/>, <http://the-societypages.org/socimages/2012/10/07/just-for-fun-a-nod-to-sociology-student-sheep/> [dostęp 30 listopada 2013 r.].

⁶ <https://www.facebook.com/JesteKoteJakRowniezDoktorante> [dostęp 30 listopada 2013 r.].

w której powstały, ale i o tym, jak „nienaukowcy” postrzegają „plemię” naukowców. Autoetnografia w tym wydaniu rzeczywiście, a nie tylko postulatywnie zamienia rolami badanych i badających, a dzięki potraktowaniu jako nadrzędnej funkcji *storytellingu* nie potrzebuje naukowca, by się wyartykułować.

Pojawienie się tego fenomenu prowokuje do stawiania kolejnych pytań dotyczących statusu i funkcji autoetnografii w kontekście badań nad społecznymi i kulturowymi wymiarami Internetu. Jeżeli autoetnografii czyni się zarzut z faktu, że bywa zbyt osobista – czy można powiedzieć, że etnoautografia jest zbyt naukowa? Kto jest w stanie określić, gdzie zaczyna się owo „zbyt”? Czy ktokolwiek jest w stanie głębiej poznać środowisko i zrozumieć jego kulturowy kontekst aniżeli jego rezydent? Kto przewidziałby, że laicy również mogą potrzebować perspektywy *etic*? Czyżby wreszcie autoetnografia mogła w pełni zrealizować swoje cele dopiero po wsłuchaniu się w głos etnoautografii? Kwestie te będą z pewnością szeroko dyskutowane, a konkluzje tych debat trudno przewidzieć. Jednak etnoautograficzny głos na pewno wniesie cenne uzupełnienie do dorobku autoetnograficznej praktyki narracyjnej, wzbogacając jej spektrum o nowy gatunek komunikacyjny, jakim jest mem internetowy. Zaś sam fakt pojawienia się tak innowacyjnej propozycji, jaką stanowi etnoautografia, właśnie w polu badawczym Internetu pozwala przewidywać, że autoetnograficzne badania cyberkultury będą rozwijały się w najbliższym latach bardzo intensywnie i przyczynią się do rewizji wielu elementów teorii i metodologii etnografii, medioznawstwa i kulturoznawstwa.

Bibliografia

Anderson Leon (2006) *Analytic Autoethnography*. „Journal of Contemporary Ethnography”, vol. 35, no. 4, s. 373–395.

Banks Michael A. (2008) *On the Way to the Web. The Secret History of the Internet and Its Founders*. Berkeley: Apress.

Bielecka-Prus Joanna (2013) *Po co nam autoetnografia? Krytyczna analiza autoetnografii jako metody badawczej*. Referat zaprezentowany podczas Ogólnopolskiego Zjazdu Socjologicznego Polskiego Towarzystwa Socjologicznego, 11–14 września 2013, Szczecin, Polska.

Boellstorff Tom (2008/2012) *Dojrzewanie w Second Life. Antropologia człowieka wirtualnego*. Przełożyła Agata Sadza. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Brockmeier Jens (2000) *Autobiographical Time*. „Narrative Inquiry”, vol. 10, no. 1, s. 51–73.

Castells Manuel (1996) *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 1. Cambridge, Oxford: Blackwell.

----- (1997) *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 2. Cambridge, Oxford: Blackwell.

----- (1998) *End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 3. Cambridge, Oxford: Blackwell.

Day Graham (2006) *Community in Everyday Life*. London, New York: Routledge.

Ellis Carolyn (2004) *The Ethnographic I: A Methodological Novel About Autoethnography*. Walnut Creek: AltaMira.

Ellis Carolyn, Bochner Art P. (2006) *Analyzing Analytical Autoethnography*. „Journal of Contemporary Ethnography”, vol. 35, no. 4, s. 429–449.

Flichy Patrice (2007) *The Internet Imaginaire*. Translated by Liz Carey-Libbrecht. Cambridge: The MIT Press.

Hayano David M. (1979) *Auto-ethnography: Paradigms, Problems, and Prospects*. „Human Organization”, vol. 38, no. 1, s. 99–104.

