

Łukasz Rogowski 

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Etyczne dylematy badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii: perspektywa badaczy i badanych

DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.15.2.04>

**Abstrakt** Artykuł prezentuje podstawowe założenia dotyczące dylematów etycznych w wykorzystujących fotografię badaniach biograficznych. Punktem wyjścia jest wskazanie na tradycję wykorzystania fotografii w badaniach biograficznych oraz wyszczególnienie specyficznych cech kultury wizualnej w kontekście badań biograficznych. Następnie opisane zostają główne dylematy etyczne badań wizualnych – świadoma zgoda oraz procesy anonimizacji. Zostają one skonfrontowane z opartymi na wynikach badań empirycznych dylematami użytkowników fotografii jako medium zachowywania i komunikowania biografii.

**Słowa kluczowe** etyka badawcza, badania wizualne, badania biograficzne, fotografia, wizualne badania biograficzne

**Łukasz Rogowski**, doktor socjologii, adiunkt w Zakładzie Badań Kultury Wizualnej i Materialnej Instytutu Socjologii UAM. Zainteresowania badawcze: socjologia wizualna, metodologia badań jakościowych, etyka badań społecznych, socjologia mobilności, socjologia Internetu i nowych mediów. Uczestnik krajowych i międzynarodowych projektów badawczych, w których koordynuje realizację badań wizualnych. Publikował m.in. w „Kulturze i Społeczeństwie”, „Przeglądzie Socjologii Jakościowej”, „Kulturze i Edukacji”.

### Adres kontaktowy:

Zakład Badań Kultury Wizualnej i Materialnej  
Instytut Socjologii UAM  
ul. Szamarzewskiego 89  
60-568 Poznań  
e-mail: [lukasz.rogowski@amu.edu.pl](mailto:lukasz.rogowski@amu.edu.pl)

**K**ażda historia składa się w gruncie rzeczy z dwóch swoich wymiarów. Z jednej strony jest relacją o tym, co rzeczywiście się dokonało: jakie wydarzenia miały miejsce, jacy byli ich aktorzy, w jakich miejscach były one realizowane. Z drugiej strony jest również historią tego, w jaki sposób te fakty były i są relacjonowane: opisane, pokazane, zapamiętane (por. Mitchell W.J.T. 2011: 31)<sup>1</sup>. Jeżeli przyjmemy to założenie, to pociąga ono za sobą wniosek niezwykle istotny z punktu widzenia niniejszego tekstu i całego numeru: sposób funkcjonowania historii (a więc również indywidualnych i zbiorowych narracji i biografii) uzależniony jest od medium, za pośrednictwem którego

<sup>1</sup> Książka w wersji mobi, numery odsyłaczy według lokalizacji w książce.

jest ona przekazywana. Jak stwierdził już Marshall McLuhan (2004), medium jest przekazem, a więc nie przezroczystym przekaznikiem, lecz elementem wpływającym na znaczenie komunikatu. W podobny sposób podchodził do tematu Harold Innis, według którego każde medium wytwarza „nachylenie komunikacyjne” (por. Olson 2010: 81).

Można więc przyjąć, że przebieg narracji zależy od wykorzystywanego medium. Co za tym idzie, różne media zapośredniczające procesy komunikacji generują odmienne wyzwania i problemy dla osób uwikłanych w te procesy. Dotyczy to w takim samym stopniu specyficznego procesu komunikacji społecznej, jakim jest proces badawczy w naukach społecznych. Dlatego też celem niniejszego tekstu jest przedstawienie dylematów etycznych pojawiających się w sytuacji wykorzystywania w badaniach biograficznych fotografii. Zostanie to dokonane w odniesieniu do literatury przedmiotu oraz rozszerzone o empiryczne przykłady dylematów etycznych. Punktem wyjścia będzie jednak wskazanie na tradycję badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii, a także na istotne z punktu widzenia badań biograficznych cechy kultury wizualnej jako elementu życia społecznego.

### **Tradycja wykorzystywania fotografii w badaniach biograficznych**

Szeroko rozumiana kultura wizualna jest bardzo często i powszechnie opisywana jako trzon życia zachodnich społeczeństw, poczynając już od XIX-wiecznej nowoczesności (Foster 1988; Crary 1999). Tak rozumiany wzrokocentryzm, wspierany przez rozwój technologiczny, sprawia, że to właśnie zdje-

cia i wideo stają się głównym sposobem rejestrowania i komunikowania własnych doświadczeń biograficznych. W ramach nowych mediów mamy wręcz do czynienia z wirusowym rozprzestrzenianiem się obrazów, opartym na poczuciu konieczności wytwarzania i rozpowszechniania nowych reprezentacji wizualnych, również tych dotyczących dokumentowania własnego życia. Dlatego właśnie William J. T. Mitchell (2011) pisze o „terrorze klonowania” (*cloning terror*) jako metaforze współczesnych sposobów wytwarzania obrazów.

Stąd też miejsce fotografii w badaniach biograficznych wydaje się być trudne do przecenienia. Dla zakreślenia obszaru, który będzie istotny z punktu widzenia tytułowych dylematów etycznych, opisuję poniżej obecne w naukach społecznych tradycje wykorzystywania fotografii w empirycznych badaniach biograficznych. Jednocześnie chciałbym podkreślić, że w tekście koncentruję się wyłącznie na prywatnych kolekcjach zdjęć. Odnoszę się więc do fotografii codziennej (Harrison 2004), a więc takiej, która pokazuje rutynowe i „zwyczajne” praktyki, które również posiadają potencjał definiowania znaczeń codziennych praktyk. Poza moim zainteresowaniem pozostaje etyka badań wizualnych odnoszących się do publicznych archiwów. One również mogą w dużym stopniu być przedmiotem badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii, ale jednocześnie opierają się na odmiennych założeniach teoretycznych i metodologicznych. Stąd pozostawiam je na marginesie, nie negując jednocześnie w ten sposób ich znaczenia.

Punktem wyjścia warto uczynić założenie, że relacji pomiędzy fotografią a biografią nie należy odczytywać jako obiektywnej reprezentacji. Jak pisze Luc

Pauwels (2015: 196): „[z]djęcia rodzinne nigdy nie były obiektywnym zapisem życia we wszystkich jego aspektach. Selektywność, manipulacja i konstruowanie stały się normą od samego początku fotografii w XIX wieku”. Pauwels odnosi wprowadzenie te słowa do fotografii rodzinnej, ale uważam, że upoważnione jest ich rozszerzenie na całą domenę wykorzystywania zdjęć jako dokumentacji biografii. Zostanie to rozwinięte w kolejnym podrozdziale, przy opisie cechy kreacyjności. Warto więc pamiętać, że etyka badań biograficznych wykorzystujących fotografię nie jest związana z pytaniem o prawdziwość zdjęć, narracji fotograficznych i opowieści z nimi związanych.

Wskazać można na cztery główne nurty, w ramach których nauki społeczne łączą badania biograficzne i fotografię. Trzy pierwsze mają charakter głównie metodologiczny i określają możliwe sposoby empirycznego wykorzystywania fotografii w badaniach biografii. Czwarty związany jest z kolei z nastawieniem bardziej teoretycznym i z poszukiwaniem społecznych funkcji łączących fotografię z konstruowaniem biografii.

