

**Agata Czajkowska**

Uniwersytet Łódzki

ORCID: 0000-0002-1933-3329

Etnografia wizualna w badaniach edukacyjnych

Artykuł przedstawia ogólny zarys teorii i praktyki badań wizualnych w edukacji. Przybliży etnografię wizualną jako jedną z dostępnych metodologii badawczych oraz wybrane techniki zbierania danych. Próba prześledzenia zastosowań metodologii wizualnej wskazuje, że obrazy mogą stanowić podstawę analizy poglądów społecznych i kulturowych oraz procesu postrzegania zjawisk przez uczniów, studentów, nauczycieli, edukatorów czy członków innych społeczności związanych z edukacją. Poruszone zostały także kwestie etyczne związane z publikowaniem danych wizualnych, takie jak anonimowość czy zakres wynegocjowanej konstrukcji znaczeniowej. W głównych refleksjach podkreślono znaczenie etnografii wizualnej jako kluczowej metodologii pozyskiwania bogatych danych, które umożliwiają dostęp do przestrzeni edukacyjnych, jak również znaczenie technik partycypacyjnych w gromadzeniu danych oraz roli technologii jako niezaprzeczalnego „uczestnika” procesu badawczego.

Słowa kluczowe: etnografia wizualna, badania wizualne, edukacja, etyka, gromadzenie danych

Visual ethnography in educational research

This article provides an overview of the theory and practice of visual research in education. It introduces visual ethnography as one of the available research methodologies and selected data collection techniques. The attempt to trace the applications of visual methodology shows that images can be the basis for analyzing social and cultural views and the process of perceiving phenomena by pupils, students, teachers, educators or members of other communities related to education. Ethical issues related to the publication of visual data, such as anonymity or the scope of the negotiated construction of meaning, are also addressed. The main reflections highlighted the importance of visual ethnography as a key methodology for capturing rich data to access educational spaces, as well as the importance of participatory techniques in data collection and the role of technology as an undeniable “participant” in the research process.

Keywords: visual ethnography, data gathering, education, ethics, visual research

Dyskurs wizualny

Metody badań wizualnych są szeroko opisywane w literaturze jako te, które wykorzystują media, takie jak fotografia lub wideo, stanowiące główny element ich zbioru danych. Sam termin „badania wizualne” zagościł już w wielu dyscyplinach, które zajmują się wytwarzaniem, wykorzystywaniem i analizowaniem obrazów (przede wszystkim fotografii). Możemy mówić m.in. o socjologii wizualnej, antropologii wizualnej czy etnografii wizualnej. Bliższe zapoznanie się z tematyką badań wizualnych pokazuje jednak, że różne rodzaje badań, umieszczanych pod szyldem „wizualności”, mają ze sobą niewiele wspólnego – poza fundamentem, jakim jest zainteresowanie obrazem. Owa niespójność wynika przede wszystkim z różnych podejść w generowaniu, wykorzystywaniu i analizowaniu materiałów wizualnych – każda z dyscyplin korzysta z własnego teoretycznego i metodologicznego zaplecza. Jak dowodzą Emmison i Smith (2000), niektóre typy badań wykorzystują dane wizualne do zaprezentowania ważnych teoretycznie tez, opracowanych tylko dzięki metodologiom opartym na źródłach wizualnych. Inne typy badań z kolei, stanowiące większość w tym względzie, stosują materiały wizualne wyłącznie jako ilustrację.

Od momentu ich zaistnienia pod koniec lat 70. XX wieku (Stasz, 1979), intencją metod wizualnych stała się swoista próba zrównoważenia sił pomiędzy badaniem a badaczem, a przy tym zaakcentowanie, że aktywne zaangażowanie uczestników w proces badawczy ma potencjał tworzenia nowych możliwości w tworzeniu wiedzy i rozwoju metodologicznym (Knoblauch i in., 2008; Warren, 2005). Wartość obrazów w procesach badawczych jest zakorzeniona w ich przenikliwej roli, jaką odgrywają w naszej wyobraźni, technologiach, tekstach i rozmowach, a bardziej bezpośrednio w sposobie, w jaki informują one o osobowościach osób, narracjach, stylach życia, kulturach i społeczeństwach. W badaniach obrazy inspirują rozmowy (m.in. dzięki zastosowaniu takich metod, jak fotoelicytacja¹ czy *Photovoice*²), gdyż posiadają potencjał przywołania z pamięci

¹ Termin *photo-elicitation* jest w literaturze przedmiotu tłumaczony na kilka sposobów: jako „wywiad z użyciem fotografii”, „wywiad stymulowany fotograficznie”, „wywiad z wywołaniem fotograficznym”. W niniejszym tekście posługuję się terminem „fotoelicytacja”, akcentując wizualno-symboliczną stronę tego procesu jako metody komunikacji w procesie badawczym. Fotoelicytację można traktować jako wariant „fotografii uczestniczącej” – metoda ta polega na włączeniu fotografii w proces wywiadu. Zastosowanie tego nośnika jest regulowane przez badacza i może obejmować zdjęcia archiwalne (jako materiały zastane) lub zdjęcia wykonane przez samego badacza na potrzeby badania (jako materiały wywołane).

² *Photovoice* jest techniką, która pozwala uczestnikom na wykonywanie zdjęć, odnoszących się do istotnych punktów w ich doświadczeniach życiowych i zdjęć, które przedstawiają szczegóło-

doświadczeń, które są nieuniknioną częścią środowisk, w których żyjemy i prowadzimy badania (por. Pink, 2013).

