

Gabriela Żuchowska-Zimnal

## Socjologia wizualna kluczem do (samo)poznania

### Abstrakt:

Konstituowanie się nauk społecznych jako dyscyplin akademickich często wiązało się z adaptowaniem przez nie naturalizmu metodologicznego – metod i technik *stricte* pozytywistycznych, ze stosowaniem eksperymentu, odwoływaniem się w wyjaśnianiu do biologii czy zaprzęgnięciem zaawansowanego wnioskowania statystycznego do analizy wyników. W odróżnieniu od choćby psychologii, socjologia rozwinęła się w kierunku, który zaowocował jakościowym zwrotem, w konsekwencji którego nadano rozumiejącemu podejściu badawczemu i „miękkim” technikom (jak techniki wizualne) naukową legitymizację i uznanie osiągniętych w ten sposób wyników za równie cenne. Artykuł ma na celu pokazanie, że niektóre istotne współcześnie problemy badawcze mogą być w pełni wyjaśnione tylko dzięki zastosowaniu owych „miękkich” metod, w szczególności zyskujących w socjologii ostatnich dwóch dekad ogromną popularność technik wizualnych. Głównym wyzwaniem tej metodologii jest dziś zachowanie intersubiektywności przekazu i trudny balans wynikający z unikania popadnięcia w całkiem subiektywną interpretację obrazu z jednej strony oraz trywialność wniosków (wynikających ze zbyt restrykcyjnej analizy treści) z drugiej. Na przykładzie własnych badań dotyczących tożsamości, gustu i wartości młodych dorosłych, analizowanych przez pryzmat ich stylów ubioru, poruszam także wątek autorefleksyjności oraz większej sprawczości w twórczym konstruowaniu i komunikowaniu swojego „ja”, które te techniki badawcze i wyniki tak prowadzonych badań dają samym respondentom.

### Abstract:

When social sciences were at their early stage as academic disciplines, what followed was adapting methodological naturalism by their theorists and researchers. Social scientists were often using methods and techniques “borrowed” from scientific positivism, such as experiments, biologically driven explanations or advanced statistics – that still dominate in disciplines like psychology. On the contrary, contemporary sociologists prove that the so called qualitative turn or “everyday life turn” was necessary to understand contemporary people and culture – searching for new methods and approach. My presentation will show the advantages of such perspective, I will present techniques of using and interpreting photographs to reach complex and authentic data on young adults (ones living in a computerized and thoroughly iconized world of contemporary popular, postmodern culture) on hard to reach questions of their self-identity, attitudes and preferences or shared values. I will try to prove how visual methodology such as photo elicitation interview and analysis of picture. My thesis will be supported and exemplified by my own research results (on how self-identity is constructed and presented by a personal clothing style).

**Słowa kluczowe:** socjologia wizualna, fotografia, wywiad fotograficzny, metody jakościowe, młodzi dorośli

**Key words:** visual sociology, photography, photo-elicitation interview, photographs, young adults.

## Wprowadzenie

Wykorzystanie niearchiwalnych zdjęć jako materiału źródłowego bądź jako formy reprezentacji wyników przez socjologa – mimo błyskawicznie rosnącej popularności technik wizualnych – wciąż może się spotkać z zarzutem braku zdyscyplinowania metodologicznego, a wręcz z zakwalifikowaniem pracy jako raczej publicystycznej i popularnonaukowej niż akademickiej. Tę rezerwę nietrudno zrozumieć – porównać ją można z oporem naukowego środowiska, który towarzyszył początkom stosowania na szeroką skalę metod jakościowych po okresie niemal uniwersalnej dominacji twardej socjologii ankietowej. Opór ten w znacznej mierze<sup>1</sup> przeszedł dziś już do historii, a nabierający rozpędu (począwszy od lat 60., gdy dużą popularność zaczęły zyskiwać takie orientacje jak etnometodologia czy fenomenologia) rozwój metodologii jakościowej osiągnął etap, w którym to badacze stawiający wyłącznie na ilościowe techniki stoją w opozycji wobec dominujących tendencji metodologicznych. Pod tym względem możliwości i poziom zaawansowania empirycznego socjologii wyróżnia się na tle pokrewnych dyscyplin. Np. psychologia rozwinęła się w zgoła przeciwnym kierunku: niemal nie prowadzi się innych badań niż oparte o statystyczne wnioskowanie z bardzo niewielkich liczebnie prób. Z kolei w szeroko rozumianym kulturoznawstwie rozwinętemu spektrum problemowemu rzadko towarzyszy skodyfikowana metodologia, przez co powstaje właśnie ryzyko rozmycia granicy między pracą naukową a dziennikarską czy publicystyczną – od czego *notabene* nie są też wolne niektóre ścieżki badawcze w socjologii, takie jak np. autoetnografia. Różnice w kierunkach rozwoju równoważy dziś postępująca interdyscyplinarność nauk społecznych, dzięki której specyficzne dla każdej z dyscyplin techniki są często kreatywnie triangulowane, co znacznie zwiększa rzetelność wyników.

Nieufność bardziej pozytywnie (a może konserwatywnie) zorientowanych metodologów wobec socjologii wizualnej można, jak sądzę, sprowadzić do trojako uzasadnianych zarzutów. Po pierwsze, socjologia wizualna jako metoda może się wydawać chwilową modą, wynikającą z zachłyśnięcia się przez badaczy dostępem do nowych technologii przetwarzania obrazu, takich jak tania fotografia cyfrowa i programy do jej obróbki, a także bezkrytycznego stosowania tych nowych możliwości w procesie badawczym bez precyzyjnie skodyfikowanej i konsekwentnie stosowanej metodologii. Po drugie, wybór fotografii jako źródła wiedzy może być postrzegany jako nieobiektywny i niepełny, natomiast fotografii jako formy raportowania owej wiedzy – jako ubogi erudycyjnie czy niewymagający od autora kreatywności i wysiłku. Po trzecie wreszcie, kultura wizualna jako

<sup>1</sup> Podobny opór wobec nowych perspektyw metodologicznych wciąż jeszcze towarzyszy na przykład teorii ugruntowanej. W stosunku do przygotowywania projektów w tym duchu pokutuje gdzieś tam stereotyp, że jest to wynikiem lenistwa młodych badaczy, którzy zamiast przygotować teoretyczne zaplecze i hipotezy badań, idą w teren i oczekują, by badani sami napisali o sobie pracę. Takie opinie rzadko są publikowane i wyrażane oficjalnie, jako zarzut wobec samej teorii ugruntowanej – padają wszak często w dyskusji na konferencjach lub w ocenach recenzentów podczas prezentacji projektów badawczych na warsztatach czy seminariach.

przedmiot studiów wizualnych może być narażona na krytykę jako trywialne pole problemowe, gdzie brak ważkich społecznie kwestii, z którymi według powszechnego przekonania powinna mierzyć się socjologia akademicka (analogicznej krytyce bywały poddawane prace na rozmaite tematy mieszczące się w subdyscyplinie socjologii życia codziennego<sup>2</sup>).

Niniejszy tekst będzie stanowił polemikę z takim krytycznym wobec socjologii wizualnej stanowiskiem, którą postaram się przeprowadzić pod kątem wszystkich trzech wyróżnionych wyżej zarzutów. Przedstawię pokrótce historię rozwoju metodologii wizualnej w naukach społecznych, jej szczególną użyteczność dla uchwycenia specyficznych dla współczesności zjawisk oraz adekwatność zwłaszcza wobec teoretycznego nurtu, jakim jest ciesząca się coraz większym uznaniem socjologia codzienności (por. Bogunia-Borowska 2009; Sztompka, Bogunia-Borowska 2008). Przedstawię także przykłady technik i dyrektyw, które pozwalają przedstawicielom studiów wizualnych zachować metodologiczną samodyscyplinę i nie popaść w subiektywizm większy niż ten, na który narażeni są analitycy jakichkolwiek danych innego typu w naukach społecznych. W końcowej części tekstu przywołam kilka przykładów współczesnych badań wykorzystujących techniki wizualne (w tym badań w ramach mojego własnego projektu prowadzonego na potrzeby dysertacji doktorskiej)<sup>3</sup>. Te fragmenty zajmą jednak mniej miejsca w niniejszym artykule, bowiem mają tutaj stanowić raczej egzemplifikację bardziej ogólnych, metodologicznych tez, niż szczegółowy raport z badań.