Pierwszy nurt to traktowanie albumów fotograficznych i innych kolekcji zdjęć jako źródeł danych o narracjach biograficznych (Pauwels 2015: 193–219). Może to dotyczyć zarówno „tradycyjnych” albumów z wywołanymi lub wydrukowanymi zdjęciami, jak również kolekcji cyfrowych, zamieszczanych w nowych mediach lub przechowywanych na urządzeniach cyfrowych. W takich przypadkach zdjęcia są traktowane jako dane zastane, umożliwiające odczytanie historii życiowych w taki sposób, w jaki ich właściciele chcieliby je przedstawić, zaprezentować samych

siebie i swoje społeczne otoczenie. W przypadku takiego podejścia niezwykle istotna jest kwestia doboru próby zdjęć podlegających następnie analizie.

Nurt drugi to wykorzystywanie zdjęć w wywiadach fotograficznych (Rogowski 2016). Markus Banks (2009: 117–119) pisze o tym, w jaki sposób włączanie zdjęć do wywiadów stymuluje pamięć i narrację biograficzną. Łatwiejsze niż opowiadanie jest niekiedy pokazanie pewnych wydarzeń, miejsc, osób czy sytuacji. Z jednej strony zwalnia to uczestników badań z dyskursywnego relacjonowania swojej biografii, co w przypadku niektórych wspomnień może być szczególnie trudne. Z drugiej daje też możliwość powstawania nowych skojarzeń dotyczących przeszłości. Zdjęcie wytwarza w tym kontekście pomost pomiędzy pamięcią a postpamięcią: „[p]ostpamięć to już nie skadrowana rzeczywistość, lecz pewna metaopowieść na owym kadrze nabudowana, posiadająca własną historię i własne znaczenia, na samym zdjęciu niekoniecznie obecne” (Rogowski 2008: 139). Takie wykorzystywanie zdjęć w wywiadach dotyczy przede wszystkim sytuacji, gdy fotografie są własnością badanych – i to oni wtedy decydują o tym, jakie zdjęcia i w jaki sposób będą pokazywane. Aczkolwiek także zdjęcia dostarczane przez badacza mogą pełnić podobną rolę stymulującą pamięć.

Trzecim nurtem jest stosowanie fotografii jako elementu budowania autorefleksyjności (Holliday 2004; Chaplin 2011). Dotyczy to przede wszystkim tworzenia dzienników wizualnych dokumentujących na bieżąco życie codzienne, składających się ze zdjęć, ale mogących zawierać również wideo, mapy, rysunki lub inne materiały wizualne. W klasycz-

nym ujęciu, obecnym w przywołanej literaturze, dzienniczki tworzone są w ramach podejścia autoetnograficznego. Ich celem jest więc urefleksyjnienie przez ich twórców rutyny, nawyków i uwarunkowań obecnych w życiu codziennym. Codzienna biografia staje się w ten sposób elementem głębszego namysłu, co staje się pomocne choćby przy budowanych na bazie dzienniczków wywiadach, lecz może także pełnić funkcję terapeutyczną.

W ten sposób, łącząc trzy przywołane nurty, można umieścić wykorzystujące fotografię badania biograficzne w większości wymienionych przez Jona Wagnera (1979 za Emmison, Smith 2007: 27–28) sposobów wykorzystywania fotografii przez nauki społeczne w ogóle: jako stymulacja wywiadu, jako analiza zawartości fotografii amatorskiej, jako amatorskie wytwarzanie zdjęć. Poza tym warto jednak wspomnieć również o czwartym nurcie łączącym fotografię z badaniami biograficznymi. Traktuje on fotografię jako praktykę społeczną uwzględniającą moment fotografowania, pokazywania zdjęć, ich archiwizowania, dzielenia się nimi i tak dalej. W tym ujęciu fotografia pełni istotne funkcje dla indywidualnych i społecznych biografii, między innymi integruje małe grupy społeczne (Bourdieu 1978: 38–54 za Pauwels 2015: 195) lub stanowi ognisko oraz motyw interakcji (Rogowski 2008: 141–145).

### **Specyfika kultury wizualnej z perspektywy badań biograficznych wykorzystujących fotografię i ich dylematów etycznych**

Badanie kultury wizualnej z perspektywy nauk społecznych jest obecnie wieloperspektywiczne

i odnosi się do bardzo różnych tematów. Są to dla przykładu: opis relacji pomiędzy fotografią a społeczeństwem nowoczesnym (Rouillé 2007); opis sposobów wywierania wpływu przez obrazy w perspektywie historii sztuki (Freedberg 2005); badania nad współczesnymi sposobami widzenia w perspektywie nowych technologii (Mirzoeff 2016); badania nad współczesnym funkcjonowaniem wizualności w mieście (Krajewski 2012); opis kultury wizualnej w perspektywie pojęcia widzialności (Brighenti 2010); opis wybranych wymiarów kultury wizualnej (np. w religii; Turner, Turner 2009). Osobny dział stanowi oczywiście metodologiczna refleksja nad korzystaniem z obrazów w procesie badawczym (np. Margolis, Pauwels 2011).

W tym miejscu chciałbym natomiast, odwołując się do teoretycznego dorobku badań nad kulturą wizualną, wskazać na kilka cech, które są istotne z punktu widzenia badań biograficznych wykorzystujących fotografię. Bez wątpienia nie aspirują one do pełnej i wyczerpującej listy. Są raczej swoistymi pojęciami uwrażliwiającymi, na które warto zwrócić uwagę również przy opisie etycznych dylematów badań biograficznych wykorzystujących fotografię. Będą one również stanowić punkt odniesienia w opisie empirycznych przykładów w dalszej części tekstu.

Pierwszą cechą jest *wydarzeniowość* (Berger 2011). Zdaniem Johna Bergera fotografia jest zapisem zobaczonych obiektów, świadkiem jednostkowego wyboru w konkretnej sytuacji. W tym sensie prawdziwa zawartość fotografii jest tak naprawdę niewidoczna, gdyż opiera się nie na formie, lecz na czasie. Wybór fotografa dotyczy bowiem, zdaniem Berge-

ra, fotografowania nie tyle danego obiektu, ile raczej określonego momentu. Autor porównuje tu fotografię z malarstwem. To ostatnie posługuje się swoim własnym językiem opartym na formie. Z kolei fotografia nie posiada swojego własnego języka: „język, którym posługuje się fotografia, to język wydarzeń” (Berger 2011: 206). Można więc założyć, że fotografia świetnie spełnia w ten sposób funkcje związane z dokumentowaniem biografii. Odnosi się bowiem do wydarzeń z życia jednostek i grup, które stają się istotne i – w przekonaniu osób wykonujących zdjęcie – warte zarejestrowania.