Aby zrozumieć znaczenie obrazu, badacze wizualni przyglądają się konwencjom tekstowym, które konstruują jego znaczenie. Obejmują one sposób, w jaki fotografowany jest obiekt, oraz optykę, za pomocą której obraz wywołuje określony sposób widzenia (Rose, 2001). Gillian Rose (2001) określa formowanie obrazu jako dyskursywne. Warunki instytucjonalne, w których obraz jest wytwarzany, rodzaje wiedzy, które są konstruowane, a także wpływ obrazu na badacza lub widza, są również kluczowe w analizie wizualnej. Z kolei Sarah Pink (2012, 2013) twierdzi, że aby interpretować obrazy, musimy niejako intuicyjnie zaangażować się w zrozumienie naszych własnych relacji z nimi. Oznacza to, że nasze usytuowanie w roli, jako *insider* (wtajemniczony) lub *outsider*, względem kultury, w której powstaje obraz, może odgrywać kluczową rolę w kształtowaniu naszych interpretacji obrazu. W ten sposób jej metoda zachęca nas do refleksji na temat tego, kim jesteśmy, gdy interpretujemy znaczenia związane z tekstem wizualnym (do jakich własnych schematów odwołujemy się w tym procesie). Twierdzi, że badania wizualne to teoretycznie świadomy sposób rozumienia rzeczywistości społecznej oraz formułowania pytań i rozwiązywania problemów. Krótko mówiąc, krytyczne, angażujące i refleksyjne podejście do badania obrazów i zmian społecznych ma kluczowe znaczenie dla interpretacji wizualnej.

Przegląd dotychczasowych tradycji badań wizualnych pozwala wyodrębnić cztery podejścia w wykorzystywaniu materiałów wizualnych (Emmison i Smith, 2000):

1. Generowanie i wykorzystywanie fotografii jako dodatkowych nośników dokumentujących procesy społeczne i kulturowe – reprezentantami tego podejścia są głównie badacze zorientowani etnograficznie, antropologowie i socjologowie jakościowi (zob. m.in. Bateson i Mead, 1942; Chomczyński, 2017; Ferenc, 2007; Konecki, 2005, 2012; Nowotniak, 2012; Redfield, 1955).
2. Analizowanie istniejących, przede wszystkim komercyjnych obrazów (np. reklam) dla ustalenia swoistych kodów kulturowych bądź ideologii – podejście to reprezentują badacze zorientowani semiotycznie z obszaru studiów kulturowych (zob. m.in. Barrett, 1986; Goffman, 1987; Spitzer, 1980).

wą narrację dotyczącą sytuacji grupowej lub pojedynczego tematu. Zasady leżące u podstaw tego podejścia obejmują *empowerment* i refleksję, a także zapewnienie równowagi w relacji między badaczem a uczestnikiem badania. Siła obrazu wizualnego może ułatwić płynną i jasną komunikację doświadczeń życiowych, wiedzy specjalistycznej i wiedzy potocznej. Jak dotąd, *Photovoice* okazał się popularną i elastyczną metodologią w badaniach życia z trudnościami, szczególnie w dziedzinie życia z HIV, niepełnosprawnością i negatywnymi doświadczeniami imigracyjnymi (zob. m.in. Streng i in., 2004; Rhodes, 2006; Jurkowski i Paul-Ward, 2007).

3. Analizowanie praktyk wizualizacji naukowej oraz wizualizacji informacji (tzw. InfoVis)³, w tym przede wszystkim sposobów wykorzystania diagramów, szkiców, rysunków, map w badaniach naukowych i przekazie naukowym – niniejsze podejście jest reprezentowane przez etnometodologów i konstruktywistów, badających naukę jako wytwór społeczny (zob. m.in. Chen, 2005; Kerren i in., 2008; Manovitch, 1995, 2002).
4. Wykorzystywanie nagrań wideo w celu dokumentowania naturalnie występujących interakcji społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji zapośredniczonej przez technologię – podejście to wywodzi się z tradycji analizy konwersacyjnej.

Zdecydowana większość dotychczasowych prac badawczych ogniskuje się wokół pierwszego i drugiego podejścia, które związane są z wykonywaniem oraz interpretowaniem fotografii, co dla wielu badaczy stanowi standaryzacyjny element badań wizualnych. W niniejszym tekście rozważania będą koncentrowały się na podejściu pierwszym i przybliżają etnograficzne wykorzystanie fotografii na tle badań związanych z edukacją.

Etnografia wizualna

Naukowcy zajmujący się edukacją, podobnie jak inni członkowie szerszej społeczności nauk społecznych, gdy pracują z badaniami wizualnymi, uosabiają kulturę wizualną, w której żyją (Rose, 2013). Warto zastanowić się, jak możemy udoskonalić nasze podejścia badawcze w przyszłości, aby lepiej rozumieć nieświadome i świadome formy wizualizacji.

Już w 2001 roku Gustavo E. Fischman zwrócił uwagę na to, że badania wizualne zajmują marginalne miejsce w dyskursach edukacyjnych: „Poleganie na słowach i liczbach wśród badaczy zajmujących się edukacją oraz ogólna tendencja do odrzucania obrazów jest uogólniona w ramach tradycji akademickich, tradycji teoretycznych i metod badawczych” (Fischman, 2001, s. 28). W społeczności nauk społecznych nadal uważa się, że w przypadku badań wizualnych badacze „zupełnie nie zdają sobie sprawy z ich istnienia lub potencjału” (Pauwels i Margolis, 2011, s. 3). Niemniej, w ciągu ostatniej dekady ciekawość dotycząca badań wizualnych w naukach społecznych wzrosła zasadniczo, choć w większości przypadków nadal sytuuje materiały wizualne w roli matrycy ilustracyjnej – pomijając ich dalece bogatszy i wyzwalający potencjał. Rose (2001, s. 15–16) opowiada się za tym, by badacz poruszający się w obszarze badań wizualnych:

³ W przeciwieństwie do wizualizacji naukowej wizualizacja informacji wykorzystuje najczęściej dane nienumeryczne, opisowe i wielowymiarowe (Chen, 2005).