## Nauki społeczne zaczynają „patrzeć”

„Czy obraz fotograficzny zbliża nas do tak zwanego prawdziwego świata, który w rzeczywistości okazuje się nieskończenie odległy? Czy też może obraz ten ukazuje świat z odległości, tworząc tylko sztuczną głębię, która chroni nas przed bliską obecnością obiektów oraz ich potencjalnym zagrożeniem?” (Baudrillard 2012: 386)

Trudnością, z którą borykać się musi każdy teoretyk czy praktyk tej metodologii, jest płynność granicy, wynikająca z niemożności precyzyjnego zdefiniowania, czym socjologia i antropologia wizualna *de facto* są, to znaczy jakie wykorzystanie jakiego obrazu w naukach społecznych jest wystarczające, by móc stwierdzić, że oto mamy z nimi do czynienia. Dylemat definicyjny wynika z tego, że obrazem zajmowano się naukowo w szerokim zakresie od dawna, choćby w historii czy socjologii sztuki, ilozoficznej estetyce czy w archeologii, by wymienić tylko najoczywistsze dyscypliny, których przedmiotem jest ikonosfera. Również wizualna forma prezentacji wyników nie stanowi nowości – wszak samo słowo „raport” nasuwa skojarzenia ze słupkami czy układem współrzędnych, a fragmenty prac teoretycznych, w których przedstawiono model pojęciowy, rzadko znaleźć można w postaci litego tekstu, pozbawionego co najmniej jednej ryciny. Z drugiej strony, bardzo ograniczające, jeśli nie pozbawione logiki, byłoby restrykcyjne zawężanie socjologii wizualnej z uwagi na przedmiot wyłącznie do badania lub tworzenia przez badacza fotografii, bądź z uwagi na zakres stosowanych technik (do badań, w których stosowano jedynie wizualną metodykę), bądź też z uwagi na rodzaj

<sup>2</sup> Tutaj nasuwa się teza, że być może wzrost popularności podejść i technik jakościowych i wizualnych nie jest związany z rozwojem metodologicznym, a bardziej ze swoistą zmianą paradygmatu – przesunięciem najpopularniejszych zainteresowań badawczych w stronę codzienności właśnie, wraz z obecną, wcześniej w socjologii lecz słabiej niż dziś eksplorowaną tematyką tożsamości, stylów życia, konsumpcji.

<sup>3</sup> Projekt sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/07/N/HS6/00440.

metody, np. zaliczając do tej kategorii tylko prace *stricte* semiotyczne. Unikając skrajności zbyt szerokiego, jak i zbyt wąskiego rozumienia owej wizualności jako cechy charakterystycznej nowego etapu w rozwoju kultury z jednej strony, zaś nowego podejścia metodologicznego i nowego wachlarza technik badawczych z drugiej – o socjologii i antropologii wizualnej będę pisać jako o tendencji, nie określając precyzyjnie jej granic czasowych i zakresu. By choć w przybliżeniu nakreślić horyzont czasowy powstania tej metodologii, za jej początki należałoby zapewne uznać zastosowanie fotografii w badaniach terenowych przełomu XIX i XX wieku, czyli antropologię wizualną Franza Boasa, który zdjęcia tubylców przywiózł i wykorzystał na równi z notatkami terenowymi już w roku 1894, a później bardziej znane fotograficzne relacje z wypraw Bronisława Malinowskiego<sup>4</sup>.

Współczesna fotografia etnograficzna i antropologiczna jako źródło wiarygodnej wiedzy o świecie są i powinny być traktowane z pewną ambiwalencją. Z jednej strony, na podstawie takiego materiału powstają analizy mogące rzucić nowe światło na tematy, które znajdują się dziś często w centrum zainteresowania nauk społecznych: takie jak sposoby posługiwania się ciałem i spojrzenie (m.in. w studiach kulturowych zorientowanych genderowo i w filmoznawstwie czerpiącym z teorii psychoanalizy). Na przykład Lutz i Collins (1993: 199 za: Crane 2013: 591) na podstawie materiału z pisma „National Geographic” doszły do wniosku, że osoby definiowane kulturowo jako słabe (kobiety, dzieci, ludzie spoza rasy białej i nie pochodzące z nowoczesnych, technologicznie rozwiniętych społeczeństw) na zdjęciach zwykle patrzą prosto w obiektyw, zaś te obdarzone władzą dają się fotografować kiedy patrzą gdzie indziej<sup>5</sup>. Z drugiej strony, niestety, naukowy obiektywizm takich badań może być łatwo zakwestionowany, co szerzej przedstawiam w przypisie na tej stronie. Ponadto zauważyć trzeba, że rozwój teorii obrazu przyczynił się do zmiany w sposobie naukowego interpretowania takich materiałów o orientalnej proveniencji – już na jakiś czas przed epoką postmodernizmu zdano sobie sprawę, że rzeczywistość przedstawiona na zdjęciu jest wykreowana w znacznie większym stopniu, niż rzeczywistość poddana bezpośredniej obserwacji – zarówno przez prezentowane na obrazie postaci, jak i przez fotografa. Jean Baudrillard kategorycznie przedstawił tę kwestię w następującym fragmencie z roku 1999 „Obraz fotograficzny nie jest reprezentacją, lecz fikcją. Prawdopodobnie poprzez fotografię świat sam przechodzi do działania i narzuca jej fikcyjność” (Baudrillard 2012: 382).

Równoległe z pierwszymi zdjęciami przywożonymi przez antropologów, w socjologii narodziła się fotografia społeczna<sup>6</sup>. Ponownie – mimo ułatwień wynikających ze zmniejszenia różnic kulturowych, które w przypadku interpretowania obrazów antropologicznych myliły trop analityka (choć różnice kulturowe nie są też nieobecne w antropologicznych badaniach prowadzonych „dwie przecznice od nas”)

<sup>4</sup> W tym samym okresie powstał pierwszy film etnograficzny, A.C. Haddona z wysp Cieśniny Torresa (1898). Popularyzację filmu jako narzędzia badawczego antropologia zawdzięcza przede wszystkim (późniejszemu) prestiżowi nazwiska Margaret Mead, która w latach 30. wraz z Gregorym Batesonem stosowała tę technikę podczas badań na Bali.

<sup>5</sup> Tutaj widać bardzo dużą trudność w umotywowaniu określonych odkryć w tego typu analizach – sam wynik ilościowego badania *per se* nie jest dowodem na prawdziwość przyjętej przez badaczki tezy (czy takie fotografowanie osób posiadających władzę i jej nieposiadających jest produktem kulturowo umotywowanych konwencji i performatyki władzy? Czy może czystym przypadkiem? A może, będąc nieprzypadkowe, było to jednak powodowane inną niż władza zmienną pośredniczącą?). Diana Crane, która przywołała w swoim tekście te badania, parę stron wcześniej (Crane 2012: 585) z równym zaangażowaniem cytuje *Gender Advertisements Goffmana* (1979), gdzie z kolei właśnie niepatrznie w obiektyw i tzw. nieobecne spojrzenie interpretowane jako „usankcjonowane wycofanie” (*licensed withdrawal*), czyli przejaw pasywności i braku kontroli podmiotu nad sytuacją. To bardzo niebezpieczna pułapka, w którą często popadają badaczki reklam z perspektywy gender studies (por. również np. wystąpienie A. M. Toffanin na przedostatnim zjeździe European Sociological Association (2011) pt. „Make love with the flavour”. *Symbolic violence: similarities and Differences in the vocabularies of women on a photo ad.*) – w badaniach wizualnych do z góry założonej tezy łatwo dobrać takie (mocno wszak teoretycznie motywowane!) interpretacje, że udowodnić ją będzie każdy materiał wizualny. Nie przekreśla to, w moim odczuciu, możliwości przeprowadzenia głębszych i naukowo obiektywnych analiz. Nie wolno jednak ignorować tego, jak trudne to zadanie w sytuacji badania tematyki silnie obciążonej ideologicznie.

<sup>6</sup> Wśród pionierów, którzy dzięki fotograficznemu reportażowi nie tylko dotarli do materiału o trudno dostępnych bezpośredniej obserwacji społecznościach, ale i wykorzystali zdjęcia jako nowy sposób raportowania wyników, trzeba wymienić J. Thomsona (fotografa między innymi londyńskich dzielnic biedy w cyklu *Street Life in London 1876-77*), J. A. Riisa (nowojorskie dzielnice nędzy), W. Evansa, D. Lange’a czy B. Shahna (który fotografował rolników w czasie Wielkiego Kryzysu na zlecenie Rządu USA).