Pociąga to za sobą drugą istotną cechę, jaką jest *narracyjność*. Narracja jest oczywiście istotna z punktu widzenia każdego sposobu opowiadania biografii. W przypadku biografii wizualnych nabiera jednak dodatkowego znaczenia, co wynika w dużej mierze z formy wykorzystywanego medium. Jak stwierdzają Tony Schirato i Jen Webb (2004: 86–87), czas na zdjęciu może zostać wyrażony i opowiedziany wyłącznie poprzez strukturę fotografii, w tym również kolejność ich ułożenia. To więc wzajemne powiązanie ze sobą poszczególnych obrazów wyznacza tok narracji. Może być ono oczywiście zależne od warunków technologicznych, na przykład nazw i numerów zdjęć w smartfonie lub na komputerze. Jeżeli jednak użytkownik samodzielnie zaczyna wyznaczać strukturę ułożenia zdjęć (selekcjonuje je, układa w odpowiedniej kolejności, podpisuje), to tym samym przedstawia innym we własny sposób zarówno miniony czas, jak i wydarzenia, które w nim miały miejsce. Stąd też w kontekście biografii wizualnych istotniejsze od tego, co obraz reprezentuje, jest budowana wokół niego interakcja (Burnett 2004: 54). Dotyczy to również interakcji uwzględniającej

wiele osób, opowiadanie innym o zobrazowanych czasie i wydarzeniach. Szczególnie istotne staje się to w kontekście sieciowym, gdy obrazy jako elementy biografii nabierają charakteru mobilnego i mogą swobodnie krążyć w sieciach. Nie bez powodu mobilność obrazów jest wymieniana jako jeden z pięciu głównych wymiarów zainteresowań paradygmatu mobilności (Büscher, Urry, Witchger 2011: 5).

W tym kontekście pojawia się trzecia istotna cecha, jaką jest *podmiotowość*. Warto tu zacząć od założenia o generacyjnym doświadczaniu technologii, a więc również o generacyjnych różnicach w podejściu do technologicznie zapośredniczonej kultury wizualnej. Pokolenia technologiczne (*technological generations*) zakładają zmienne wiekowo przyzwyczajenia i praktyki związane z korzystaniem z technologii. Takie pokoleniowe doświadczanie technologii uwzględnia także różnice w sposobach autoprezentacji (Gardner, Davies 2013: 652–674)<sup>2</sup>. Dla młodych ludzi dzielenie się treściami – w tym również własną biografią wizualną – w sieci nie jest czymś nagannym, lecz raczej jest postrzegane jako próba uzyskania podmiotowości. Od kontroli dostępu do zawartości istotniejsza jest dla nich kontrola nad przekazywanymi znaczeniami i nad nadawaniem i przekazywaniem tych znaczeń według własnych zasad (Boyd 2014: 1255–1269)<sup>3</sup>. Tak rozumiane dążenie do widzialności jest więc nie tylko wystawianiem siebie na kontrolę, ale może być sposobem również uzyskiwania rozpoznawalności na własnych zasadach (Brighenti 2010: 39).

<sup>2</sup> Książka w wersji mobi, numery odsyłaczy według lokalizacji w książce.

<sup>3</sup> Książka w wersji mobi, numery odsyłaczy według lokalizacji w książce.



Czwartą cechą, o której warto wspomnieć, jest *kreacyjność*. Zdjęcia przestają być postrzegane jako wyłącznie odbicia zewnętrznego wobec nich świata. Nie są już także, jak wspominał John Berger (1999: 74), substytutem pamięci. Takie autobiograficzne zapamiętywanie było cechą specyficzną fotografii analogowej. Współcześnie fotografia cyfrowa już nie tyle odbija i kolekcjonuje pamięć i biografię, co raczej je konstruuje. W tym sensie zdjęcia mogą być również podstawą do budowania fałszywej biografii (van Dijck 2008). Kreacyjność polega więc w tym sensie na dowolności wykorzystywania materiałów wizualnych do wytwarzania własnej autoprezentacji biograficznej. Jednocześnie posiada ona swoje ograniczenia. Po pierwsze, fotografia nie posiada potencjału przedstawiania traum, przede wszystkim historycznych (Hunt, Schwartz 2010: 266), ale także indywidualnych. Po drugie, pojawia się problem związany z reprezentowaniem doświadczeń wielozmysłowych. Pamięć zmysłowa jest istotnym elementem badań biograficznych. Różnicuje ona sposoby pamiętania i wyobrażania (Pink 2009a: 38–41). Posługiwanie się medium wykorzystującym tylko jeden zmysł – wzrok – redukuje zakres takich doświadczeń biograficznych.

### **Świadoma zgoda i anonimowość w badaniach wizualnych**

Opisując dylematy etyczne badań biograficznych wykorzystujących fotografię, należy zwrócić uwagę na dwa ich poziomy. Pierwszy dotyczy tych aspektów, które mają charakter bardziej ogólny i są istotne dla całości badań wizualnych jako podejścia badawczego nauk społecznych. Drugi poziom jest bardziej szczegółowy: rozwija ten pierwszy, zwracając

uwagę właśnie na specyfikę badań biograficznych i związane z nimi dylematy. Tak też zostaną one przedstawione poniżej, ze zwróceniem uwagi na dwa główne wymiary etyczne: świadomą zgodę oraz anonimowość.

Świadoma zgoda (*świadome uczestnictwo, informed consent*) jest dzisiaj traktowana jako kluczowy wymiar etyki badań nie tylko w naukach społecznych. Wynika to w dużej mierze ze wzrastającej świadomości zwrotnego wpływu procesu badawczego na życie ludzi będących uczestnikami badań. Uwzględniając w badaniach proces uzyskiwania i potwierdzania świadomej zgody, badacze biorą więc odpowiedzialność za swoje działania, chroniąc w ten sposób zarówno badanych, jak i samych siebie przed nieprzewidzianymi konsekwencjami procesu badawczego. W najbardziej ogólnym sensie świadoma zgoda oznacza, że uczestnik badań jest poinformowany i świadomy tego, co robi i w jakich działaniach uczestniczy (Mitchell C. 2011: 17). A mówiąc jeszcze inaczej, że ma możliwość dokonania wyboru dotyczącego udziału w badaniach i zakresu swojego uczestnictwa (Guta i in. 2014a: 4).

Oczywiście jednak konieczne jest określenie, czego dokładnie powinna dotyczyć zgoda i jakie elementy procesu badawczego obejmować. Nadużyciem byłaby bowiem sytuacja, gdy otrzymuje się wyłącznie bardzo ogólną zgodę dotyczącą udziału w badaniach, bez wchodzenia w szczegóły dotyczące ich przebiegu. Badacz powinien więc możliwie dokładnie opowiedzieć między innymi o warunkach uczestnictwa w badaniach, o ich celu i przebiegu, o potencjalnym ryzyku związanym z uczestnictwem, o emocjach, które mogą się pojawić w trakcie

badania (Cox i in. 2014: 12–15). Co więcej, zgoda powinna dotyczyć nie tylko samego procesu zbierania danych, lecz również tego, w jaki sposób dane (obrazy) będą następnie publikowane lub archiwizowane (Prosser, Clark, Wiles 2008: 12–14).