1. Poważnie podchodził do obrazów – bardzo uważnie należy przyglądać się przedstawieniom wizualnym, ponieważ nie można ich w całości zredukować do kontekstu. Oddziaływanie obrazów wizualnych ma określone skutki – dotyczy to wszystkich wariantów pracy z obrazem: wizualnych materiałów zastanych (pochodzących od badacza czy też pochodzących od badanych) oraz wizualnych materiałów wywołanych (przez badacza czy przez badanych).

2. Rozważał uwarunkowania społeczne i oddziaływania obiektów wizualnych – praktyki kulturowe, jakimi są przedstawienia wizualne, zarówno zależą od społecznych systemów inkluzji i ekskluzji, jak i wytwarzają je, a zatem krytyczna analiza musi uwzględniać obie te praktyki, ich znaczenie kulturowe oraz społeczne oddziaływanie.

3. Brał pod uwagę własny sposób patrzenia na obrazy – sposoby widzenia są zmienne historycznie, geograficznie, kulturowo i społecznie, w związku z czym ludzkie postrzeganie nie jest ani naturalne ani niewinne.

Badacze zajmujący się edukacją powinni zadbać o miejsce dla etnografii wizualnej nie tylko dlatego, że taka metodologia uwzględnia jakościowe podejście do ludzkich zachowań, ale również z tej przyczyny, że poszerza zakres rozumienia procesów edukacyjnych. Popularne stwierdzenie, iż „jeden obraz jest wart tysiąca słów” wyraża ideę, że obraz jest przepełniony znaczeniami. Sugeruje tym samym, że owo znaczenie jest zwykle trudne do opisanie słowami, a fotografie czy inne przedstawienia wizualne są sposobem na wzbogacenie dzielenia się w procesie badawczym spostrzeżeniami, poglądami, opiniami czy wnioskami. Ponadto słowa mogą być czasami niedostępne lub zbyt łatwo błędnie interpretowane, co czyni obrazy alternatywnym źródłem komunikacji. Przedstawienia wizualne mogą z powodzeniem rejestrować złożone zachowania ludzi i ich otoczenia (obrazy mogą łatwo wywoływać uczucia i reakcje badanych). Wykorzystanie wizualizacji w badaniach jakościowych pozwala niejednokrotnie na stworzenie pomostu werbalizacji. Obrazy stworzone przez badacza i/lub uczestników badania mogą stanowić rdzeń analizy poglądów i spostrzeżeń w wymiarze społecznym i kulturowym.

W celu zrozumienia etnografii wizualnej należy zająć się kluczowymi cechami etnografii jako metodologii badawczej. Historyczne tło tej metodologii sięga końca XIX i początku XX wieku i jest zakorzenione w antropologii (LeCompte i Preissle, 2003). John van Maanen (1988) stwierdza, że w tego rodzaju badaniu jakościowym badacz bada całą grupę kulturową lub społeczną w jej naturalnym otoczeniu, w tym bada zwyczaje i sposoby życia, w celu opisanie i interpretacji kulturowych wzorów zachowań, wartości i praktyk. Bardziej szczegółową analizę celu etnografii podają Scott Reeves, Ayelet Kuper i David Hodges (2008). Wskazują, że głównym celem etnografii jest zapewnienie bogatego, całościowego wglądu w opinie i działania ludzi, a także w naturę (czyli widoki, dźwięki) miejsca,

w którym żyją, poprzez zebranie szczegółowych obserwacji i wywiadów. Chociaż to założenie uwzględnia kluczową rolę kontekstu, wyraźnie ogranicza różne metody, które można zastosować w badaniu. Dopiero otwarcie się na inne sposoby gromadzenia danych stwarza przestrzeń dla roli wizualizacji w etnografii.

Etnografię wizualną można rozumieć jako badanie form wizualnych i systemu wizualnego w ich kontekście kulturowym (Banks, 1998). Marcus Banks (2007) argumentuje, że istnieją istotne powody, dla których ta metodologia zasługuje na miejsce w badaniach jakościowych, i wskazuje na następującą kwestię: obrazy są zawsze obecne w społeczeństwie, zatem ich reprezentacja powinna zostać uwzględniona we wszystkich badaniach społecznych, zaś badanie obrazów na etapie gromadzenia danych może ujawnić rozumienie, które mogłoby nie być dostępne w inny sposób.

Należy zauważyć, że etnografia wizualna nie jest niezależna od etnografii. Rzeczywiście, podobnie jak badania etnograficzne bywają powiązane z takimi przejawami, jak obrazy, technologia i sposoby patrzenia na wiedzę, etnografia wizualna stara się sprowokować głębsze refleksyjne zaangażowanie tych elementów w etnograficzne poszukiwania sensu i zrozumienia w procesach edukacyjnych (Pink, 2013). Etnografia wizualna jest metodologią badawczą, która przynosi teorię i praktykę wizualnych podejść do uczenia się i wiedzy o świecie oraz przekazywania ich innym (Pink, 2013, s. 6). W tym przypadku metody stosowane do gromadzenia danych służą celom badań, a nie badania podporządkowują się celom metod wybranych dla tego procesu (McGuigan, 1997).

Jako ostatni punkt dotyczący etnografii wizualnej Pink (2013) wymienia znaczenie podejścia zwrotnego, które wspiera tę metodologię. Badacz powinien być kanałem, poprzez który konstruowana jest rzeczywistość jednostki. Jednak jasne jest, że rzeczywistość nie istnieje obiektywnie i nie jest opisywalna za pomocą metod naukowych – rzeczywistość jest subiektywna i znana jedynie w formie doświadczanej przez jednostki. Refleksyjne podejście zajmuje w procesie badawczym centralne miejsce, dzięki czemu badanie wyraźnie koncentruje się na tym, jak powstaje wiedza etnograficzna na temat tego, jak jednostki doświadczają rzeczywistości – istotna jest tutaj intersubiektywność między badaczami a ich kontekstem badawczym (Pink, 2013, s. 36).

