

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

# Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

[info@boomamsterdam.nl](mailto:info@boomamsterdam.nl)  
[www.boomuitgeversamsterdam.nl](http://www.boomuitgeversamsterdam.nl)

## RECENSIES, REPLIEKEN EN DUPLIEKEN

In deze rubriek worden zowel methodologieboeken besproken als onderzoeksrapportages, bij voorkeur van Nederlandstalige auteurs. Auteurs krijgen de gelegenheid om op een recensie te reageren. Op de website [www.kwalon.nl](http://www.kwalon.nl) worden regelmatig boeken ter recensie aangeboden. Wie een boek wil bespreken (al dan niet uit dat aanbod), kan zich richten tot Reinoud Bosch: [reinoudbosch@hotmail.com](mailto:reinoudbosch@hotmail.com).

## Wat is digitale etnografie?

Donya Alinejad\*

Sarah Pink, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis & Jo Tacchi, *Digital ethnography: Principles and practice*, Los Angeles: SAGE Publications, 2016, 202 pp., ISBN 978-1-4739-0238-1, € 38,60 (pbk).

Zoals *Digital Ethnography* belooft, fungeert het als een handboek dat een serie principes bevat om digitale etnografie te definiëren. Aan de hand van de introductie van een aantal gedetailleerde voorbeelden van onderzoekspraktijken biedt het boek een sterk argument voor het bestuderen van het digitale via de verschillende lagen van alledaags mediagebruik. Deze focus op wat mensen in hun dagelijks leven met media doen is wat de methode etnografisch maakt, en de methodologische principes die het boek voorstelt, namelijk *multipliciteit*, het *de-centreren* van de media, *reflexiviteit*, *openheid* en *onorthodoxie*, zijn goed te verbinden met de algemene onderzoeksprincipes van (media)antropologie. Tegelijkertijd wordt de lezer uitgenodigd tot het lezen op een brede, interdisciplinaire manier en tot het toe- en aanpassen van de elementen van de benadering die de auteurs ontwikkelen. De kracht van de manier waarop de auteurs *digital ethnography* definiëren is daarin gelegen, dat ze daarmee een etnografische benadering van digitale media niet reduceren tot enkel een waslijst van onderzoekstechnieken, maar dat ze met voorbeelden illustreren hoe de bovengenoemde principes per situatie anders toegepast kunnen worden. Dit boek, gedeeltelijk een praktisch handboek, gedeeltelijk een stimulerende reflectie-oefening, presenteert ideeën en praktijken die ons niet alleen voorbereiden op een toekomst waarin digitale technologieën nog gevarieerder en omvangrijker zijn, maar legt ook de alomtegenwoordigheid van digitale media bloot in de sociale werelden die we bestuderen.

\* Donya Alinejad is werkzaam als postdoctorale onderzoeker bij het departement Media- en Cultuurwetenschappen van de faculteit Geesteswetenschappen, Universiteit Utrecht. E-mail: [d.alinejad@uu.nl](mailto:d.alinejad@uu.nl).

*Digital Ethnography* lijkt het resultaat te zijn van een diepere samenwerking tussen de auteurs dan dat van een 'edited volume'. Dit blijkt uit de opzet van het boek, met hoofdstukken die elk gewijd zijn aan één centraal begrip, in plaats van hoofdstukken die elk door een andere auteur geschreven zijn. Deze sleutelbegrippen zijn *ervaringen, praktijken, objecten, relaties, sociale werelden, lokaliteit en gebeurtenissen*, en elk hoofdstuk koppelt onderzoeksmethoden aan theorie door, ten eerste, de studie van digitale fenomenen in de context van sociaalwetenschappelijke debatten over deze concepten te plaatsen, en, ten tweede, door te werken met de verschillende manieren waarop etnografisch onderzoek naar digitale media in de praktijk is uitgevoerd door verschillende onderzoekers. Met behulp van elk van deze thematische discussies maken de auteurs ons duidelijk hoe we in de praktijk het digitale kunnen bestuderen vanuit het perspectief van 'material, sensory, and social worlds' (p. 7). Ondanks de soms optredende herhalingen als gevolg van het gebruik van specifieke voorbeelden om bepaalde punten in verschillende hoofdstukken duidelijk te maken, zoals dat van de *video reenactment approach* van Horst (p. 69), draagt de structuur van het boek over het algemeen bij aan het verrijken van reflecties over eerdere conceptualisaties. Dit vermogen komt duidelijk naar voren op meerdere plekken, zoals in het hoofdstuk over 'place-making', waarin het werk van Pink en Horst wordt gebruikt om de ideeën van Postill over 'being there' (p. 144) uit te breiden tot een veelvoud van ervaringen van aanwezigheid en afwezigheid die verschillende mediavormen met zich meebrengen.