Zgoda powinna zostać wyrażona w odpowiedni sposób (Wiles i in. 2008: 13–21). Z punktu widzenia badacza najlepsza – a przynajmniej najbezpieczniejsza – jest zgoda pisemna. Aczkolwiek możliwe jest również wyrażanie zgody w formie ustnej – co z kolei można nagrywać. Różne stopnie i formy zgody powinny zostać dostosowane do zakresu badań i sposobu późniejszych wykorzystania uzyskanych danych. Pisemna zgoda jest szczególnie istotna wtedy, gdy obrazy będą następnie publicznie prezentowane lub publikowane. Możliwe jest stworzenie specjalnego formularza zgody, w którym badani mają możliwość określenia zasad wykorzystywania zebranych materiałów – przykładowe takie formularze, jak również dokumenty wyjaśniające przykładowe zasady przebiegu badań można odnaleźć w literaturze przedmiotu (np. Mitchell C. 2011: 19–26). Jednocześnie konieczne jest dostosowanie komunikacji dotyczącej zgody do kompetencji komunikacyjnych uczestników – a więc przekazanie informacji nie językiem naukowym, lecz w sposób, który dla badanych będzie zrozumiały. Warto przy tym również pamiętać o potencjalnych negatywnych doświadczeniach i skojarzeniach związanych z podpisywaniem dokumentów, a także umieć ocenić, na ile w danym momencie uczestnik badań jest faktycznie przygotowany do podejmowania decyzji (Guta i in. 2014a: 6–8).

Drugim najistotniejszym wymiarem etycznym badań wizualnych jest anonimowość. Warto pod-

kreślić, że anonimizowanie danych wizualnych jest trudniejsze niż danych werbalnych (Guta i in. 2014b: 8). Wykasowywanie lub modyfikowanie niektórych słów w transkrypcjach wypowiedzi może być wystarczającym elementem zapewniającym anonimowość, który jednocześnie nie podważa wiarygodności i wartości danych. Z kolei zamazywanie niektórych elementów danych wizualnych może je całkowicie pozbawiać przydatności w dalszych analizach. Tak samo istnieje bardzo wiele elementów, które mogą pozbawiać uczestników badań anonimowości. Identyfikacja tożsamości może się bowiem odbywać nie tylko na podstawie twarzy, ale również ubioru, znaków specjalnych lub miejsc. Stąd anonimizacja powinna być dokonywana w konsultacji z badanymi – tak aby to oni określili, czy faktycznie jest ona konieczna i czy nie zmienia znaczenia materiałów wizualnych. W ten sposób to właśnie badanych można potraktować jako lokalnych ekspertów, którzy mogą ocenić sposoby wykorzystywania danych.

Uwzględnienie badanych w procesie anonimizacji ma jeszcze jeden, być może nawet ważniejszy aspekt (Wiles i in. 2012). Nawiązuje on do wspomnianych wcześniej rozważań dotyczących podmiotowości w rozpowszechnianiu obrazów. Zakładana w badaniach społecznych dbałość o anonimizację może często leżeć w sprzeczności z chęcią uzyskiwania przez badanych widzialności. Często chcą być oni widziani, a anonimizacja odbiera im tę możliwość i podporządkowuje proces badawczy potrzebom i wartościom badacza. Dlatego właśnie to badanym powinno się – na tyle, na ile jest to możliwe – pozostawiać decyzję dotyczącą zakresu i formy omawianego procesu.

Powyżej wskazane zostały bardzo ogólne zasady związane z dylematami etycznymi badań wizualnych w naukach społecznych. Są one również istotne z kontekście badań biograficznych wykorzystujących fotografię, natomiast w tym momencie konieczne jest wskazanie dodatkowych, bardziej szczegółowych uwarunkowań etycznych, istotnych z punktu widzenia badań wizualnych.

Kluczowe jest tutaj założenie, że w badaniach wizualnych często nie ma możliwości uzyskania zgody od wszystkich osób, które są widoczne na zbieranych obrazach. Wynika to, po pierwsze, z faktu wykorzystywania w badaniach materiałów rejestrowanych w sferze publicznej. W takich przypadkach uzyskanie zgody od wszystkich, nawet przypadkowych i chwilowych uczestników danej sytuacji, byłoby nie tylko niemożliwe, ale również niekonieczne. Zakłada się bowiem, że rejestracja dokonywana otwarcie w przestrzeni publicznej i bez koncentrowania się na konkretnych osobach nie wymaga uzyskiwania zgody. Po drugie jednak, brak możliwości uzyskania zgody wynika z powodu kluczowego dla niniejszego tekstu: wykorzystywania obrazów będących elementem między innymi albumów fotograficznych. Można je potraktować jako dane zastane, nie powstały bowiem z myślą o uwzględnieniu ich w procesie badawczym. Z tego samego powodu osoby, które można na tych obrazach zobaczyć, mogą sobie nie życzyć wykorzystywania ich wizerunku dla celów badawczych i analitycznych. Wskazać można na trzy sposoby poradzenia sobie z tym dylematem, związanym z uzyskiwaniem zgody osób trzecich (*third party consent*; Mok, Cornish, Tarr 2014: 315–316).

Po pierwsze, rozwiązaniem może być anonimizowanie wizerunku tych osób, które nie wyraziły zgody na jego wykorzystywanie. Co istotne, brak zgody nie musi być wyrażony wprost, lecz może wynikać z braku możliwości skontaktowania się ze wszystkimi zainteresowanymi. Bez względu jednak na to skutek dla przebiegu procesu badawczego jest podobny. Anonimizowanie jest zapewne najprostszym rozwiązaniem z perspektywy badacza – nie wymaga bowiem podejmowania dodatkowego kontaktu z wszystkimi zainteresowanymi. Jednocześnie jest jednak rozwiązaniem najgorszym dla dalszych etapów badań i analiz, co związane jest z wszystkimi opisanymi wcześniej wątpliwościami i wadami dotyczącymi anonimizowania danych wizualnych. Powinno więc być stosowane wyjątkowo, w ostateczności, gdy nie ma możliwości zastosowania kolejnych dwóch rozwiązań.

Po drugie, rozwiązaniem wspomnianego problemu może być poproszenie samych badanych o decyzję dotyczącą zgody innych osób (Wiles i in. 2008: 19). Jest to oparte na założeniu, że po raz kolejny badani występują w roli ekspertów dotyczących osób i sytuacji, które są reprezentowane na zdjęciu. Oni lepiej znają kontekst, posiadają wiedzę dotyczącą wrażliwości i przekonań innych osób widocznych na obrazach. Na tej podstawie, na bazie własnej refleksji, mogą określić potencjalne reakcje dotyczące wykorzystywania obrazów w badaniach. Może to przybrać dwojaki charakter. Z jednej strony badany może podjąć decyzję, czy taka zgoda w ogóle jest potrzebna. W pewnych sytuacjach może stwierdzić, że dana osoba bez wątplenia wyraziłaby zgodę i podejmowanie kolejnych działań w tym celu jest tylko mnożeniem obowiązków. Z drugiej strony badani



mogą również określić, które osoby byłyby potencjalnie zdolne do wyrażenia zgody, ale z różnych powodów warto mimo wszystko się z nimi w tym celu skontaktować.