Techniki gromadzenia danych wizualnych

Techniki wizualne mogą być stosowane w wielu miejscach i przestrzeniach, jako alternatywa dla bardziej tradycyjnych metod i mogą być szczególnie przydatne jako sposób skutecznego angażowania w badanie trudno dostępnych grup (np. subkultury młodzieżowe) czy grup z trudno dostępnych terenów. Ponadto,

mogą pomóc w wywołaniu opinii i umożliwić rozbudzenie wyobraźni podczas rozmowy, oferować alternatywy dla tradycyjnych grup dyskusyjnych, wciąż zapewniać będą przy tym możliwość uzyskania różnorodnych informacji o charakterze jakościowym od uczestników. Znajdują również zastosowanie w ramach warsztatów, zapewniają działania oparte na zadaniach, tak aby członkowie grupy pracowali i myśleli wspólnie (np. techniki takie jak *mind mapping*, test kreskówek, kolaże, tablice koncepcyjne).

Istnieje wiele różnych metod prowadzenia etnografii wizualnej. Badacze powinni dokonywać oceny przy ich wyborze poprzez analizę, które z nich są zgodne z celem badania. Etnografia wizualna nie jest rozumiana jako metoda, a raczej metodologia. Z tego powodu fotografie, rysunki, filmy i media internetowe stanowią narzędzia⁴, za pomocą których etnograf może poznawać światy innych osób.

Fotografia

Jeśli weźmiemy pod uwagę to, że żaden obraz czy praktyka wizualna nie są z natury etnograficzne (Pink, 2013, s. 73), należy wówczas podkreślić, że istotą fotografii nie jest to, co ona przedstawia, lecz nadawane temu znaczenia. Przed laty możliwość wykonywania zdjęć w terenie była ograniczona względami technologicznymi, a nawet ekonomicznymi. Zastosowanie w procesie badawczym aparatu fotograficznego wymagało możliwości zakupu urządzenia i jego precyzyjnej obsługi. Dziś nie są to już kwestie ograniczające. Wykonywanie zdjęć stało się łatwe i dostępne dla każdego (choćby dzięki smartfonom). Dzięki tej zmianie etnografowie zrobili krok naprzód, poprzez otwarcie przestrzeni do gromadzenia tego rodzaju danych. Powszechna dostępność fotografowania sprawia, że również badani mogą sami tworzyć własne reprezentacje wizualne i nie są już ograniczani do materiałów przygotowanych bądź wybranych przez badaczy.

Jednym z przykładów zastosowania fotografii w etnografii wizualnej jest wspomniana już wyżej fotoelicytacja, często znajdująca zastosowanie w bada-

⁴ Interesującą rzeczą w danych generowanych przez badania wizualne jest to, że badacz tworzy dane wizualne, które można wykorzystać do zilustrowania badań i wykazania, w jaki sposób badanie lub projekt wpłynęły na lokalną (badaną) społeczność. W celu przeprowadzenia bardziej szczegółowej analizy materiałów wizualnych warto sięgnąć po jakościowe programy badawcze, takie jak QSR NVivo i Xsight, które pomagają zarządzać, kształtować i nadawać sens nieustrukturyzowanym informacjom wytwarzanym przez techniki wizualne. Programy te mają specjalnie opracowane narzędzia do klasyfikowania, sortowania i porządkowania informacji, a oprogramowanie pozwala analizować dane wizualne i odkrywać wzorce, identyfikować motywy, budować wiedzę i wyciągać znaczące wnioski. Z kolei Transana to alternatywny, niedrogi i otwarty pakiet oprogramowania dla profesjonalnych badaczy, którzy chcą analizować cyfrowe dane wideo lub audio.

niach z udziałem dzieci (na temat tworzenia obrazów wizualnych przez dzieci i młodzież zob. Legge i Smith, 2014; , Lomax, 2012 oraz Woods, 2000; o fotoelicytacji jako technice uzupełniającej badanie z udziałem grupy studenckiej zob. Brzezińska i Wosińska, 2011). Jest to podejście, które wykorzystuje fotografię jako nośnik pewnych informacji i bazuje nie tylko na przywoływaniu konkretnych wydarzeń, ale także ich kontekstu: np. dlaczego i jak zostało zrobione zdjęcie, co ono reprezentuje, jakie myśli i uczucia wywołuje u badanego retrospektywnie, a jakie w teraźniejszości (Frith i in., 2005; zob. także English, 1988). Zaletą tego podejścia jest interakcja między badaczem a badanymi, w której sprawdzanie danych przez uczestników badania zapewnia bardziej niezawodną konstrukcję rzeczywistości. Jednym ze sposobów wykorzystania fotoelicytacji jest wariant, w którym etnograf przygotowuje zdjęcia (na potrzeby badania wykonuje je samodzielnie lub korzysta z dostępnych w różnych źródłach fotografii) i przedstawia je uczestnikom badania. Dzięki tym inicjalnie wygenerowanym materiałom badacz może pobudzić pamięć badanych, wywołać dyskusję, a nawet wykorzystać je do wywołania refleksji na marginesie doświadczenia – wokół niewidzialnych aspektów siebie i aspektów trudnych do wyartykułowania (Harris i Guillemain, 2012). Rodzaj poszukiwanych przez badacza informacji będzie określał sposób podejścia do fotografii. Jest to ta sama specyfikacja celu, która może prowadzić do wykorzystania innych metod wizualnych w etnografii.