Op deze manier werken de auteurs de ontwikkeling van het analytisch en empirisch gedachtegoed over de relatie tussen het digitale en het sociale waaraan zij en andere etnografen al langere tijd bijdragen, waarbij zij tegelijkertijd benoemen wat wel en niet heeft gewerkt. Hierbij komen ze tegemoet aan een groeiende interesse in digitale technologieën onder studenten en onderzoekers. De methodologische benadering die de auteurs bieden, bevordert het historiseren, contextualiseren en specificeren van de vele soorten digitale mediapraktijken die over de hele wereld worden ontwikkeld en waarmee wij als onderzoekers worstelen om ze bij te houden. Een dergelijke bijdrage vormt tevens een waardevolle toevoeging aan academische discussies over 'big data', die verder gaat dan een ontologische en epistemologische kritiek maar in feite een alternatieve methodologie voorstelt.

Dit model voor het bestuderen van digitale media gebaseerd op het perspectief van de ervaringen van mediagebruikers, is in alle hoofdstukken van het boek aanwezig en roept interessante interdisciplinaire methodologische vraagstukken op. Om een voorbeeld te noemen: de auteurs beargumenteren dat het 'algorithm' van de radio-website Last.fm (dat wil zeggen de infrastructuur van gebruiksprofielen) de mediagebruiker van digitaal-gemedieerde ervaringen van lokaliteit voorziet op basis van mediumgebonden smaken en affiniteiten (p. 128). Maar de auteurs onderkennen tegelijkertijd dat de gebruikers weinig zicht hebben op die profielen (p. 145). En toch wordt het onderzoek van de manier waarop 'the digital has rearranged the way we think about locality' (p. 128) beperkt tot hoe gebruikers digitaal-materiële lokaliteit ervaren.

Dit roept de vraag op wat we missen als we op ervaringen focussen, vooral wanneer het *'algorithm'* van een platform vaak zo is ontworpen dat zij *niet* rechtstreeks door de gebruikers kan worden ervaren. Het gebruikersgeoriënteerde perspectief geeft de mogelijkheid om een visualisatie van de online gebruiksprofielen op basis van kwantitatieve methoden aan de respondent te laten zien, zodat de gebruikers daarop kunnen reageren. Dit zou kunnen worden gezien als een datageoriënteerde versie van een techniek die de auteurs ook beschrijven: een onderzoeker die een video-opname van het huis van een respondent maakt. Dit videodocument is niet alleen bedoeld om de onderzoeker te helpen bepaalde audiovisuele details te onthouden, maar ook om aan de respondent voor te leggen om respons uit te lokken. Met andere woorden: we kunnen technische onderzoeksmethoden gebruiken met als doel de *'algoritmes'* van digitale platformen meer ervaarbaar te maken voor gebruikers.

Inderdaad verricht het *Digital Ethnography Research Lab*, waarnaar het boek refereert, momenteel baanbrekend werk met betrekking tot *'data ethnography'* dat erg ver gaat in het beantwoorden van vragen over hoe etnografen effectief om kunnen gaan met 'data'. Maar ondanks een sterke nadruk op *'triangulating'* (p. 135) van een veelvoud van bronnen van empirische data, is het niet duidelijk wat voor rol we als etnografen aan kwantitatieve en mediumgebonden *'digital methods'* moeten geven. En als we zulke technieken wel combineren met het perspectief dat het boek voorstelt, is ons onderzoek dan niet meer etnografisch?

De duidelijke focus van het boek op de noodzakelijkheid van het bestuderen van de materialiteit (niet alleen de media-inhoud, maar ook het gedrag, de gebruiksprofielen) van bepaalde mediavormen, en de verschillende manieren waarop dat kan, voegt een belangrijke dimensie toe aan discussies over digitale communicatietechnologieën. Daarnaast moedigt het boek ook het nadenken aan over nieuwe manieren van empirisch onderzoek naar media *materialities* in verschillende disciplines en onderzoeksvelden. Maar tegelijkertijd neemt het ook de materialiteit van steden, huizen en hardware voor lief, en gaat het minder diep in op hoe we de *materialities* van digitale objecten, ruimtes en software praktisch kunnen benaderen.