To pociąga za sobą trzeci możliwy sposób postępowania. Badani wchodzą w nim w rolę „mediatora etycznego” (*ethical mediator*; Prosser, Clark, Wiles 2008: 14). Wtedy to oni przejmują odpowiedzialność za kontakt z pozostałymi osobami oraz za przekazanie informacji i prośby o wyrażenie zgody. Badani stają się nie tylko uczestnikiem badań jako osoba dostarczająca danych, ale także ekspertem, który może na bazie swojej refleksyjności pomóc w podejmowaniu decyzji dotyczących przebiegu procesu badawczego. Zaczyna być również w jakimś sensie członkiem zespołu badawczego, który otrzymuje do wykonania pewne zadania. Pełnienie takiej roli może wpływać korzystnie na cały proces badawczy i wszystkie jego strony. Z jednej strony badaczom daje gwarancję, że uzyskana w ten sposób zgoda będzie bardziej wiarygodna i lepiej ugruntowana. Mediatorzy etyczni wiedzą bowiem lepiej do kogo i w jaki sposób zgłosić się o zgodę. Jest to szczególnie istotne z punktu widzenia wrażliwych kategorii badanych, szczególnie takich, gdy zgoda musi uwzględniać dodatkowo zdanie jeszcze innych osób (np. rodziców wobec dzieci, pracodawców wobec pracowników). Z drugiej strony uwiarygadnia również proces badawczy dla badanych, wobec których kierowana jest prośba o zgodę.

Jednocześnie warto pamiętać, aby funkcja mediatora etycznego w badaniach biograficznych wykorzystujących fotografię nie była pretekstem do innych nadużyć etycznych. Po pierwsze, badacze mogą

w ten sposób – świadomie lub nie – delegować na mediatorów etycznych coraz więcej obowiązków. Konieczne jest natomiast przyjęcie założenia, że odpowiedzialność za proces badawczy i osoby w nim uczestniczące w ostateczności zawsze ciąży właśnie na badaczach. Stąd też, jeżeli pojawia się decyzja o włączeniu do badań mediatorów etycznych, powinni być oni do tego dodatkowo przygotowani. Po drugie, mediator etyczny może nieświadomie manipulować procesem uzyskania zgody. Będąc przekonany do idei projektu, może skłaniać się ku przekonywaniu do niego coraz większej liczby osób, ukrywając lub przeinaczając również pewne fakty, które mogłyby być kontrowersyjne. Tak samo badani, wobec których kierowana jest zgoda, mogą być bardziej spolegliwi wobec osób, które znają niż wobec dotychczas nieznanymi badaczy. Dlatego sam proces takiego uzyskiwania zgody powinien pozostawać wciąż pod kontrolą badaczy.

### **Nowe dylematy etyczne badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii – perspektywa uczestników badań w świetle badań empirycznych**

Powyżej przedstawione zostały klasyczne wymiary etyki badań wizualnych, ze zwróceniem uwagi na szczegółowe dylematy dotyczące badań biograficznych oraz na sposoby radzenia sobie z nimi w procesie badawczym. Zostały one oparte o analizę literatury przedmiotu w omawianym zakresie. W tym miejscu chciałbym natomiast rozwinąć te rozważania, odwołując się do wyników zrealizowanych przeze mnie badań empirycznych. Na tej podstawie chciałbym zwrócić uwagę na drugą stronę dylematów etycznych w badaniach biograficznych z wyko-

ryzowaniem fotografii. Zazwyczaj bowiem omawianym punktem wyjścia jest perspektywa badacza i problemy, z którymi on się boryka. Rzadko natomiast można poznać problemy, z którymi w trakcie badań wizualnych wykorzystujących fotografię spotykają się badani.

Nawiązuję przy tym do badań zrealizowanych w ramach projektu „Lepiej Widzieć. Kompetencja wizualna jako element kompetencji codzienności. Zarządzanie kompetencjami oraz rola nowych mediów w ich kształtowaniu i realizacji”. Był on realizowany w latach 2013–2014 w przez Fundację SPOT oraz Instytut Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Badania zostały sfinansowane ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w ramach programu Obserwatorium Kultury.

Głównym celem badań była diagnoza kompetencji wizualnych Polaków, z uwzględnieniem wpływu na ten obszar nowych technologii. Istotne było przy tym szerokie potraktowanie zakresu kultury wizualnej i kompetencji wizualnych. Odnosiliśmy się więc nie tylko do praktyk związanych z samymi reprezentacjami wizualnymi, ale również – idąc za propozycjami Michaela Emmisona i Philipa Smitha (2007) – braliśmy pod uwagę wszystkie dane widzialne. Badaliśmy więc również wizualność przestrzeni, przedmiotów czy też cielesności. W tym sensie interesowały nas więc społeczne aspekty praktyk patrzenia rozważane na kilku etapach: (a) wzrokocentrycznym (świadomość roli kultury wizualnej we współczesnym życiu społeczno-kulturowym), (b) interakcyjnym (umiejętność korzystania z kultury wizualnej w interakcjach

bezpośrednich, sytuacjach autoprezentacyjnych czy interakcjach wzrokowych), (c) interpretacyjno-obywatelskim (umiejętność rozumienia i dekodowania znaczeń obrazów, odczytywanie i neutralizacja manipulacyjnych aspektów kultury wizualnej), (d) kreacyjnym (umiejętność wytwarzania i zarządzania kulturą wizualną, a więc jej pokazywanie, ukrywanie, prowokowanie sytuacji generujących obrazy), (e) technologicznym (umiejętność korzystania z technologii wizualnych).

Projekt składał się z dwóch etapów. Drugi z nich, mniej w tym miejscu interesujący, obejmował ogólnopolskie reprezentatywne badania ilościowe zrealizowane z wykorzystaniem wywiadów CATI. Wśród problemów badawczych stawianych na tym etapie znajdowały się: (a) Jakie są źródła wiedzy o sposobach codziennego wykorzystywania kultury wizualnej?; (b) Jaka jest świadomość manipulacyjnego aspektu komunikatów wizualnych i samoocena obrony przed nim?; (c) Jakie są źródła wzorów poprawności wizualnej?; (d) Jakie są preferowane sposoby pokazywania/wizualizowania jako elementów komunikacji społecznej?; (e) Jaka jest świadomość społecznego różnicowania kultury wizualnej?

Poniżej nawiązuję natomiast do 60 wywiadów fotograficznych, które zostały zrealizowane w 3 regionach Polski: w Poznaniu (duże miasto), Nowym Sączu (małe miasto) oraz na terenach Pomorza Gdańskiego (tereny wiejskie). Wśród problemów badawczych stawianych na tym etapie znajdowały się: (a) Jakie są preferowane sposoby zarządzania kulturą wizualną jako aspektem wytwarzania biografii, pamięci indywidualnej i społecznej?; (b) Jakie są preferowane sposoby zarządzania kulturą