Rysunek

Obok fotografii również rysunki mogą zostać wykorzystane jako sposób na wytworzenie wiedzy etnograficznej. W ten sam sposób, w jaki uczestnicy badania lub badacz mogą generować zdjęcia, rysunki mogą być tworzone przez jednostki lub etnografa na podstawie obserwacji. W ramach prowadzonych badań Karina Kuschnir (2016) proponuje listę jedenastu potencjalnych korzyści płynących z używania rysunku w etnografii:

1. Rysunek jest dostępnym, bardzo tanim narzędziem rejestrowania danych wizualnych.
2. Szkicownik i inne narzędzia do rysowania zapewniają badaczowi wsparcie w wymiarze materialnym i psychicznym.
3. Rysunek może stanowić sposób rejestrowania i omawiania wspomnień (zarówno wspomnień badacza, jak i ich rozmówców).
4. Rysowanie może być narzędziem rozszerzania pracy w terenie, rejestrowania upływu czasu i analizowania znaczenia czasu.
5. Rysowanie jest niezbędnym narzędziem do dokumentowania i analizy informacji przestrzennych z miejsc badawczych (mapy, trasy, widoki i panoramy).

6. Rysunek może „odświeżyć” spojrzenie obserwatora poprzez generowanie nowych punktów widzenia, pozwalających zrozumieć „tubylców”.

7. Rysunek pomaga obserwatorowi zobaczyć i usłyszeć nowe rzeczy.

8. Różne rodzaje rysunków (w tym diagramy) mogą pomóc rejestrować i dokumentować nie tylko przedmioty i informacje wizualne, ale także abstrakcyjne pojęcia, takie jak emocje, motywacje i relacje społeczne.

9. Rysunek wspomaga rozmowy badacza i jego rozmówców, generuje bliskość i empatię.

10. Rysowanie w trakcie pracy w terenie może generować dialog i wspólne badania.

11. Rysunkowe noty terenowe dostarczają danych wizualnych do dzielenia się wynikami badania, a także chronią anonimowość informatorów.

Wszystkie te korzyści można łatwo przenieść do rzeczywistości szkolnej – rola interakcji oraz rysowanie na zajęciach mają dużą wartość pedagogiczną (jako przykład wykorzystania rysunku w badaniach edukacyjnych zob. Bland, 2018). Ponadto rysowanie pozwala uczniom/uczestnikom badania wyrazić swoje uczucia i pomysły, rysunek służy także jako środek do komunikowania się z innymi, umożliwia zrozumienie ludzkich zachowań. Ciekawym aspektem tego rodzaju reprezentacji jest fakt, że rysunki wywołują u uczestników świadomość sensoryczną. Ich użycie wyzwało u badanych uzyskanie dostępu do różnych sposobów rozumienia i odczuwania, które nie są łatwo dostępne słowami (Harris i Guillemain, 2012). W rzeczywistości, ten związek między wizualnością a zmysłami doprowadził do wyodrębnienia etnografii sensorycznej (Pink, 2012). Pink podkreśla kluczową rolę przywoływania zmysłów w badaniach oraz „zwrot sensoryczny” z jego głębokim wpływem na koncepcję badań wizualnych; oraz zauważa, że taka zmiana spowodowała ponowne przemyślenie badań nad kulturą wizualną z uznaniem powiązań między wzrokiem a innymi zmysłami. Otworzyła przestrzeń do włączenia ciała, emocji i zmysłów, które wzbogacają proces tworzenia znaczeń w etnografii i przywołują bardziej holistyczną i pełną rzeczywistość. Bez wątplenia włączenie rysowania do badań może otworzyć bogatą przestrzeń do analizy. Dla uczestników badania, którzy lubią rysować, ta metoda stanowi szczególne podkreślenie ich roli w badaniach. W przypadku niektórych rysunek może być nawet ekspresyjnym sposobem na uwolnienie się od stresu oraz udokumentowanie emocji, które trudno wyrazić.

Film

Kolejną techniką pozyskania materiałów wizualnych jest filmowanie. Może ono przybierać różne formy w badaniach etnograficznych. Różnorodność ta obejmuje rejestrowanie nagrań przez badacza, analizę nagrań wraz z uczestnikami czy nagrywanie konkretnych sytuacji i wydarzeń przez uczestników badania. Jednak żaden z filmów nie jest etnograficzny sam w sobie, przyjmuje tę formę dopiero wtedy, gdy zostanie uwzględniony w badaniach etnograficznych (zob. m.in. Banks i Morphy, 1997; Pink, 2013). David MacDougall (1998) stwierdza, że film jest w stanie przedstawić złożone sieci obrazów, w których rozumie się różnorodne, niejednoznaczne konstrukcje kulturowe i rezonanse społeczne. Ponadto filmy są praktycznymi narzędziami, które pozwalają rejestrować proces badawczy przez długi czas, a równoległe do możliwości wykorzystania fotografii zastanych, smartfonów i aparatów cyfrowych sprawiły, że dane wizualne są jeszcze bardziej dostępne, niż miało to miejsce wcześniej. Niemniej jednak, niektórzy badacze (zob. m.in. J. Collier i M. Collier, 1986) odrzucają możliwość zastosowania filmu do celów badawczych i argumentują, że z uwagi na obecną w procesie jego powstawania selektywność, film traci na prawomocności jako zapis obserwacyjny. Takiemu podejściu Pink (2013, s. 117) stawia trzy uwagi krytyczne. Po pierwsze, ludzie, którzy są filmowani, nigdy nie występują w formie „nienaruszonej” czy stuprocentowo naturalnej, a uzyskany materiał nieuchronnie podlega konstruowaniu. Po drugie, wiedza powinna być wytwarzana podczas negocjacji między uczestnikami badania a badaczem, nie istnieje ona w postaci obserwowalnych faktów, które można nagrać, zapisać i zabrać do domu lub biura. Wreszcie, „etnograficzność” nagrań jest uzależniona od kontekstu, nie zaś od ich treści czy intencjonalności twórcy – film nabiera cech etnograficzności, gdy badacz uzna, że zawiera on informacje mieszczące się w jego zainteresowaniach badawczych (pod tym względem filmem etnograficznym mogą być zarówno filmy nagrane przez badacza, filmy zarejestrowane dla badacza przez uczestników badania czy nagrania zastane pochodzące z różnych, zewnętrznych źródeł). Istotą filmu jako techniki wizualnej jest zatem możliwość udokumentowania kompletnych narracji życia społecznego i interakcji społecznych (jako przykład zastosowania filmów w badaniach edukacyjnych zob. Xu, Widjaja i Ferguson, 2018).