– teoretycy studiów wizualnych zdążyli pozbawić nas wiary także i w transparentność tych fotograficznych reportaży jako obiektywnego wglądu w trudno dostępne społeczne światy<sup>7</sup>. Baudrillard porusza przy okazji jeszcze jedną kwestię: zmiany, jaka dokonała się w kulturze. Otóż publiczność za prawdziwe i istotne w większym stopniu bierze dziś to, co zostało zapośredniczone przez obraz fotograficzny, niż to, co widzialne gołym okiem: „Większość współczesnych fotografii jedynie odzwierciedla «obiektywną» niedolę ludzkiego życia. W dzisiejszych czasach trudno znaleźć pierwotne plemię, w którym nie zaznaczyłby swojej obecności jakiś antropolog. Tak samo trudno jest dziś natknąć się na grzebiącego w śmieciach bezdomnego, któremu nie towarzyszyłby jakiś fotograf, uwieczniający te scenę. W efekcie niedola i przemoc dotyczą nas znacznie mniej wówczas, gdy są czytelnie znaczące i jawnie widoczne. Oto właśnie prawo Wyobrażonego” (Baudrillard 2012: 384, tłumaczenie częściowo zmodyfikowane).

Współczesny, bardziej teoretyzujący i krytyczny renesans zainteresowania fotografią jako osobną i charakterystyczną metodą badawczą w naukach społecznych (której specyfika pozwala niektórym nazywać socjologię i antropologię wizualną „subdyscyplinami” - w moim odczuciu trochę na wyrost), przypadł na świecie na lata 70. XX wieku – czyli w czasie zbliżonym do pojawienia się w teorii społecznej postmodernizmu (co nie jest bez znaczenia; więcej miejsca poświęcę tej kwestii dalej, w związku ze zmianami nie tyle metody – czyli studiów wizualnych, ile przedmiotu badań – czyli kultury wizualnej). Powstały wówczas ważne pisma i stowarzyszenia poświęcone wizualności w naukach społecznych „Studies in the Anthropology of Visual Communication”, International Visual Sociology Association i „International Journal of Visual Sociology”.

Dopiero temu momentowi rozpowszechnienia oraz instytucjonalizacji fotografii jako metody badawczej towarzyszy pojawienie się pierwszych ważnych tekstów teoretyzujących status zdjęć w nauce oraz w życiu codziennym, współczesnym społeczeństwie i kulturze. Pierwszym teoretykiem, który zajął się fotografią (nazywając ją co prawda sztuką, lecz już w tytule zaznaczając, że chodzi o sztukę średnich lotów) był Pierre Bourdieu, autor „Un art moyen” z 1965 roku. W tym kontekście trzeba przywołać późniejszy tekst „Zrozumieć fotografię” Johna Bergera (2012) z 1972, który stanowi zdecydowany sprzeciw wobec przyznawania fotografiom statusu dzieł sztuki – ponieważ nie mają one potencjału regulowania dystansów społecznych na mocy prestiżu własności; co więcej fotografie nie uświęcają wydarzeń na nich utrwalonych ani też samego daru widzenia. Ten argument rozwijany jest przez autora ku konkluzji, że fotografia, jako świadectwo ludzkich wyborów, daje wgląd w to, co jej autor uznał za ważne, a co ważniejsze w to, czego utrwalenia z namysłem zaniechał. Niemal równocześnie ukazuje się tekst Susan Sontag, która prowadzi swoją argumentację diametralnie odmienną ścieżką niż Berger: „Fotografia ma wyjątkowe możliwości, ponieważ w odróżnieniu od innych, wcześniejszych sposobów tworzenia obrazów nie zależy od jego twórcy” (Sontag 2012: 390).

Argumentacja Sontag zdaje się zmierzać w kierunku tezy, że właśnie niezależność fotograficznego obrazu od twórcy i fakt, że zdjęcie – będąc ikonicznym śladem, jakby odpryskiem rzeczywistości – nie jest kopią, ale swoistą emanacją przedmiotu, zwraca honor animistycznemu uczestnictwu w świecie, które wiąże się z wiarą, że obraz zachowuje moc swojego źródła czy wzorca. Warto zauważyć, że to wierzenie nie zanikło wraz z animizmem, z niego bowiem musi wynikać po części

<sup>7</sup> Zbiegiem okoliczności, który zdaje się potwierdzać moją tezę o utracie niewinności przez pretendującą do obiektywizmu socjologiczną fotografię społeczną i etnograficzną była sprawa wspomnianego tu J. Thomsona, który w latach 70. XIX wieku odbył podróż do Tajlandii i Kambodży, skąd przywiózł publikowany później obszerny materiał fotograficzny. Autorstwo niektórych zdjęć z tego cyklu budzi duże wątpliwości, pewne analizy (por. link do wykładu tajskiego historyka fotografii Phiphata Phongraphiphona „การแอบอ้างผลงานของ มิศเฟะรัน ชิตส์จิต โดยช่างภาพระดับโลก [Plagiarism of Francis Chit's work by world-renowned photographers]” pobrano 30.12.2012) zdają się potwierdzać, że Thomson nie mógł samodzielnie wykonać niektórych spośród tych zdjęć, bowiem na fotografiach świątyni wybudowanej jeszcze przed jego przyjazdem do Azji.



ikonoklastyczny zakaz przedstawień figuratywnych (por. Baudrillard 1996). Sontag twierdzi, że: „Oryginalność fotografii polega na tym, że właśnie w tym okresie, w długiej i coraz bardziej świeckiej historii malarstwa, kiedy sekularyzm odnosi pełny triumf, fotografia przywraca w całkowicie świecki sposób coś na kształt prymitywnego statusu obrazów. Nasze nieodparte wrażenie, że proces fotograficzny to coś magicznego, ma realne podstawy. (...) Zdjęcie (...) nie tylko przypomina przedstawiony przedmiot, nie tylko jest hołdem złożonym przedmiotowi: to część, przedłużenie tego przedmiotu i potężny środek zdobycia go, uzyskania nad nim kontroli” (Sontag 2012: 389).

W 1974 Howard Becker w bardzo rzetelnym tekście opisał rozwój fotografii z punktu widzenia socjologicznego i zarekomendował to narzędzie w naukach społecznych, formułując szereg dyrektyw jak w socjologii wizualnej unikać płytkości analizy z jednej strony, zaś reportażowej sensacyjności z drugiej. Pół dekady później ukazuje się wspomniana już wyżej praca „Gender Advertisements” Ervinga Goffmana; po paru kolejnych latach Roland Barthes w książce „Światło obrazu”. *Uwagi o fotografii* na własnym przykładzie rozważa, jak i dlaczego ludziom podobają się te, a nie inne zdjęcia. Już wówczas można więc powiedzieć, że istnieje zaplecze teoretyczne do zajmowania się fotografią w naukach społecznych.

Coraz więcej teoretyków zaczyna zauważać wzrost naukowego zainteresowania obserwowalnym wymiarem kultury. Piotr Sztompka pisze, że były to czasy fermentu intelektualnego, które ukoronowała w roku 1994 praca Boehma, diagnozującego w naukach społecznych zwrot ikoniczny oraz powstały niemal równocześnie tekst Mitchella o zwrocie obrazowym (sam Sztompka oraz np. Luc Pauwels [2011] obiera bardziej neutralne i pojemniejsze podejście „zwrotu wizualnego” jako owo przesunięcie akcentu ze źródeł pisanych na obrazy, por. Sztompka 2012: 22), rozwija się też równoległe, pokrewne podejście performatywne, rozwijane początkowo przez Jeffreya Alexandra.

W Polsce wysyp pierwszych podręczników metodologii wizualnej przypadł na dekadę kolejną: obok „elementarza” Sztompki *Socjologia wizualna...* (2006), ukazały się *Antropologia obrazu...* Krzysztofa Olechnickiego i *Do zobaczenia. Socjologia wizualna w praktyce badawczej* pod redakcją Jerzego Kaczmarka; przetłumaczono klasyczne podręczniki wprowadzające w tę metodologię: *Materiały wizualne w badaniach jakościowych* Marcusa Banksa (2009) i *Etnografię wizualną...* Sary Pink (2009). Wydano też dwa staranne zbiory tekstów niepolskojęzycznych pod redakcją Macieja Frąckowiaka i Krzysztofa Olechnickiego (2011) oraz Piotra Sztompki i Małgorzaty Boguni-Borowskiej (2012). Wreszcie, pojawiły się pierwsze polskie prace przedstawiające konkretne zastosowania tej metodologii wraz z dyrektywami badawczymi: na przykład tekst o badaniu fotoblogów w „paradygmacie”<sup>8</sup> socjologii codzienności Olechnickiego, który pisze: „Od formalnej fotografii studyjnej, przez fotografię okazjonalną, przechodzimy do epoki fotografii totalnej – zainteresowanej codziennością, wydarzeniami banalnymi [...] Fotografia zajmuje się teraz po prostu życiem we wszystkich jego aspektach” (Olechnicki 2009: 343).