wizualną jako elementem autoprezentacji?; (c) Jakie są relacje pomiędzy kulturą wizualną a innymi kulturami (materialną, cielesną, architektoniczną, językową)?; (d) Jaka jest rola kultury wizualnej i nowych mediów w doświadczaniu przestrzeni miejskiej i domowej?; (e) Jaka jest społeczna rola projektowania wizualnego (przestrzeni, przedmiotów, mody, interfejsów graficznych)?; (f) Jaka jest świadomość politycznych, etycznych i prawnych aspektów praktyk wizualnych?; (g) Jakie są postawy wobec „obcości wizualnej” i nadzoru wizualnego? Wywiady zostały zrealizowane z trzema kategoriami dobranych w sposób celowy respondentów. Pierwszą kategorią byli eksperci wizualni, a więc osoby, które w swojej pracy zawodowej zajmują się zarządzaniem szeroko rozumianą kulturą wizualną: wyglądem ciała (np. fryzjerzy), przedmiotów (np. projektanci) i przestrzeni (np. architekci), a także osoby zajmujące się edukacją kulturową. Kategorię drugą stanowili eksperci technologiczni, a więc takie osoby, które w swoim życiu zawodowym mają kontakt z nowymi technologiami, przede wszystkim wizualnymi (np. fotografowie, filmowcy, programiści, testerzy gier, sprzedawcy w sklepach komputerowych). Trzecią kategorią byli użytkownicy, czyli takie osoby, które w swojej pracy nie zajmują się wymienionymi poprzednio zajęciami. Taki dobór próby, uwzględniający osoby o zróżnicowanych kapitałach społecznych i kulturowych, o różnym wykształceniu i różnych stylach życia, był zamierzony. Chcieliśmy w ten sposób odnieść się do różnych, wymienionych wcześniej, wymiarów społecznych aspektów praktyk patrzenia. Założyliśmy, że będzie to możliwe wtedy, gdy w badaniach odniesiemy się do doświadczeń osób, które w wysokim stopniu urefleksyjniają praktyki

związane z tymi obszarami życia. W ten sposób możliwe stało się również poszukiwanie relacji i uwarunkowań pomiędzy postawionymi pytaniami badawczymi, a więc także pomiędzy różnymi polami funkcjonowania kultury i kompetencji wizualnych.

Na bazie zrealizowanych badań – zarówno w ich części ilościowej, jak i jakościowej – powstało wiele szczegółowych i ogólniejszych wniosków, przedstawionych w raportach badawczych. W innych publikacjach można znaleźć bardziej szczegółowe omówienia zarówno wyników badań (Rogowski 2018), jak i dylematów metodologicznych procesu badawczego (Rogowski 2016). Ponieważ nie są one głównym tematem niniejszego tekstu, prezentuję jedynie kilka najważniejszych z nich. Po pierwsze, zaobserwowano różne sposoby rozumienia „profesjonalisty” w obszarze kultury wizualnej i kompetencji wizualnych: to zarówno osoba posiadająca talent (umiejętność obserwowania), jak i osoba wykształcona (z racji np. ukończonych kursów lub posiadanego sprzętu). Po drugie, powszechne jest dostrzeżenie manipulacyjnego potencjału kultury wizualnej, przede wszystkim ze względu na „spłaszczanie rzeczywistości”. Sposobem radzenia sobie z tym zjawiskiem jest postawa racjonalna i niepodejmowanie decyzji na bazie emocji. Po trzecie, własne doświadczenie, bardziej niż na przykład wzory medialne, jest głównym elementem kształtującym zarządzanie autoprezentacją i własnym wizerunkiem. Inaczej jest natomiast w przypadku zarządzania przestrzenią, gdzie głównym elementem wzorotwórczym są zdania profesjonalistów i wypowiedzi medialne. Po czwarte, wyróżniono dwa modele kompetencji wi-

zualnych: wycofany (charakterystyczny dla osób starszych, z wykształceniem podstawowym lub zawodowym, zamieszkujących wieś i małe miasta, o niższych dochodach) oraz proaktywny (charakterystyczny dla osób młodszych, z wykształceniem średnim lub wyższym, zamieszkujących średnie lub duże miasta, o wyższych dochodach). Po piąte, na bazie wyników badań stworzono model kompetencji wizualnych składający się z 9 wymiarów: refleksyjność, komunikacja, kontrola, determinizm, bariery, więzi, zróżnicowanie, profesjonalizm, manipulacja.

Jednym z zagadnień poruszanych w wywiadach jakościowych było zarządzanie zdjęciami jako reprezentacjami wizualnymi wykorzystywanymi między innymi jako forma autoprezentacji, depozyt pamięci czy sposób wytwarzania więzi. Niezależnie od związanych z tym analiz dotyczących kompetencji wizualnych, czyli głównego tematu opisywanego projektu, wyróżnić można było także dodatkowe wnioski związane z obszarem tematycznym niniejszego artykułu. Zapomina się bowiem często o tym, że udostępnianie swoich zdjęć innym, zazwyczaj nieznanym osobom, może być związane z dylematami i napięciem emocjonalnym. Wypowiadając się na temat zarządzania wizualnością i widzialnością, uczestnicy wywiadów zwracali uwagę na pojawiające się w tym temacie wątpliwości. Poniżej przedstawione zostały cztery nowe dylematy etyczne badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii prezentowane z perspektywy uczestników badań. Mogą one zostać potraktowane jako pewne „pojęcia uwrażliwiające” istotne z punktu projektowania i prowadzenia badań. Wzięcie ich pod uwagę przez badaczy

może zarówno usprawnić prowadzenie badań, jak i uczynić je bardziej komfortowymi dla uczestników.

Pierwszym dylematem etycznym, który pojawia się z perspektywy badanych, jest *intymność i emocjonalność*:

To jest jakby kwestia intymności na zasadzie: to jest w ramce, to widzi każdy, kto przyjdzie do domu, a to, co jest w albumie, to my decydujemy, czyli dopuszczamy kogoś do bardziej intymnych zdjęć. Więc im bardziej są one takie intymne, tym... znaczy mają takie znaczenie takie emocjonalne, gdzie niekoniecznie my się chcemy z tymi emocjami się dzielić, wtedy są bardziej ukryte. [07.M32.PO.EW]<sup>4</sup>

Badani są świadomi, na podstawie własnych doświadczeń, że zdjęcia stają się – bądź od razu, bądź po upływie pewnego czasu – depozytem emocji. Nawiązuje to do wspomnianej na początku tekstu wydarzeniowości jako cechy fotografii w rozumieniu Johna Bergera. Emocje wynikają bowiem nie z formy, jak może to mieć miejsce w przypadku oglądania malarstwa, ale z treści zdjęcia: wspomnień związanych z uwidocznionym na nim wydarzeniu. Dzielenie się zdjęciami jest więc traktowane jako naruszenie pewnej intymności przynależnej osobom, które ze zdjęciem (jego wykonaniem i jego treścią) były lub są związane. Etyka badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii powinna więc uwzględniać ten wymiar w taki

<sup>4</sup> Oznaczenia wywiadów według wzoru: numer wywiadu; płeć i wiek w momencie realizacji; miejsce realizacji (PO – Poznań, GD – Pomorze Gdańskie, NS – Nowy Sącz); kategoria respondenta (EW – ekspert wizualny; ET – ekspert technologiczny; U – użytkownik).

sposób, aby dobro projektu badawczego i chęć uzyskania jak najpełniejszych danych nie naruszała owej intymności w sposób zbyt nachalny. Badanym należy pozostawić swobodę w doborze udostępnianych zdjęć i ewentualnie podjąć rozmowę dotyczącą przyczyn tego, dlaczego niektóre z nich pozostaną poza dostępem badaczy. Można na przykład prowadzić wywiad w taki sposób, aby rozmawiać w jego trakcie o zdjęciach nieobecnych (Pink 2009b: 11). Omawianie ich na poziomie werbalnym odnosi się w innym stopniu do kwestii intymności oraz emocjonalności i pozostaje w większym stopniu pod refleksyjną kontrolą badanych.