Internet

Internet zmienił sposób, w jaki się komunikujemy, uczymy, utrzymujemy kontakty towarzyskie i otrzymujemy informacje, nic więc dziwnego, że wywiera także wpływ na sposób prowadzenia badań. Może być traktowany jako środowisko

lub niewidzialna struktura, która przenika niecyfrowe rzeczywistości i materialności (Pink, 2013, s. 131). Koncepcja mediów internetowych wiąże się z metodą, która łączy wytwarzanie obrazów, manipulowanie nimi, przeglądanie ich i publikowanie. Wszystkie elementy materialne mogą być dzięki mediom internetowym obecne w środowisku wirtualnym, w którym różne grupy społeczne prezentują np. swoje zwyczaje i sposoby życia. W związku z tym zachowania grup, ich wartości i praktyki można z pewnością przeanalizować za pomocą soczewki etnograficznej. Media internetowe wyraźnie odnoszą się do określonych sieci społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, Snapchat, Pinterest i Twitter. Sieci te mają różne strategie nawiązywania relacji – „oferują” możliwość nawiązywania relacji tylko z osobami, z którymi chcemy się kontaktować, możliwość blokowania kontaktów z wybranymi osobami lub instytucjami, możliwość ukrywania informacji, udostępniania ich w trybie na żywo, możliwość wysyłania SMS-ów, zdjęć lub wysyłania wiadomości audio oraz możliwość obserwowania konkretnych osób czy grup.

W przypadku mediów internetowych, mimo sceptycyzmu co do braku bezpośredniego kontaktu między badaczem a badanym, istnieją wyraźne możliwości uzyskania bogatego, całościowego wglądu w poglądy i działania ludzi oraz charakter lokalizacji, w której żyją, poprzez zgromadzenie szczegółowych obserwacji i wywiad. Wirtualną interakcję należy rozumieć jako odmienną, ale nie mniej znaczącą. Wirtualne badania zwracają uwagę na wypowiedzi werbalne, mimikę, ton głosu, mowę ciała i wrażenia zmysłowe płynące z otoczenia. Ponadto umożliwiają zintegrowanie wizualnych aspektów hipermediów, takich jak m.in. użycie informacji tekstowych, dźwięków, emotikonów, zdjęć, filmów, kolorów, układu strony, grafiki czy skryptu technologicznego witryny (Ardévol, 2012, s. 78).

Technologia zmienia się nieustannie i jest nieprzewidywalna. Niemal niemożliwe jest spekulowanie, w jakim stopniu będzie nadal wpływać na relacje społeczno-kulturowe i konstrukcje znaczeniowe. Niemniej jednak, nawet jeśli badacze nie mają żadnego doświadczenia we wdrażaniu metod wizualnych z wykorzystaniem Internetu, nie powinni zamykać drzwi przed możliwościami wyjścia poza tradycyjne metodologie. Elisenda Ardévol (2012, s. 76) dowodzi, że włączenie Internetu do badań etnograficznych zapewnia warunki do studiowania kolektywów, które byłyby praktycznie niedostępne bez użycia takiej technologii. Twierdzenie to jest solidnym argumentem, który pokazuje wpływ Internetu na badania społeczne i akcentuje jego zalety: komunikację z uczestnikami, którzy mają ograniczony czas lub ograniczone możliwości logistyczne bądź ekonomiczne na spotkanie; bezpośrednio rejestrowanie informacji wysyłanych za pośrednictwem poczty elektronicznej, co może stanowić oszczędność czasu dla badacza, ponieważ transkrypcje nie są wówczas konieczne; a nawet masową rekrutację uczestników badania.

Przykładem roli Internetu w edukacyjnych przestrzeniach badawczych jest badanie przeprowadzone przez Daniela Kilburna i Jonathana Earleya (2015), w którym przedstawiono adaptację grup fokusowych za pomocą internetowej platformy do zamieszczania komentarzy, stanowiącej medium do dyskusji między uczestnikami. Kluczową częścią tych badań było wykorzystanie wirtualnej przestrzeni jako środka do prowadzenia grupowej dyskusji w odpowiedzi na wstępne ustalenia. Uczestnikami byli studenci studiów doktoranckich na początku swojej kariery zawodowej. Autorzy stwierdzili, że „udzielanie komentarzy na stronie internetowej posiada potencjał jako środek ułatwiający zaangażowanie uczniów w e-badania edukacyjne, szczególnie gdy parametry, takie jak odległość, czas czy dostęp do transportu są powszechnymi ograniczeniami” (Kilburn i Earley, 2015, s. 288).