W roku 2007 rozpoczął się projekt „Niewidzialne Miasto”, który dziś obejmuje badania prowadzone w kilku miastach przez różne zespoły badawcze. „Niewidzialność” jest tu rozumiana szczególnie: nie jako to, co ukryte, stanowiące tabu czy niedostępne przeciętnemu użytkownikowi codziennego „spektaklu”, a wręcz przeciwnie. Niewidzialne są rzeczy, które stanowią jedne z najsilniejszych narzędzi uspołecznienia, a jednocześnie – jak fakty społeczne – widywane codziennie i przyjmowane

<sup>8</sup> Chociaż np. Piotr Sztompka (2012:24) wprost pisze o socjologii codzienności jako o „trzeciej socjologii” „socjologii relacji międzyludzkich” i „nowym paradygmacie”, świadoma dużego oporu, jaki wzbudza nazwanie tego podejścia paradygmatem u niektórych autorów, z braku miejsca by rozwinąć ten wątek szerzej, zdecydowałam się w tym miejscu umieścić to słowo w cudzysłowie.

za błahe i oczywiste, pozostają poza sferą refleksji ich użytkowników. Wejść w pole powszechnej refleksji rzeczy mogą dwojako: gdy użytkownik próbuje stawić im opór, zniwelować je, bądź właśnie, gdy jest zmuszony do zdania sobie z nich sprawy, bo rzeczy zostały zapośredniczone przez fotografię, uczynione jej głównym przedmiotem. Jak pisze Marek Krajewski (2011: 119): „[...] chcieliśmy dokumentować to, co jest niewidzialne w naszym najbliższym otoczeniu, a więc to, co jest doskonale widoczne, ale jednocześnie traktowane jako nieważne, marginalne, niegodne naszej uwagi, to, co uspołecznia, a czego roli nie doceniamy. Dokumentacja tego rodzaju aspektów życia w mieście wydała nam się istotna o tyle, że [...] stanowią nie tylko dowód na to, że miasto żyje, lecz także świadectwo tego, jak żyje. To zapis gustów i upodobań, mentalności oraz spraw centralnych dla określonego czasu i miejsca [...], przejaw przede wszystkim tego, że miasto to nie dzieło urbanistów i architektów, [...] ale ludzi, którzy w nim żyją.”

Tę inicjatywę i towarzyszące jej publikacje w formie reportaży fotograficznych oraz interpretacji teoretycznych można odczytać jako działanie emancypacyjne: badanie obrazów jako sposób dostępu do nieuprzywilejowanych aktorów społecznych i społeczności pozostających zazwyczaj w cieniu, co znakomicie pokazują poniższe cytaty:

„Niewidzialne Miasto ostentacyjnie widoczne, wystające poza promowany design. Miejski dysonans, przypominający, że miasto tworzą ludzie, i że jest przez nich bardziej przeżywane niż planowane i urefleksyjniane. Że miasto to nie tylko tekst, ale i performans. Że obok profesjonalnych i skonwencjonalizowanych procedur istnieją spontanicznie tworzone taktyki, które każą się zastanowić kiedy przyjdzie ochota pomówić o społecznej anomii, albo o liniowo budującej się nowoczesności, która potrzebuje tylko czasu na wyparcie potrzeby majsterkowania i estetyki garażowego eklektyzmu – zbyt często widzi się w nich tylko piętno niedostatku”.<sup>9</sup>

„Gdyby kazać nam jednym zdaniem streścić ideę niewidzialnego miasta, najlepiej byłoby powiedzieć, że jego istotą jest życie tętniące tam, gdzie tego życia na pozór nie widać i tam, gdzie nikt nie spodziewa się go zobaczyć. Popełnia jednak błąd ten, kto myśli, że niewidzialne miasto posługuje się kamuflażem [...] Niekiedy jest wręcz odwrotnie – niewidzialne miasto stać się może ostentacyjnie widoczne, przykuwające wzrok, „odklejające się”, budzące uśmiech; to miejski dysonans. Jednocześnie o przejawach niewidzialnego miasta – jeżeli już w ogóle zostają one dostrzeżone – rzadko myślimy inaczej, niż w kategoriach czegoś zwyczajnego, oczywistego, banalnego. Nie oflagowujemy ich w folderach jako „warty zobaczenia” [...] Bardzo rzadko w ogóle się nad nimi zastanawiamy.”<sup>10</sup>

## Obrazy i ich badanie: w stronę lepszej metodologii wizualnej

Zasygnalizowałam już parę kwestii problematycznych, które towarzyszą wyborowi socjologii wizualnej jako metody badań, a także ewaluacji analiz powstałych tą drogą. Nic nie wskazuje na to, by były to problemy nierozwiązywalne, niemniej widoczna jest konieczność większej niż przy stosowaniu innych metod samodyscypliny, ostrożności i krytycznego podejścia przez badaczy. Co należy mieć na uwadze, by przewyciężyć ograniczenia i lepiej wykorzystać potencjał metod socjologii wizualnej?

<sup>9</sup> Tekst M. Frąckowiaka opublikowany w 28. numerze kwartalnika Fotografia w2009, dostępny na oficjalnej stronie internetowej powstałej na potrzeby projektu Niewidzialne Miasto: [http://nmbadania.info/?page\\_id=48](http://nmbadania.info/?page_id=48), pobrano 15.12.2012.

<sup>10</sup> Tekst M. Frąckowiaka, J. Pańczak, M. Podgórskiego, Ł. Rogowskiego i W. Rapiora z roku 2008, opublikowany w 2010 na stronach Kuratorart, a później projektu Niewidzialne Miasto (źródło jak wyżej).

Luc Pauwels (2011) proponuje zacząć od uświadomienia sobie, że „wykorzystanie obrazów w naukach społecznych nie jest samo w sobie „z natury” techniką miękką (jakościową) ani twardą (ilościową).” Prawdopodobnie w tym drugim typie badań łatwiej jest uniknąć problemów wynikających z niejednoznaczności obrazów i ich podatności na wielokierunkowe interpretacje, które mogą prowadzić do nadużycia, naginania rzeczywistości pod uprzednio przygotowane tezy. Jednak – jak pokazuje bogaty dorobek autorów wybierających taką metodykę i poziom czasopism, w których dominują takie prace – to właśnie techniki jakościowe dają szansę na pełne wykorzystanie bogactwa źródła jakim są na przykład fotografie obrazujące artefakty kulturowe, rytuały i instytucje, czy też codzienne, z pozoru banalne interakcje społeczne i ubiór aktorów społecznych. Nie warto więc rezygnować z wykorzystania zdjęć jako źródeł wiedzy, o ile można potwierdzić znaczenie znalezionych w nich treści dzięki zastosowaniu triangulacji (np. równoległe badanie techniką wywiadu).

Równie ważne jest rozróżnienie typów wizualności wykorzystywanych w naukach społecznych i nieignorowanie ich specyfiki. Pauwels podkreśla, że nie wolno zacierać niekiedy konstytutywnych różnic między różnymi praktykami wizualnymi, sposobami obrazowania, niejednorodnymi danymi wizualnymi i różnym ich wykorzystaniem w naukach społecznych. Badacze uciekający się do wizualnych sposobów prezentacji danych lub czerpiący z wizualnych źródeł powinni posiadać nie tylko teoretyczną wiedzę na temat wizualnej kultury<sup>11</sup>, ale też techniczne umiejętności wytwarzania takich materiałów, które Pauwels uważa za istotną część dyskursu naukowego.

Autor podkreśla konieczność ciągłego edukowania audytorium akademickiego i pozaakademickiego, w celu rozwijania w nim kompetencji wizualnej. Bezwzględnie potrzebne jest bowiem stworzenie wspólnego naukowcom i odbiorcom „repozytorium wizualnych kodów”. Wreszcie, Pauwels (2011, s. 25) postuluje uzupełnienie aspektu mimetycznego obrazów ich potencjałem ekspresyjnym – badacze mogą przecież, a nawet powinni starać się wizualnie skomentować przedstawioną rzeczywistość, budując wypowiedź, która przekracza bezpośrednią zawartość obrazu dzięki wykorzystaniu określonych środków filmowych, fotograficznych, grafiki komputerowej i tym podobnych; określiłabym to jako podejście bardziej „ekspresyjne” czy „estetyczne”.