Powiązany z tym drugim dylematem jest *selekcyjność*:

Wtedy właśnie córka mi zainstalowała ten program, pokazała mi, jak to się obsługuje i właśnie tam sama zorientowałam się, że można sobie wybrać sobie jakieś tam część zdjęć, zrobić taki album, powiedzmy, dla bliższych znajomych, dalszych znajomych, część zdjęć można nawet, że tak powiem, upublicznić, właściwie potem każdy może wejść w ten program i obejrzeć sobie ten mój, te które, że tak powiem, album puszczę taki odblokowany. [24.K58.GD.U]

Już na poziomie codziennego zarządzania zdjęciami istnieje możliwość selekcjonowania zakresu odbiorców poszczególnych obrazów. Wchodzi to bez wątplenia w zakres kompetencji (cyfrowych, wizualnych) użytkowników fotografii, co związane jest nie tylko ze świadomością zakresu udostępniania zdjęć, ale również odnosi się do późniejszej kontroli nad nimi. Uobecnia się tutaj opisana wcześniej cecha narracyjności – to bo-

wiem właściciel zdjęcia oraz osoby z nim związane powinny mieć możliwość decydowania, jakie zdjęcia (w jakim połączeniu, a więc: jakie historie opowiadające) zostaną udostępnione różnym kategoriom osób. W taki sam sposób selekcyjność powinna być uwzględniana na poziomie etycznym. Z punktu widzenia dobra projektu wcale nie musi być priorytetem uzyskanie dostępu do wszystkich materiałów wizualnych – ich nadmiar może stać się problemem na poziomie analitycznym. Dlatego warto poprosić badanych o taką selekcję, którą będzie uwzględniała zarówno ich prywatność, jak i umożliwiała późniejsze zarządzanie danymi wizualnymi w trakcie analiz.

Trzeci dylemat to *bezrefleksyjność*:

Zdjęcia z takich różnych sytuacji, takich rodzinnych. Niedawno zamieściłem zdjęcie z Marmolady, jak jedliśmy tam, nie wiem, jakieś późne śniadanie w sobotę. Tutaj, pod tym względem jestem być może nadmiernie naiwny czy głupi i zamieszczam różne rzeczy, właśnie. Profil mam zupełnie widoczny, jest udostępniony i umieszczam właśnie czasami rodzinne zdjęcia, bez nadmiernego ekshibicjonizmu, oczywiście. [30.M38.GD.U]

Badani mają świadomość, że współcześnie – szczególnie wraz z rozwojem nowych technologii – zmniejsza się refleksyjne podejście do wykonywanych zdjęć. Fotografowanie staje się raczej nawykiem, rutyną, a niekiedy wręcz zobowiązaniem społecznym. W ten sposób na zdjęciach mogą, nawet niecelowo, znaleźć się elementy, z których osoba fotografująca nie zdaje sobie sprawy. Może to z czasem skutkować zakłopotaniem wtedy, gdy



dopiero po pewnym czasie pewne szczegóły zostaną uświadomione. Dlatego z etycznego punktu widzenia ważne jest to, aby przed przekazywaniem zdjęć do badań pozwolić badanym na ich wcześniejsze przejrzanie i uwrażliwić właśnie na takie skutki wcześniejszej bezrefleksyjności. Takie postępowanie ze strony badacza wzmocni wspomnianą wcześniej cechę podmiotowości fotograficznej i pozwoli zachować badanym pełną kontrolę nad przekazywanymi treściami.

Ostatnim wyróżnionym na podstawie badań dylematem jest *wpływ technologii*:

Tak, no bo te w albumach rodzinnych są, są bardziej, ich celem, zapisem rodziny, czyli są pamiętnikiem rodziny. A te, a te zdjęcia na Facebooku są bardziej manifestacją danej, danej osoby. [20.M28.PO.ET]

Badani mają świadomość, że rodzaj technologii, za pośrednictwem której przechowywane i rozpowszechniane są zdjęcia, może wpływać na przekazywaną przez nie treść. Inne kanały skierowane są do innych grup odbiorców, jak również obejmują inne rodzaje prezentowanych wydarzeń i narracji. Włącza się to w opisaną wcześniej cechę kreacyjności: w zależności od dobranego medium tworzy się inne biografie. Stąd istotne jest, aby uczulić uczestników badań na te kwestie i zwrócić uwagę na wpływ technologii na wybierane zdjęcia. Można poprosić o zwrócenie uwagi na różnice pomiędzy wykorzystywanymi przez badanych depozytoriami zdjęć, a rozmowa na ten temat może być dodatkowym źródłem refleksji. Taki postulat etyczny jest więc istotny również z punktu widzenia wiarygodności pozyskiwanego materiału.

## Podsumowanie

Zwiększona refleksja nad dylematami etycznymi badań społecznych – w tym nad etyką badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii – jest bez wątpienia zjawiskiem pozytywnym i istotnym z punktu widzenia dalszego rozwoju takich badań. Jest szczególnie istotna w kontekście rozwoju podejść partycypacyjnych, które ukierunkowane są nie tylko na cele poznawcze, ale także na generowanie zmian społecznych.

Celem tekstu była rekapitulacja podstawowych założeń etycznych dotyczących badań wizualnych, w tym w szczególności badań biograficznych wykorzystujących fotografię. Świadoma zgoda oraz anonimowość – klasyczne dylematy etyczne funkcjonujące z perspektywy badacza – zostały rozszerzone o dylematy związane z perspektywą badanych: intymność i emocjonalność, selekcyjność, bezrefleksyjność, wpływ technologii. Te ostatnie powinny zostać włączone do zakresu etycznych wskazówek dotyczących badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii. Jest więc istotne, aby tworzone formularze, kodeksy czy wyjaśnienia uzupełnić o te elementy, które pochodzą z doświadczeń samych badanych – lub szerzej: codziennych użytkowników fotografii. Pokazuję w ten sposób, że dbałość o etykę badań jest jednocześnie dbałością o trafność i rzetelność samego procesu zbierania danych. Dlatego też uważam, że lepszym rozwiązaniem niż tworzenie ścisłych kryteriów etycznych jest raczej wskazywanie na obszary, które w tym temacie są kluczowe. To w ich ramach badacz i badany mogą wspólnie podejmować decyzje dotyczące etyki badań biograficznych wykorzystujących fotografię, a szerzej: etyki badań społecznych w ogóle.