Kilka refleksji wokół etnografii wizualnej

Jak każda inna metodologia badań, etnografia wizualna nie jest pozbawiona wyzwań. Dlatego rozpoznawanie pułapek etycznych pomaga badaczom uniknąć podstawowych błędów. Uczestnicy badania mają prawo zachować anonimowość i wybrać informacje, które mają zostać uwzględnione lub pominięte w raporcie. Refleksja nad doświadczeniem uczestnika w badaniu, w którym wykonywane są zdjęcia i rysunki, prowadzi do pytania: co jeśli uczestnicy postanowią podzielić się swoimi doświadczeniami z badaczem, a jednocześnie ograniczyć go, aby nie udostępnił ich w żadnym z raportów? Zagraża to badaniu, ponieważ naukowiec nie będzie mógł udostępnić ani upubliczniać rdzenia tego rodzaju badań. Badacz może poczynić pewne ustalenia ustnie, jednak żadne słowa nigdy nie będą tak wyraziste, jak przedstawienie wizualne. Szczególnie ważne jest, aby naukowcy poszukiwali przekonujących strategii i stosowali je w celu uzyskania pełnej zgody. Oprócz tego problemu istotne jest również zrozumienie tzw. otwartego dostępu i domeny publicznej. Ważnym pytaniem, na które należy odpowiedzieć, jest to, czy z fotografii i filmów znajdujących się w przestrzeniach o otwartym dostępie, takich jak Youtube i Instagram, można korzystać bez zgody uczestników. Z tym konfliktem związana jest anonimowość. Jak badacz może obiecać i uszanować tę obietnicę anonimowości, gdy zdjęcia i filmy pokazują wskazówki i szczegóły dotyczące uczestników? „Rozmycie” twarzy nie wystarczy, gdy istnieje tło pełne szczegółów, które mogą wskazywać na to, kim jest osoba lub grupa, którą przedstawia zdjęcie czy film. Budynki i krajobrazy to także wskazówki, które ułatwiają potencjalnym odbiorcom określenie danych osobowych. A co, jeśli twarz i ciało uczestnika jest mapą pełną informacji, które należy uwzględnić w celu in-

terpretacji i konstruowania badanej rzeczywistości? Po raz kolejny okazuje się, że pisanie i czytanie słów nigdy nie będzie tym samym, co reprezentacja wizualna.

Gdy zastanawiamy się nad implikacjami dla praktyki, powinniśmy być świadomi, że obrazom musi towarzyszyć solidna rozmowa między badaczem a badanym. Pink zauważa, że kiedy ludzie używają fotografii, aby opowiadać historie o swoich doświadczeniach, tożsamościach czy działaniach, obrazy te zostają osadzone w osobiście i kulturowo określonych narracjach (2013, s. 96). Implikacja dla praktyki wymaga uznania, że chociaż obrazy reprezentują doświadczenia i idee w sposób, w jaki słowa nie mogą, nie czyni ich to jednak lepszym medium (Pink, 2013). Rzeczywiście, chociaż wizualizacje mają istotny związek ze słowami, nie można ich zastąpić żadną dyskusją teoretyczną. Kolejną kluczową rekomendacją jest świadomość trzech sposobów łączenia wizualizacji: materiałów wyprodukowanych przez uczestników, wyprodukowanych przez etnografa i koprodukowanych przez etnografa i uczestnika. Zaangażowanie uczestników w stworzenie obrazów, które nie tylko zbiorowo reprezentują ich indywidualne doświadczenia, ale także doświadczenia ich grupy w formie technik partycypacyjnych, daje przestrzeń do aktywnego włączenia się w działania w różnych społecznościach i grupach. Etnografia wizualna oparta na współpracy kładzie nacisk na zintegrowanie uczestników i badaczy jako współtwórców wiedzy, w celu opracowania autentycznych reprezentacji poglądów, obaw i przeżytych doświadczeń członków danej społeczności (O'Brien, Dhuffar i Griffiths, 2014, s. 4).

Wartość etnografii wizualnej polega na zaangażowaniu badaczy edukacyjnych w ciągłą rewizję możliwości, które mogą przynieść nowe ścieżki zrozumienia i transformacji. Pozwala również dokonać oceny, wybierając podejście i metody, które najlepiej odpowiadają badaniom potrzebnym do ciągłego doskonalenia procesów edukacyjnych. Niezależnie od rodzaju przeprowadzanych badań i stosowanych metod, ścieżka naukowców zajmujących się edukacją powinna kierować w stronę poszukiwania przestrzeni i warunków do rozwoju oraz dogłębnego zrozumienia społeczności edukacyjnych.

Bibliografia

- Ardévol E. (2012). *Virtual/visual ethnography: Methodological crossroads at the intersection of visual and internet research*. W: S. Pink (red.), *Advances of visual methodology*. London: Sage.
- Banks M. (2007). *Using visual data in qualitative research*. London: Sage.
- Banks M. i Morphy H. (1997). *Rethinking visual anthropology*. New Haven: Yale University Press.