## **Obrazy i ich badanie: kultura wizualna – refleksyjność – personalizacja – sprawczość**

W tym miejscu warto przenieść uwagę ze studiów wizualnych (metody) na kulturę wizualną (przedmiot badań). W tej części postaram się pokazać w kilku „migawkach”, dlaczego wartości, tożsamość i postawy jednostek współcześnie<sup>12</sup>, są tak silnie związane z wizualnością i dlaczego w związku z tym sądzę, że metody wizualne powinny być nieodłączne od badania tych i innych sfer codzienności, a także współczesnej kultury, w której tak istotny jest dzisiaj wymiar wizualny. Ponowoczesny wymóg autodefinicji, kreowania atrakcyjnej tożsamości jednostkowej i spójnego z nią wizerunku otworzył nowe

<sup>11</sup> Autor rozróżnia studia wizualne od kultury wizualnej i wydaje się to dobrą praktyką, bowiem pozwala na rozróżnienie przedmiotu badań od metodologii, co może być dla badaczy korzystne - socjologia wizualna jako metoda nie powinna być bezrefleksyjnie wybierana zawsze wtedy, gdy przedmiot badań wiąże się z kulturą wizualną (i vice versa: nie powinno się automatycznie rezygnować z wizualnych metod w badaniu zjawisk z innych obszarów).

<sup>12</sup> Zwłaszcza tożsamości osób młodych (dzieci, młodzieży oraz młodych dorosłych, którym poświęcone są moje własne badania), których życie przypadło głównie lub tylko na czasy późnej nowoczesności.



wymiary użycia i interpretacji obrazów, związanych z indywidualnym funkcjonowaniem w codzienności. Charakterystycznych dla współczesności zjawisk, pociągających za sobą konieczność przeniesienia akcentu na wizualność jest wiele, wymienię tu tylko kilka szczególnie ważnych.

Po pierwsze jest to estetyzacja codzienności, tak jak rozumie ją Featherstone (1996), o czym szerzej pisałam w odniesieniu do konsumpcji (Żuchowska 2011: 100-106). Nowa dominująca rola obrazów łączy się współcześnie z bezprecedensową rangą kultury w codziennych aktach konsumpcyjnych. Baudrillard właśnie w natężeniu nieustannego, gęstego, heterogenicznego i nieprzejrzystego strumienia obrazów widział nie tyle katalizator, co wręcz istotę przejścia z nowoczesności do kultury postmodernistycznej, czyli świata symulowanego. To „jakościowo nowe społeczeństwo, w którym zaciera się rozróżnienie na rzeczywistość i obraz, a życie codzienne podlega estetyzacji” (Featherstone 2001, s. 307).

I tak oto okazało się, że sztuka żyje wszędzie, ponieważ sztuczność tkwi w samym sercu rzeczywistości. Zarazem jednak okazało się, że sztuka jest martwa, zarówno dlatego, że zanikła charakterystyczna dla niej transcendencja, jak i dlatego, że sama rzeczywistość, całkowicie nasycona estetyką, która jest nieodłączna od własnej struktury, zlała się w jedno ze swoim obrazem (Baudrillard 1983: 151, cyt. za: Featherstone 1996: 309).

Estetyzowane są w równej mierze zakupy i codzienne interakcje tzw. „normalsów” zsocjalizowanych do pełnej akceptacji konsumpcyjnego społeczeństwa, jego norm i ograniczeń, akceptujących estetyczne autorytety prezentowane w mediach, co anty-konsumentów czy konsumentów alternatywnych, przynależących do subkultur i kontrkultur wyróżniających się wyrazistym stylem ubioru, stylem konsumowania i zachowaniem (sympatycy niektórych gatunków muzycznych, ekolodzy, subkultury młodzieżowe). Demonstrowana osobność wobec (a często kontestacja) treści i obrazów z kultury mainstreamowej, unifikującego jednostki „systemu” generuje nowe typy tożsamości grupowych: ponadregionalne stowarzyszenia połączone poprzez podobieństwo stylu życia i konsumowania, upodobania polityczne (anarchiści, młodzi lewicowcy) czy sympatie ideologiczne (subkultury skinheadowe i neonazistowskie, ale też np. weganie i ekolodzy). W medialnej rzeczywistości i warunkach błyskawicznej komunikacji ponadregionalnej akty rozpoznania podobnych sobie jednostek zachodzić mogą sprawnie i bezbłędnie właśnie dzięki obrazom, rekwizytom czy ubiorom.

Po drugie, z wątkiem estetyzacji ściśle wiąże się swoiste uwikłanie w obrazy, o którym pisze Rafał Drozdowski. Polega trochę na tym samym mechanizmie, co uwikłanie w konsumpcję w konsumpcjonizmie: nie da się satysfakcjonująco poruszać w społecznym świecie, nie sposób uczestniczyć w udanych interakcjach i występować w sferze publicznej bez użycia obrazów, nie zapośredniczając przez obrazy i towary swoich działań, nawet jeśli jest to użycie spersonalizowane, np. alternatywne, samoograniczające czy kampowo ironizujące.

Trzecie zjawisko wynika z tego, że tożsamość jednostkowa, jak twierdzi Bauman i wielu innych ponowoczesnych teoretyków jest współcześnie zadana, że jest – jak nazywa ją Giddens – „refleksyjnym projektem”. Materiałem, z którego jednostki czerpią nie tylko inspiracje, ale wręcz tworzywo tych projektów jest przede wszystkim kultura wizualna, a także kultura popularna i media. Równocześnie, można na owe refleksyjne projekty patrzeć bardziej krytycznie, dostrzegając trudność w utrzymaniu spójności i punktów odniesienia przez współczesnych aktorów społecznych. Między innymi Žižek (2009) twierdzi, że zaangażowanie w rzeczywistość wirtualną i utożsamianie się jednostek z ich wirtualnymi personami wiąże się z zagrożeniem decentracji podmiotu. „Zdecentrowanie” oznacza

przede wszystkim ambiwalencję, oscylację między identyfikacją symboliczną a wyobrażoną – jest ono nierozstrzygalnością co do tego, gdzie jest moje prawdziwe sedno: w mojej „realnej” jaźni, czy w mojej zewnętrznej masce, z tą możliwą implikacją, że moja symboliczna maska może być bardziej prawdziwa niż to, co ukrywa, niż prawdziwa twarz, znajdująca się pod nią” (Žižek 2009: 211).

Postmodernistyczna przejrzystość oznacza coś zupełnie przeciwnego do modernistycznej (która w ogromnym skrócie polegała na tym, że użytkownik mógł przejrzeć działanie maszyny, zrozumieć je a nawet zrekonstruować): „Ekran interfejsu ma ukrywać funkcjonującą za nim maszynę i możliwie najwierniej symulować nasze codzienne doświadczenie... jednakże ceną tego złudzenia ciągłości z naszym codziennym otoczeniem jest to, że człowiek przyzwyczaja się do nieprzejrzystej technologii” (Žižek 2009: 198).

Žižek, podobnie jak Baudrillard dowodzi więc, że obecnie jesteśmy świadkami przejścia od modernistycznej kultury kalkulacji do ponowoczesnej kultury symulacji, natomiast jednostki zawieszane są między rzeczywistością realną a rzeczywistościami wirtualnymi, częściowo ich życie społeczne rozgrywa się zatem na płaszczyźnie czysto wizualnej. Z kolei płynność i niespójność tożsamości ponowoczesnych sprawiają, że są one jeszcze trudniejsze do uchwycenia jako przedmiot badań – metody wizualne wydają się konieczne w badaniu zjawisk towarzyszących tym współczesnym przemianom, bo aspekt wizualny jest często istotą rozmaitych wirtualnych tożsamości (np. konstruowanych w niektórych portalach społecznościowych, fotoblogach) które są ważnymi elementami składowymi tożsamości współczesnych jednostek.