## Bibliografia

- Banks Marcus (2009) *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*. Przełożył Paweł Tomanek. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Berger John (1999) *O patrzeniu*. Przełożył Sławomir Sikora. Warszawa: Aletheia.
- Berger John (2011) *Zrozumieć fotografię*. Przełożył Krzysztof Olechnicki [w:] Maciej Frąckowiak, Krzysztof Olechnicki, red., *Badania wizualne w działaniu*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana, s. 203–207.
- Boyd Danah (2014) *It's complicated. The social lives of networked teens*. New Haven, London: Yale University Press.
- Brighenti Andrea Mubi (2010) *Visibility in Social Theory and Social Research*. Hampshire, New York: Palgrave Macmillan.
- Burnett Ron (2004) *How images think*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Büscher Monika, Urry John, Witchger Katian (2011) *Introduction: mobile methods* [w:] Monika Büscher, John Urry, Katian Witchger, eds., *Mobile methods*. Abingdon, New York: Routledge, s. 1–19.
- Chaplin Elizabeth (2011) *The Photo Diary as an Autoethnographic Method* [w:] Eric Margolis, Luc Pauwels, eds., *The Sage Handbook of Visual Research Methods*. Los Angeles, London, New Dehli, Singapore, Washington: Sage Publications, s. 241–262.
- Cox Susan i in. (2014) *Guidelines for Ethical Visual Research Methods*. Melbourne: The University of Melbourne [dostęp 23 sierpnia 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://vrc.org.au/guidelines-for-ethical-visual-research-methods>>.
- Crary Jonathan (1999) *Suspensions of Perception. Attention, Spectacle, and Modern Culture*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Emmison Michael, Smith Phillip (2007) *Researching the Visual. Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage Publications.
- Foster Hal (ed.) (1988) *Vision and Visuality*. Seattle: Bay Press.
- Freedberg David (2005) *Potęga wizerunków. Studia z historii i teorii oddziaływania*. Przełożyła Ewa Klekot. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Gardner Howard, Davies Katie (2013) *The App Generation. How today's youth navigate identity, intimacy and imagination in a digital world*. New Haven, London: Yale University Press.
- Guta Adrian i in. (2014a) *HIV CBR Ethics Fact Sheet #5: Informed consent. Improving the Accessibility of Research Ethics Boards for HIV Community-Based Research in Canada, Toronto, ON* [dostęp 23 sierpnia 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.hivethicscbr.com/#documents>>.
- Guta Adrian i in. (2014b) *HIV CBR Ethics Fact Sheet #4: Ethical issues in visual image-based research. Improving the Accessibility of Research Ethics Boards for HIV Community-Based Research in Canada, Toronto, ON* [dostęp 23 sierpnia 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.hivethicscbr.com/#documents>>.
- Harrison Barbara (2004) *Snap Happy: Toward a Sociology of „Everyday” Photography* [w:] Christopher J. Pole, ed., *Seeing is Believing? Approaches to Visual Research*. Amsterdam, San Diego, Oxford, London: Elsevier, s. 23–39.
- Holliday Ruth (2004) *Reflecting the Self* [w:] Caroline Knowles, Paul Sweetman, eds., *Picturing the Social Landscape. Visual methods and the sociological imagination*. London, New York: Routledge, s. 49–64.
- Hunt Lynn, Schwartz Vanessa R. (2010) *Editorial. Capturing the Moment: Images and Eyewitnessing in History*. „Journal of Visual Culture”, vol. 9, no. 3, s. 259–271.
- Krajewski Marek (red.) (2012) *Niewidzialne miasto*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana.
- Margolis Eric, Pauwels Luc (eds.) (2011) *The Sage Handbook of Visual Research Methods*. London, Thousand Oaks, New Dehli, Singapore: Sage Publications.

McLuhan Marshall (2004) *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Przełożyła Natalia Szczucka. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.

Mirzoeff Nicholas (2016) *Jak zobaczyć świat*. Przełożył Łukasz Zaremba. Kraków, Warszawa: Wydawnictwo Krakater, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie.

Mitchell Claudia (2011) *Doing Visual Research*. Los Angeles, London, New Dehli, Singapore, Washington: Sage Publications.

Mitchell William J. T. (2011) *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*. Chicago: University of Chicago Press.

Mok Tze Ming, Cornish Flora, Tarr Jen (2014) *Too much information: visual research ethics in the age of wearable cameras*. „Integrative Psychological and Behavioral Science”, 49(2), s. 309–322.

Olson David R. (2010) *Papierowy świat. Pojęciowe i poznawcze implikacje pisania i czytania*. Przełożyła Marta Rakoczy. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Pauwels Luc (2015) *Reframing Visual Social Science. Towards a More Visual Sociology and Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pink Sarah (2009a) *Doing Sensory Ethnography*. Los Angeles, London, New Dehli, Singapore, Washington: Sage Publications.

Pink Sarah (2009b) *Etnografia wizualna. Obrazy, media i przedstawienie w badaniach*. Przełożyła Maria Skiba. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Prosser Jon, Clark Andrew, Wiles Rose (2008) *Visual Research Ethics at the Crossroads*. NCRM Working Paper. Realities, Mor-

gan Centre, Manchester, UK [dostęp 28 września 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://eprints.ncrm.ac.uk/535/>>.

Rogowski Łukasz (2008) *Album fotograficzny jako (re)konstrukcja biografii* [w:] Jerzy Kaczmarek, red., *Do zobaczenia. Socjologia wizualna w praktyce badawczej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s. 133–150.

Rogowski Łukasz (2016) *Funkcje zdjęć w wywiadach fotograficznych*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 12, nr 4, s. 78–99.

Rogowski Łukasz (2018) *Spoleczna percepcja szans i zagrożeń korzystania z nowych technologii komunikacyjnych*. „Kultura i Edukacja”, nr 1(119), s. 177–193.

Rouillé Andre (2007) *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*. Przełożył Oskar Hedemann. Kraków: Universitas.

Schirato Tony, Webb Jen (2004) *Reading the visual*. Crows Nest: Allen & Unwin.

Turner Victor, Turner Edith L. B. (2009) *Obraz i pielgrzymka w kulturze chrześcijańskiej*. Przełożyła Ewa Klekot. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Van Dijck José (2008) *Digital photography: communication, identity, memory*. „Visual communication”, vol. 7, no. 1, s. 57–76.

Wiles Rose i in. (2008) *Visual Ethics: Ethical Issues in Visual Research*. NCRM Working Paper. n/a. (Unpublished) [dostęp 23 sierpnia 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://eprints.ncrm.ac.uk/421/>>.

Wiles Rose i in. (2012) *Anonymisation and visual images: issues of respect, 'voice' and protection*. „International Journal of Social Research Methodology”, vol. 15:1, s. 41–53.

## Cytowanie

Rogowski Łukasz (2019) *Etyczne dylematy badań biograficznych z wykorzystaniem fotografii: perspektywa badaczy i badanych*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 15, nr 2, s. 58–74 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <[www.przegladsocjologii-jakosciowej.org](http://www.przegladsocjologii-jakosciowej.org)>. DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.15.2.04>.

## **Ethical Dilemmas of Biographical Research Using Photography: The Perspective of Researchers and Informants**

**Abstract:** The paper presents basic assumptions concerning ethical dilemmas in biographical research using photography. The starting point is the indication of tradition of using photography in biographical research and the specification of features of visual culture in the context of biographical research. Then the main ethical dilemmas of visual research are described – informed consent and anonymisation processes. They are confronted with dilemmas based on empirical research results that arise from the users of photography as a medium for preserving and communicating biography.

**Keywords:** research ethics, visual research, biographical research, photography, visual biographical research