



*QSR – Edycja Polska*

## *Przegląd Socjologii Jakościowej*

Tom I, Numer 1 – Grudzień 2005

---

Krzysztof T. Konecki  
Uniwersytet Łódzki, Polska

Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii  
wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej.

### **Abstrakt**

W artykule omówiono cztery główne strategie badawcze używane w socjologii wizualnej z użyciem fotografii: (1) fotografowanie jako podstawowe działanie badacza plus analiza materiałów wywołanych; (2) fotografie jako materiały zastane, przedstawiające określone obiekty o znaczeniu społecznym; (3) fotografie jako materiały zastane powiązane z materiałami wywołanymi, to jest z narracjami i komentarzami dokonany przez respondentów odnośnie pokazywanych im zdjęć; (4) użycie fotografii jako dowodu podpierającego wnioski, lub jako ilustracji dla wniosków uzyskanych z badań, w których głównymi danymi empirycznymi są teksty werbalne lub liczby. W odniesieniu do tych strategii przeanalizowano możliwości wykorzystania obrazu fotograficznego w jakościowej strategii badawczo – analitycznej zwanej metodologią teorii ugruntowanej.

### **Słowa kluczowe**

socjologia wizualna, metodologia teorii ugruntowanej, fotografia, pojęcia uczulające, kontekst odkrycia.

### **Wprowadzenie**

Fotografie są obecnie rzadko wykorzystywane w badaniach socjologicznych, choć tradycja ich używania, zarówno jako dokumentów 'udowadniających' pewne tezy, jak i materiałów analitycznych, istnieje już od przełomu wieku XIX i XX. W *American Journal of Sociology* pomiędzy rokiem 1896 a 1916 opublikowano 31 artykułów, w których użyto fotografii jako ilustracji bądź jako materiału dowodowego dla jakichś tez socjologicznych. Od 1914 roku, wraz ze zmianą redaktora, zmieniła się polityka pisma i w celu promowania bardziej 'obiektywnych', statystycznych raportów nie drukowano artykułów posługujących się fotografią (Holliday, 2000: 504). Mimo tej radykalnej zmiany polityki w tym jednym, ale niezwykle wpływowym socjologicznym piśmie, prezentowanie rozpraw socjologicznych było nadal związane z wizualizacją przedstawianych hipotez. Prawie od samego początku istnienia socjologii jako nauki akademickiej używano fotografii jako materiału empirycznego i

analitycznego, choć częściej wizualne metody reprezentacji i zapisu oraz analizy danych stosowano w antropologii kulturowej. Fotografii używano jako instrumentu społecznej analizy, szczególnie w zaangażowanej reformistycznie socjologii (zob. Becker, 1974: 3). Cywilizacja obrazu, w jakiej obecnie żyjemy, w coraz większym stopniu wymaga metod badawczych używających 'obrazu', a w konsekwencji także metod prezentacji i interpretacji danych oraz wniosków badawczych, gdzie bardzo ważną rolę pełnią określone 'wizualne wyobrażenia' pojęć oraz hipotez.

Czym jest, zatem, socjologia posiłkująca się fotografią lub nagraniem wideo, lub inną wizualną i elektroniczną formą obrazu jako metodą badawczą? Czym jest, w konsekwencji użycia takich technik badawczych, socjologia wizualna? Socjologia, z powodu silnych związków tradycją fenomenologiczną i społecznym konstrukcjonizmem, według S. Golda (1997: 3) jest dobrze dostosowana do zrozumienia, w jaki sposób różnorodne grupy ludzi interpretują wizualne wyobrażenia zgodnie z ich społecznym położeniem i społecznym kontekstem. Tak też można byłoby określić cele socjologii wizualnej, która jawi się w tym kontekście jako 'socjologia jakościowa', to jest używająca w badaniach empirycznych jakościowych metod pozyskiwania danych, ponadto dotyczy to również metod analizy danych i ich interpretacji. Socjologia wizualna wydaje się być szczególnie dostosowana do badań działania, interakcji i procesów komunikacyjnych oraz interpretacyjnych. Dlatego też jej zastosowanie w ramach tak zwanej socjologii interpretatywnej i interakcjonistycznej wydaje się czymś oczywistym. Jeśli założymy, iż świat społeczny jest konstruowany w interakcjach poprzez definicje sytuacji i uzgodnienia tych definicji przez wchodzących w interakcje ludzi, to kontekst i naoczność, współobecność i cielesność wydają się łatwe do wizualizacji. Typowe definicje sytuacji i motywy działań mogą być odczytywane z gestów, spojrzeń, ułożenia w przestrzeni fizycznej, rekwizytów, obiektów z otoczenia fizycznego sfotografowanych osób. Badacz terenowy jest zwykle blisko obserwowanych osób, grup i sytuacji. Używanie metody obserwacji, a więc i obrazu, będącego narzędziem obserwacji, do analizy takich sytuacji jest, zatem, niezbędne. Obraz pozwala łatwiej i bardziej szczegółowo zinterpretować kontekst działania podmiotu. Interpretacja, interakcja, działanie, jako trzy podstawowe pojęcia socjologii interpretatywnej, mogą być rozszyfrowane przy pomocy unaocznienia określonych kontekstów i znaczeń działań oraz interakcji w obrazie, na przykład fotograficznym lub nagraniu wideo.

Fotografia, jak i każdy inny obraz, jako materiał empiryczny wymaga odczytania. Odczytanie, tak jak widzenie obrazu, staje się jego interpretacją (Magala, 2000; Olechnicki, 2003: 213 – 276; por. także Harper, 1994: 407 - 408). Interpretacja ta może odbywać się na wielu poziomach/wymiarach (Ferrarotti, 1993: 88). Pierwszy wymiar to wymiar estetyczny dotyczący pewnych konwencji artystycznych użytych do przedstawienia fotografowanego obiektu. Jest on rzadko sytuowany w centrum zainteresowań socjologów, choć może się tak stać, gdy analizujemy społeczno historyczne uwarunkowania konwencji fotografowania i gdy socjologowie zajmują się fotografią jako sztuką (zob. Becker, 1982; Becker 2002: 341 – 343). Drugi wymiar to wymiar socjo-psychologiczny, w którym interpretacje dotyczą poziomu subiektywnego i interpersonalnego, gdy interesują nas motywy działań ludzi i ich definicje sytuacji. Trzeci wymiar to wymiar historyczno-kontekstualny, gdzie aspekt czysto indywidualny zostaje umiejscowiony w procesie historycznym i gdzie następuje synteza aspektu idiograficznego z nomotetycznym (Ferrarotti, 1993: 88). Czwarty wymiar, który można według nas dodać, to wymiar kulturowy, gdzie pewne idiomy reprezentacji określonych fotografowanych obiektów znajdują odzwierciedlenie, nie zawsze świadomie zamierzone, w analizowanych fotografiach











