Te uwagi mają charakter bardzo ogólny, mam jednak nadzieję, że przywołane w ostatniej części artykułu moje własne badania stanowią będą egzemplifikacją tych być może nieco zbyt teoretycznych tez. Przekładając je na implikacje dla współczesnej socjologii i pokrewnych badań interdyscyplinarnych, metody wizualne uważam za niezbędną furtkę poznania zwłaszcza kilku sfer/problemów współczesności. Za szczególnie adekwatne uważam zastosowanie tej metodyki do sfery życia codziennego, bowiem jak na to wskazuje wielu autorów, współczesna codzienność jest w większym niż kiedykolwiek stopniu przesycona znakami o charakterze wizualnym; to, co obserwowalne wydaje się społecznie wyżej cenione (np. prymat wizerunku nad erudycją); zaś komunikacja odbywa się głównie poprzez takie kanały (ikonizacja przekazów). Skupienie się socjologii na codzienności wzmocnione jest także przez jej zainteresowanie przedmiotami materialnymi (również ich konsumpcją i jej społecznymi funkcjami) oraz ciałem. Przykładem badań, które poruszają tę problematykę jest studium Iana Woodwarda (2001) w którym analizował tworzenie się i przejawianie gustu respondentów w należących do nich przedmiotach. Spójne narracje na temat gustu uzyskiwane były poprzez wizualny bodziec, jakim były fotografie przedmiotów codziennego użytku, których używali badani. Ten problem, jakim są ukryte socjokulturowe motywacje do wyboru przedmiotów o takim, a nie innym wyglądzie, nie mógłby zostać trafnie zbadany za pomocą samego tylko wywiadu pogłębionego, bowiem motywacje estetyczne są abstrakcyjną kwestią, umykającą codziennej pogłębionej refleksji, której uczestnicy badania najpewniej nie byłiby w stanie zanalizować spontanicznie w trakcie wywiadu pozbawionego wizualnego „zapalnika” narracji. Podobny bodziec stanowią będą w moich badaniach ikoniczne fotografie stylów ubioru. Kolejnym przykładem jest mocno zainspirowane koncepcjami dystynkcji i reprodukcji Bourdieu studium rytualnych zachowań i sposobów komunikowania społecznego pomiędzy uczestnikami Londyńskiego Tygodnia Mody (Entwistle, Rocamora 2006), gdzie dane wizualne stanowią ilustracje trudnych do opisu obserwacji, takich jak zachowania proksemiczne np. przyjmowanie i negocjowanie pozycji, Goffmanowsko rozumiany kostium, operowanie spojrzeniem,

etc. Wreszcie, dokumentacja wizualna może stanowić kontrę wobec deklaracji badanych, jak zostało to zrobione w nadal aktualnym eksperymencie (Davis 1987), mającym na celu pokazanie, które informacje z metek produktów rzeczywiście są dostrzegane i zapamiętywane oraz wpływają na decyzję wyboru tego, a nie innego produktu w sklepie. Fotografia pozwala na zwiększenie rzetelności badań poprzez weryfikację, czy deklaracje respondenta w kwestii jego wyborów rzeczywiście pokrywają się z obiektywną dokumentacją tych wyborów. Ten atut wykorzystałam również we własnych badaniach, gdy porównuję wywiady z respondentami z otrzymanymi od nich fotografiami o czym szerzej w kolejnej części tego tekstu.

## Socjologia wizualna – przykład zastosowania: Młodzi dorośli: tożsamość/postawy/preferencje/wartości

Jako przykład zastosowania socjologii wizualnej w obszernym projekcie badawczym, opiszę w tej części moje własne badania jakościowe,<sup>13</sup> w których obok pogłębionego wywiadu stosuję dwie techniki socjologii wizualnej, zaś przedmiot badań stanowią głównie wizualne aspekty współczesnej kultury. Za problem badawczy obrałam sposoby konstruowania i komunikowania tożsamości przez ubiór w kontekście uczestnictwa w kulturze ponowoczesnej, natomiast próbą badawczą są młodzi, wykształceni dorośli (w wieku 22-33 lat) zamieszkali w dwóch największych polskich miastach. Są to osoby, których świadome doświadczenie przypada na czasy, w których kultura w nieporównywalnym wcześniej stopniu przesycona jest obrazami, codzienność wyestetyzowana, a rzeczywistość wręcz przekształcona w obrazy (Featherstone 1996). Ponadto, system reguł, w którym funkcjonowali już począwszy od okresu dojrzewania, wyznacza, jak je nazywa Piotr Sztompka „społeczeństwo spektaklu, wizerunku, ikony”<sup>14</sup>. Analizuję narracje tożsamościowe badanych podczas wywiadu pogłębionego zogniskowanego wokół kwestii ich codziennego ubioru; eksploruję też kwestie znaczeń dekodowanych z ubioru innych i manifestowanych przez badanych we własnym ubiorze; wreszcie, poprzez rozmowę o kwestiach odzieżowej (i nie tylko) estetyki, mam nadzieję dotrzeć do wiedzy na temat wartości, postaw i sposobów uczestnictwa w kulturze ponowoczesnej, jak i na temat samej kultury, wyrażającej się poprzez komunikacyjne kody i toposy, z których ogromna część to znaki wizualne: poddawane ciągłemu recyklingowi i redefinicji obrazy.

Wizualność jest dla mnie wymiarem kluczowym w badaniu tożsamości, codzienności, wzorów kulturowych i kodów komunikacyjnych używanych przez młodych dorosłych. Kultura wizualna jest tłem dla wszystkich działań społecznych i interakcji, które badam, a także rezerwuarem form i znaków, z którego badani czerpią. Jest źródłem i determinantą indywidualnych wizerunków, składających się na nie znaków i symboli, słowem: fasad wykorzystywanych podczas grania ról. Na połączenie wywiadu z technikami wizualnymi zdecydowałam się w celu triangulacji metodologicznej. Uznałam za konieczne poddanie takiej wizualnej weryfikacji deklarowanych przez respondentów sposobów używania ubrań jako znaków i odczytywania/oceniań ubiorów innych. Bez tego wizualnego komponentu w stosowanej metodyce nie odważyłabym się wyciągnąć wniosków nawet na temat

<sup>13</sup> Projekt sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/07/N/HS6/00440.

<sup>14</sup> Tytuł niepublikowanych wykładów P. Sztompki z 2010, wygłoszonych w otoczeniu uniwersytetu i galerii, por. także P. Sztompka, *Wyobraźnia wizualna i socjologia w*: P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska, M. (red.), *Fotospołeczeństwo. Analiza tekstów z socjologii wizualnej*, Zak, Kraków 2012.

pojedynczych respondentów, a co dopiero ekstrapolować te wyniki na cały segment populacji, który reprezentują lub na współczesną kulturę *per se*.

Wybrałam dwie techniki wizualne. Pierwszą była analiza ubioru respondentów na wybranych przez nich fotografiach poprzez zakodowanie elementów zdjęć, a następnie przeprowadzenie analizy zawartości całego zbioru zebranych obrazów<sup>15</sup>. Drugą analiza reakcji respondentów na fotografie różnych ubiorów i stylów (technika bywa różnie nazywana, np. wywiad fotograficzny (Frąckowiak, Olechnicki 2011), wywiad z interpretacją fotogramów (Koseła 1989), wywiad z wywoływaniem fotograficznym (Harper 1986)). Zdjęcia służą tu jako środek wywołania skojarzeń i sprowokowania narracji badanego. Jak metaforycznie pisze Pink (2009: 74): respondenci „mówią wtedy fotografiami”. Te ostatnie ułatwiają zainicjowanie wywiadu i skoncentrowanie jego tematyki na obiektach, estetykach i tematach będących problemem badawczym – często temat badań nie jest wszak respondentom zakomunikowany wprost, ale „przemycony na fotografii”, co znacznie minimalizuje „efekt ankierski” – badacz uzyskuje dowód, że temat istnieje w świadomości respondenta i nie został tam zaimportowany sytuacją wywiadu. Dzięki temu, że szczegółowe pytania nie są werbalizowane przez prowadzącego wywiad a uruchamiane przez poszczególne elementy zdjęć, udaje się zminimalizować ryzyko narzucania przez badacza swojej siatki pojęciowej w narracji respondenta. Oczywiście, technika nie jest wolna od ryzyka subiektywności i nadinterpretacji, a przede wszystkim obciąża badacza kolosalną odpowiedzialnością na etapie doboru narzędzia – treść wywiadów będzie się różnić diametralnie w zależności od tego, które fotografie zostaną w wywiadzie użyte i decyzji tej nie będzie można zmienić w trakcie badania (tak jak można skorygować czy zmodyfikować pytania kwestionariusza wywiadu pogłębionego).

W moich badaniach materiał fotograficzny używany jest więc dwojako. Po pierwsze jako równoległa z analizą wywiadów analiza zdjęć otrzymanych od badanych, na których mają oni na sobie swoje ulubione ubrania. Po drugie jako bodziec stymulujący generowanie opinii o innych i narracji o sobie, u respondentów wykorzystywany jest zbiór około 50 fotografii pochodzących z prasy lub Internetu, pogrupowanych w 10 bloków (respondenci są zachęceni do wypowiedzi na temat poszczególnych bloków, lecz nie dostają od badacza informacji wedle jakiego klucza dobrano i pogrupowano zdjęcia)<sup>16</sup>. Okazało się, że wybrane przeze mnie fotografie są znakami ikonicznymi, łatwo rozpoznawanymi przez badanych – respondenci potrafili łatwo zidentyfikować zasadę doboru zdjęć do poszczególnych bloków, z których każdy stymulował ich do dłuższej, poruszającej wiele pokrewnych wątków wypowiedzi.