- Banks M. (1998). Visual Anthropology. Image, Object and Interpretation. W: J. Prosser (red.), *Image-based Research* (s. 6–19). London: Routledge.
- Bland D. (2018). Using drawing in research with children: Lessons from practice. *International Journal of Research & Method in Education*, 41(3), 342–352.
- Barrett T. (1986). Teaching about Photography: Photographs and Contexts. *Art Education*, 39, 4, 33–36.
- Bateson G. i Mead M. (1942). *Balinese Character*. New York: Academy of Sciences.
- Brzezińska A.W. i Wosińska M. (2011). *Projekt Sztutowo czy Stutthof? Oswajanie krajobrazu kulturowego*. Poznań – Sztutowo: IEiAK UAM, IP UAM, Muzeum Stutthof.
- Chen C. (2005). Top 10 Unsolved Information Visualisation Problems. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 25(4), 12–16.
- Chomczyński P. (2012). *Fotografia w badaniach nad stygmatyzacją społeczną. Wnioski metodologiczne z badań nad stygmatyzacją przestępców*. Zacierpnięte 17 czerwca 2019. Strona internetowa <http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/1052/Fotografia%20w%20badaniach.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Collier J. Jr i Collier M. (1986). *Visual Anthropology. Photography as a Research Method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Emmison M. i Smith P. (2000). *Researching the Visual: images, objects, Contexts and interactions in social and cultural inquiry*. London: Sage.
- English F.W. (1988). The Utility of the Camera in Qualitative Inquiry. *Educational Researcher*, 17, 8–16.
- Ferenc T. (2007). Analiza obrazów – Przegląd metod i inspiracji teoretycznych. *Acta Universitatis Lodzensis, Folia Sociologica* 32, 5–25.
- Fischman G. (2001). Reflections about images, visual culture and educational research. *Educational Researcher*, 30(8), 28–33.
- Frith H., Riley S., Archer L. i Gleeson K. (2005), Editorial: Imag(in)ing Visual Methodologies. *Qualitative Research in Psychology*, 2(3).
- Goffman E. (1987). *Gender Advertisements*, New York: Harper & Row.
- Harris A. i Guillemin M. (2012). Developing sensory awareness in qualitative interviewing: A portal into the otherwise unexplored. *Qualitative Health Research*, 22(5), 689–699.
- Jurkowski J.M. i Paul-Ward A. (2007). Photovoice with Vulnerable Populations: Addressing Disparities in Health Promotion Among People with Intellectual Disabilities. *Health Promotion Practice*, 8(4), 358–365.
- Kerren A., Stasko J.T., Fekete J.-D. i North C. (2008). *Information Visualization*. Heidelberg: Springer.

- Kilburn D. i Earley J. (2015). Disqus website-based commenting as an e-research method: Engaging doctoral and early-career academic learners in educational research. *International Journal of Research & Method in Education*, 38(3), 288–303.
- Knoblauch H., Baer A. i Laurier E. (2008). Visual analysis: New developments in the analysis of video and photography. *Forum Qualitative Research*, 9: Article 14, 1–14.
- Konecki K. (2005). Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 1, 1. Zaczepnięte 10 lipca 2019. Strona internetowa http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/archive_pl.php
- Konecki K. (2012). Wizualna teoria ugruntowana. Podstawowe zasady i procedury. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 8, 1. Zaczepnięte 10 lipca 2019. Strona internetowa <http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org>
- Kuschnir K. (2016). Ethnographic drawing: Eleven benefits of using a sketchbook for fieldwork. *Visual Ethnography Journal*, 5(1), 103–134.
- LeCompte M.D. i Preissle J. (2003). *Ethnography and qualitative design in educational research*. San Diego: Academic Press.
- Legge M.F. i Smith W. (2014). Teacher education and experiential learning: A visual ethnography. *Australian Journal of Teacher Education*, 39(12), 95–110.
- Lomax H.J. (2012). Shifting the focus: Children's image-making practices and their implications for analysis. *International Journal of Research & Method in Education*, 35(3), 1–8.
- MacDougall D. (1998). *Transcultural cinema*. Princeton: Princeton University Press.
- Manovitch L. (1995). The Paradoxes Of Digital Photography. *Photography After Photography, Exhibition Catalog*. Zaczepnięte 6 lipca 2019. Strona internetowa http://www.manovitch.net/TEXT/digital_photo.html
- Manovitch L. (2002). *Data Visualisation as New Abstraction and Anti-sublime*. Zaczepnięte 6 lipca 2019. Strona internetowa <http://www.manovitch.net/articles>
- McGuigan J. (1997). *Cultural methodologies*. London: Sage.
- Nowotniak J. (2012). *Etnografia wizualna w badaniach i praktyce pedagogicznej*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- O'Brien V., Dhuffar M. i Griffiths M. (2014). *Collaborative visual ethnography: Practical issues in cross-cultural research*. London: SAGE Research Method Cases.
- Pauwels L. i Margolis E. (2011). *The Sage Handbook of Visual Research Methods*. London: Sage.

- Pink S. (2012). *Advances in visual methodology*. London: Sage.
- Pink S. (2013). *Doing visual ethnography*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Redfield R. (1955). *The Little Community. Viewpoints for the Study of a Human Whole*. Chicago: University of Chicago Press.
- Reeves S., Kuper A. i Hodges B.D. (2008). Qualitative research methodologies: Ethnography. *BMJ: British Medical Journal*, 337(7668), 512–514.
- Rhodes S.D. (2006). Visions and voices: HIV in the 21st century. Indigent persons living with HIV/AIDS in the southern USA use photovoice to communicate meaning. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60(10), 886.
- Rose G. (2001). *Visual Methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: Sage.
- Rose G. (2013). On the relation between visual research methods and contemporary visual culture. *Sociological Review*. Zaczepnięte 17 czerwca 2019. Strona internetowa <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-954X.12109>
- Spitzer L. (1980). Amerykańska reklama jako sztuka popularna. W: M. Głowiński (red.), *Język i społeczeństwo*. Warszawa: Czytelnik.
- Stasz C. (1979). The early history of visual sociology. W: I. Wagner (red.), *Images of Information: still Photography in Social Sciences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Streng J.M., Rhodes S., Ayala G. i in. (2004). Realidad Latina: Latino Adolescents, Their School, and a University Use Photovoice to Examine and Address the Influence of Immigration. *Journal of Interprofessional Care*, 18, 403–415.
- Warren S. (2005). Photography and voice in critical qualitative management research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(6), 861–862.
- Woods S.C. (2000). A Picture Is Worth a Thousand Words—Using Photographs in the Classroom. *Young Children*, 55, 5, 82–84.
- Van Maanen J. (1988). *Tales of the field: On writing ethnography*. Chicago: University of Chicago Press.
- Xu L., Widjaja W. i Ferguson J. (2018). Seeing through the eyes of the teacher? Investigating primary school teachers' professional noticing through a video-based research methodology. *International Journal of Research & Method in Education*, 57(1), 1–44.