Hernández Fernando i in. (2010) *Becoming University Scholars: Inside Professional Autoethnographies*. „Journal of Research Practice”, vol. 6, no. 1, article M7 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://jrp.icaap.org/index.php/jrp/article/view/204/188>>.

Hine Christine (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage.

Holt Nicholas L. (2003) *Representation, Legitimation, and Autoethnography: An Autoethnographic Writing Story*. „International Journal of Qualitative Methods”, vol. 2, no. 1, Article 2 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/2_1final/html/holt.html>.

Jemieliński Dariusz (2012) *Życie wirtualnych dzikich. Netnografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.

----- (2013) *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*. „Prakseologia”, nr 154, s. 87–119.

Kozinets Robert V. (2010/2012) *Netnografia. Badania etnograficzne online*. Przełożyła Maja Brzozowska-Brywczyńska. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Maréchal Garance (2010) *Autoethnography* [w:] Albert J. Mills, Gabrielle Durepos, Elden Wiebe, eds., *Encyclopedia of Case Study Research*, vol. 2. Thousand Oaks: Sage Publications, s. 43–45 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.academia.edu/843133/Autoethnography>>.

Miner Horace (1956/1999) *Rytuały cielesne wśród Nacirema* [w:] Michał Buchowski, red., *Amerykańska antropologia postmodernistyczna*. Przełożyła Joanna Minksztyl. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Kultury, s. 31–37.

Ngunjiri Faith Wambura, Hernandez Kathy-Ann C., Chang Heewon (2010) *Living Autoethnography: Connecting Life and Research*. „Journal of Research Practice”, vol. 6, no. 1, article E1 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://jrp.icaap.org/index.php/jrp/article/view/241/186>>.

Oldenburg Ray (1989) *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hang-*

outs, and How They Get You Through the Day. New York: Paragon House.

----- (1991) *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company.

----- (2000) *Celebrating the Third Place: Inspiring Stories About the “Great Good Places” at the Heart of Our Communities*. New York: Marlowe & Company.

Reed-Danahay Deborah E. (1997) *Introduction* [w:] Deborah Reed-Danahay, ed., *Auto/Ethnography: Rewriting the Self and the Social*. Oxford: Berg, s. 1–17.

Rheingold Howard (1993) *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier* [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>.

----- (2003) *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Cambridge: Parsons Publishing.

Teli Maurizio, Pisanu Francesco, Hakken David (2007) *The Internet as a Library-of-People: For a Cyberethnography of Online Groups*. „Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research”, vol. 8, no. 3, art. 33 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703338>>.

Tierney William G. (1998) *Life History’s History: Subjects Foretold*. „Qualitative Inquiry”, vol. 4, s. 49–70.

Wall Sarah (2006) *An Autoethnography on Learning About Ethnography*. „International Journal of Qualitative Methods”, vol. 5, no. 2, art. 9 [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.ualberta.ca/~ijqm/backissues/5_2/pdf/wall.pdf>.

Wesołowski Jacek (2002) *Klasyfikacja gatunkowa trolli sieciowych, dokonana na podstawie obserwacji grup dyskusyjnych w hierarchii pl, pierwotnie opublikowana na grupie pl.rec.gry.komputerowe* [dostęp 30 listopada 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://niusy.onet.pl/niusy.html?t=artykul&group=pl.rec.gry.komputerowe&aid=21009606>>.

Cytowanie

Kamińska Magdalena (2014) *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 10, nr 3, s. 170–183 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Autoethnography as an Internet-Based Ethnographic Research Technique

Abstract: Even the very first ethnographies of internet-based communities have accomplished a narrative model of personal experience story. Today, this attitude is still represented by many researchers. They cultivate autoethnographical methodology more frequently, consciously, and intentionally incorporating it into ethnographic techniques corpus. The article introduces profile, history, and attainments of regarded as such internet-based autoethnography – theoretically and methodologically grounded in qualitative social research, seeking balance between *emic* and *etic* in a narrative layer of ethnographic text, and focused on relation between subject and object of the research.

Keywords: netnography, cyberethnography, autoethnography, virtual ethnography, qualitative research, cyberculture