Moim celem było dotarcie do niedeklarowanych wprost postaw, wartości, nieświadomych form komunikowania tożsamości za pomocą ubioru i związanych z nim symboli wizualnych. Ponieważ badania (zaplanowane na próbę około 50 respondentów) zrealizowałam do tej pory dopiero w połowie, jak i przez brak miejsca w niniejszym artykule, nie mogę tutaj przedstawić konkretnych wyników całego projektu badawczego. Niemniej, z całym przekonaniem mogę wymienić kilka niewątpliwych korzyści z zastosowania technik wizualnych jako uzupełnienia indywidualnego zogniskowanego wywiadu pogłębionego.

<sup>15</sup> Kodowanie przebiegało dwuetapowo: najpierw według z góry założonych kategorii różnicujących respondentów (wiekowych, zawodowych, płciowych, zawodowych, według orientacji seksualnej, etc.) oraz kodów wybranych teoretycznie, np. wstępnie wyodrębnionych stylów, okazji, tematów (np. impreza, profesjonalizm, erotyka). W kolejnym etapie zdjęcia były kodowane jeszcze raz zgodnie z kodami *in vivo*, zaczerpniętymi z wywiadów z respondentami (np. śmieszne, na przekór, schować się).

<sup>16</sup> (1) styl bardzo sztywny i pedantyczny, współczesny dandyzm, (2) styl subkulturowy – punkowy, (3) postmodernistyczne, konceptualne obuwie na wysokich obcasach, (4) futurystyczne kreacje haute couture – wymyślne, niekonwencjonalne i skomplikowane, (5) styl subkulturowo-młodzieżowy (emo), (6) stylizacje transgresyjne wobec tradycyjnych ról płciowych, modele androgyniczni lub naśladowcy płci przeciwnej, (7) wizerunek sceniczny i publiczny celebrytów i „ikon mody”, (8) styl biznesowy i *dress code* korporacyjny, (9) moda *mainstreamowa*, masowa, uliczna – z katalogów i blogów internetowych „szafiarek” (10) styl etniczny – stroje silnie nawiązujące do tożsamości narodowej lub religijnej.



Wymienię tutaj jedynie kilka korzyści, jakie osiągnęłam dzięki takiemu wyborowi metod badawczych. Oczywiście nie przedstawię tu wyczerpującego zestawienia, a jedynie – mam nadzieję – źródło inspiracji dla badaczy chcących wypróbować podobne techniki jako uzupełnienie wywiadów:

Po pierwsze, wykorzystanie fotografii pozwala zwiększyć trafność i rzetelność badań poprzez porównanie punktu widzenia badanych na ich własny wygląd i zachowanie z obserwacją dokonaną przez badacza jednorazowo, w momencie prowadzenia wywiadu. Ponadto umożliwia bardziej pogłębioną analizę dokumentacji fotograficznej, która pochodziła od badanych, lecz nie powstała na potrzeby tych badań (można więc uznać ją za bardziej „autentyczną” bo niezależną od ingerencji badacza). Z jednej strony fotografie działały korygująco na niektóre deklaracje respondentów: np. sami weryfikowali oni swoje odpowiedzi na pytania czy oceniają anonimowych innych po ubiorze, czy z ubioru można wyciągnąć wnioski na temat nieznanego osoby, jakie ma dla nich znaczenie, w co ubrani są inni, etc. – gdy pokazywałam zdjęcia, na których były przedstawione konkretne style, badani byli znacznie bardziej skłonni do przyznania, że wyciągają wnioski i dokonują ocen innych osób na podstawie samych strojów; próbowali też opisać mechanizmy, zgodnie z którymi (często nie do końca świadomie) to czynią. Z drugiej strony natomiast deklaracje na temat tego, jak badani sami się ubierają i jakie komunikaty zawiera ich strój były potem przeze mnie weryfikowane poprzez porównanie ich wypowiedzi z fotografiami, przedstawiającymi to, jak faktycznie wygląda ich ubiór. Podobnie z pytaniem, czego badany nigdy by nie założył – zazwyczaj na poziomie deklaracji respondenci oświadczały „postmodernistycznie”, że nie ma takich rzeczy i wszystko jest kwestią kontekstu – natomiast podczas oglądania zdjęć okazywało się, że elementy wielu stylów (np. silnie subkulturowe, etniczne albo mundurki korporacyjne) są nie do przyjęcia dla badanych i nigdy by ich nie założyli, bo baliby się konotacji z daną grupą społeczną. Okazało się, że niemal każdy miał co najmniej jedną taką antygrupę, od której chciałby się wizualnie odróżnić

Po drugie, sam materiał fotograficzny nie byłby wystarczającym materiałem do analizy ubioru, bowiem kody obrazowe, wykorzystywane w wizerunku badanych, a czerpane z kultury popularnej, masowej i kultury wizualnej są przez badanych tłumaczone, modyfikowane i renegocjowane lokalnie. Jak pisze R. Drozdowski (na temat kempowego czy ironicznie estetyzującego stosunku do konsumpcji, por. Jacyno 2011, Żuchowska 2011: 100-106) „Typową reakcją na ikonosferę popularną (...) nie okazuje się (...) ani jej całkowita afirmacja, ani też jej całkowite zanegowanie połączone z takimi bądź innymi strategiami jej aktywnego zwalczania lub zastępowania. (...) typowe jest raczej branie ikonosfery popularnej w ironiczny nawias połączone ze świadomie dwuznacznym półotwarciem na jej uroki. (...) jedynymi bezpiecznymi strategiami przeciwstawiania się ikonosferze popularnej okazują się strategie wychodzące od kempowego półdystansu (...) pozwalają nie przejmować się kwestią spójności postawy. (...) Wymaga szczerej ambiwalencji, która zastępuje jednoznaczność i prostolinijność nastawienia do obrazkowej kultury popularnej wyszukiwaniem coraz bardziej.” (Drozdowski 2009: 270-272)

Biorąc pod uwagę specyfikę próby badawczej (badani dorastali i żyli w kulturze silnie nasyconej obrazami, pochodzą z dużych miast i są wykształceni, zatem ich kompetencja kulturowa konieczna do odczytywania i twórczego wykorzystywania wizualnych znaków w kulturze jest mocno rozwinięta) trzeba założyć, że na zdjęciach, które dostarczyli na potrzeby badań zawarta jest duża ilość niejednoznacznych i trudnych w odczytaniu dla mniej sprawnego oka kodów. Do wychwycenia ich wszystkich konieczny jest zatem wywiad pogłębiony. Sam wywiad z kolei nie wystarczy by pokazać całe bogactwo i subtelność znaczeń w komunikatach wizualnych stosowanych przez respondentów.



Jedynie połączenie obu tych technik pozwala na uzyskanie najpełniejszego obrazu, bez szkody dla trafności, którą mogłaby obniżyć subiektywna interpretacja obrazu przez badacza, niekorygowana przez narracje samych badanych.

Po trzecie, na zdjęciach respondentów pojawiało się wiele szczegółów, które pozwalały mi na dokonanie nowych cennych obserwacji, zbyt słabo lub wcale niepojawiających się w wypowiedziach podczas wywiadów. Wynikały one często z nieuświadomienia sobie przez respondentów niektórych praktyk związanych z własnym wyglądem np.: spójności i konsekwencji stylu, powtarzania niektórych elementów, zapożyczeń ze stylu innych osób, zmian w różnych okresach życia, dbałości o pewne szczegóły, ciągłego podkreślania albo ukrywania ubiorem jakichś części ciała, eksponowania lub ukrywania seksualności lub tożsamości kulturowej, etc. Z kolei w narracjach respondentów na temat fotografii anonimowych osób uruchamiały się sieci skojarzeń, które pozwalały na uzyskanie zupełnie nowych, bogatszych i wielowymiarowych danych. Tak samo pozytywne wnioski z analogicznego sposobu wzbogacenia wywiadów przez zdjęcia znaleźć można w metodologicznych częściach raportów z badań Crane (2000) i Clark-Ibanez (2011).

Kolejną kwestią jest opisywane szerzej przez Woodward (2011) wykorzystanie fotografii cyfrowej dla wyrównania proporcji władzy w relacji badacz – badany. Rzeczywiście, ocenianie zdjęć przez respondentów na początku wywiadu pozwala na wprowadzenie swobodnej atmosfery, w której badani kontrolują sytuację, decydują o kierunku, w jaki pójdzie pierwsza część wywiadu. Topoczucie „sprawczości” w początkowej fazie badania sprawia, że odpowiedzi na pytania w części późniejszej są szczerze, głębsze i bardziej wielowątkowe niż miałyby to zapewne miejsce, gdyby wywiad od początku miał standardową formę pytanie – odpowiedź. Po drugie fakt, że to badani wybierają fotografie własnych ubiorów, które później analizuję daje mi jako badaczowi pewność, że analizuję wizerunek respondenta, który jest świadomie wybierany i komunikowany otoczeniu, a nie przypadkowy kadr z jego życia oraz że rzeczywiście istnieje powiązanie danego zdjęcia z obrazem siebie w umyśle badanego, z jego tożsamością. Badany ma więc władzę nad wyborem materiału, który będzie wykorzystany w badaniach oraz wpływ na proces wyciągania wniosków przez badacza w trakcie analizy – to zapobiega narzucaniu presupozycji badacza na temat rzeczywistości, szukania na siłę w niejednoznacznych obrazach potwierdzeń wcześniej przyjętych tez, czy nawet narzucania specyficznej (np. genderowej) siatki pojęciowej na neutralny materiał wizualny.

Podsumowując, co najmniej kilka problemów, na które napotyka badacz niejednoznacznej sfery związanej z jednostkową tożsamością, preferencjami, gustami i ocenami, decydujący się na prowadzenie swoich badań na próbie młodzieży lub młodych dorosłych (którzy często znacznie swobodniej niż w rozmowie czują się w sferze znaków niewerbalnych, obrazów i wizualnych kodów) może być rozwiązanych przez wzbogacenie badań technikami socjologii wizualnej. Wciąż trzeba jednak mieć na uwadze ograniczenia i możliwości nadużyć, jakie towarzyszą analizowaniu obrazu bez informacji zwrotnej od jego twórcy i użytkownika. Jak starałam się pokazać, te wady mogą być przewyżczone przez połączenie technik wizualnych z pogłębionym wywiadem, który uzupełnia i koryguje interpretacje badacza na temat przedmiotu badań. Przemiany kultury późnonowoczesnej, które sprawiły, że kultura wizualna jest jednym z jej kluczowych komponentów dostarczają wszak bardzo mocnych argumentów na przydatność takich metod oraz konieczność rozwijania wizualnej metodologii, by nie utracić szansy na rzetelne zbadanie tak ważnego aspektu rzeczywistości społecznej.

## Bibliografia:

- Baudrillard J. 2012, *Fotografia czyli świetlny zapis*, w: Sztompka P., Bogunia-Borowska M. (red.), *Fotospołeczeństwo. Analiza tekstów z socjologii wizualnej*, Kraków: Znak
- Banks M. 2009, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa: PWN
- Berger J. 2011, *Zrozumieć fotografię*, w: Frąckowiak M., Olechnicki K. (red.) *Badania wizualne w działaniu*, Warszawa: Bęc Zmiana
- Bogunia-Borowska M. (red.) 2009, *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, Warszawa: Scholar
- Clark-Ibanez M. 2011, *Kadrowanie świata społecznego przy użyciu wywiadu fotograficznego*, w: Frąckowiak M., Olechnicki K. (red.) *Badania wizualne w działaniu*, Warszawa: Bęc Zmiana
- Crane D. 2000, *Fashion and its social agendas. Class, gender, and identity in clothing. London and Chicago*, The University of Chicago Press; wyd. polskie: Sztompka P., Bogunia-Borowska M. (red.) 2012, *Fotospołeczeństwo. Wybór tekstów z socjologii wizualnej*, Kraków: Znak.
- Davis L. 1987, *Consumer Use of Label Information In Ratings of Clothing Quality and Clothing Fashionability*, w: "Clothing and Textiles Research Journal" 6
- Drozdowski R. 2009, *Obraza na obrazy. Strategie społecznego oporu wobec obrazów dominujących*, Poznań: Zysk i S-ka
- Entwistle J., Rocamora A. 2006, *The Field of Fashion Materialized: A Study of London Fashion Week*, "Sociology" 40(4).
- Featherstone M. 1996, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, w: Nycz R. (red.), *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Kraków: Wydawnictwo Baran i Suszczyński
- Featherstone M. 2001, *Koncepcje kultury konsumenckiej*, w: Lambkin M., Foxall G., van Raaij F., Heilbrunn B. (red.) *Zachowania konsumenta. Koncepcja i badania europejskie*, Warszawa: PWN
- Frąckowiak M., Olechnicki K. (red.) 2011, *Badania wizualne w działaniu*, Warszawa: Bęc Zmiana
- Frąckowiak M. 2012, *Jak obejrzeć tysiąc zdjęć na raz? O narzędziach kategoryzacji obrazów fotograficznych w projekcie „Niewidzialne Miasto”*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 8(1)
- Harper D. 1986, *Meaning and Work: A study in Photo-elicitation*, "Current Sociology" 34(3)
- Jacyno M. 2011, *Dekonstrukcja i plenięcie się podmiotu. Nowe tryby upodmiotowienia w zwyczajnej kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 55.
- Kaczmarek J. (red.) 2004, *Do zobaczenia. Socjologia wizualna w praktyce badawczej*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM
- Krajewski M. 2011, *Miasto. Na tropach tego, co niewidzialne*, „Przegląd Socjologiczny” 2-3
- Koseła K. 1989, *Wywiad z interpretacją fotogramów*, w: Sułek A., Nowak K., Wyka A. (red.), *Poza granicami socjologii ankietowej*, Warszawa: Instytut Socjologii UW i PTS Oddział Warszawski
- Lutz C., Collins J. L. 1993, *Reading National Geographic*, Chicago: University of Chicago Press
- Olechnicki K. 2003, *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*, Warszawa: Oficyna Naukowa

- Olechnicki K. 2009, *Badanie fotoblogów jako badanie codzienności*, w: Bogunia-Borowska M. (red.), *Barwy codzienności*, Kraków: Znak
- Pauwels L. 2011, *Zwrot wizualny w badaniach i komunikacji wiedzy. Kluczowe problemy rozwijania kompetencji wizualnej w naukach społecznych* [w:] Frąckowiak M., Olechnicki K. (red.) *Badania wizualne w działaniu*, Warszawa: Bęc Zmiana
- Pink S. 2009, *Etnografia wizualna. Obrazy, media i przedstawienie w badaniach*, Kraków: Wydawnictwo UJ
- Silverman, D. 2009, *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa: PWN
- Sułek A., Nowak K., Wyka A. (red.) 1989, *Poza granicami socjologii ankietowej*, Warszawa: Instytut Socjologii UW i PTS Oddział Warszawski
- Sztompka P. 2006, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Warszawa: PWN
- Sztompka P., Bogunia-Borowska, M. (red.) 2008, *Socjologia codzienności*, Kraków: Znak
- Sztompka P., Bogunia-Borowska, M. (red.) 2012, *Fotospołeczeństwo. Analiza tekstów z socjologii wizualnej*, Kraków: Znak
- Thompson C. J., Haytko D. L. 1997, *Speaking of Fashion: Consumer's Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings*, "Journal of Consumer Research" 24
- Willis P. 2002, *Symbolic Creativity*, w: Highmore B. (red. ), *The Everyday Life Reader*, London: Routledge
- Woodward I. 2001, *Domestic Objects and the Taste Epiphany : A Resource for Consumption Methodology*, "Journal of Material Culture" 6
- Woodward S. 2008, *Digital Photography and Research Relationships: Capturing the Fashion Moment*, "Sociology" 42.
- Žižek S. 2009, *Przekleństwo fantazji*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego

**Gabriela Żuchowska-Zimnal** – doktorantka w Instytucie Socjologii UJ, gdzie pod kierunkiem prof. dr hab. Krystyny Romaniszyn pracuje nad dysertacją pt. „Ubiór jako narzędzie konstruowania i komunikowania tożsamości jednostkowej w kulturze ponowoczesnej” w ramach grantu, który otrzymała w konkursie PRELUDIUM Narodowego Centrum Nauki. Przewodnicząca Komisji Kultury Towarzystwa Doktorantów Uniwersytetu Jagiellońskiego i członek Komisji Rewizyjnej samorządu doktorantów (Rady TD UJ). Autorka artykułów naukowych i tłumaczka literatury naukowej. Zainteresowania: socjologia kultury, konsumpcji, mody i życia codziennego, ponowoczesne tożsamości i style życia.