

Jacek Z. Górnikiewicz

RTV w polskim domu — co badacz społeczeństw
może wyczytać z fotografii

Wprowadzenie

Od początku publicznego funkcjonowania, telewizja była opisywana jako medium potencjalnie wartościowe, ale praktycznie bardzo groźne, jako zakłócające życie rodzinne, urągające tradycyjnym hierarchiom wartości, skłaniające ku dewiacyjnym zachowaniom, mające iluzję prawdziwego świata. Z drugiej strony, medium to było niezwykle popularne. Do niedawna w licznych krajach telewizor był eksponowany jako najważniejsze urządzenie wyposażenia domowego. Dramatyczny rozwój techniki ostatnich dziesięcioleci zaowocował wynalazkami, które mogą być poważnymi konkurentami telewizji. Przykładem tego jest komputer.

Poważnym przeobrażeniem mogły ulec funkcje telewizji w rodzinnej codzienności. Jak nadal ważny jest telewizor w polskim domu? Jak bardzo wciąż jest meblem niezwykłym? Jak bardzo jest rodzinnym „oltarzykiem”, regularnie skupiającym przed sobą domowników? Jak bardzo nadal stanowi centrum rozrywek różnych? Jak bardzo służy celom praktycznym, zapewniając dostęp do użytecznych danych? Na bazie fotografii przedstawiających sprzęt telewizyjny w domach prawie stu studentów pedagogiki Uniwersytetu w Białymstoku, dokonano próby odczytania treści dostępnych na pozyskanych zdjęciach, posługując się jakościową strategią badawczą. Dodatkowe informacje zapewniono sobie w formie komentarzy na temat fotografowanych obiektów. W rezultacie zgromadzono ciekawy bogaty materiał, który poddano transkrypcji, a następnie wielowątkowej analizie. Uzyskane wyniki pozwoliły na sformułowanie niebanalnych wniosków na temat miejsca telewizji w życiu domowym mieszkańców północno-wschodniej Polski.

Wizualizacja ponowoczesnej cywilizacji — a sens badań społecznych bazujących na materiale ikonycznym

Wartość fotografii jako ważnego bogatego źródła informacji w badaniach społecznych jest zaznaczona w licznych publikacjach naukowych. Znaczenie to wyraźnie rośnie w czasach obecnych. Według Piotra Sztompki, ciągle żyjemy w epoce Gutenberga, ale coraz wyraźniej zarysowują się kontury nowej cywilizacji wizualnej, kolosalna rola telewizji i wideo, coraz większa rola Internetu, renesans kina, obecność billboardów, graffiti, wystaw i pomników; obrazem wsparte sms-y i e-maile, wystrój czolowych stron pism, zawartość graficzna szkolnych podręczników; pokazy mody, koncerty na stadionach, spektakle sportowe. We współczesnym świecie obraz coraz bardziej konstruuje i artykułuje spostrzeganie świata. Wrażliwość wizualna wspiera drażliwość tekstową (a nawet niekiedy ją wypiera). Komunikację społeczną zdominowały przekazy oparte na technikach rekonstruujących i odtwarzających audiowizualne aspekty wielowymiarowości świata i zachowań ludzi. Wspomniany nowy typ komunikacji reinterpretuje sytuację antropologiczną, poddaje semiotyzacji to, co wcześniej niezauważalne, nadaje temu wartość. Według Susan Sontag, obraz zaczyna zastępować rzeczom rzeczywistość. Poznając świat w pierw z filmów i fotografii, ludzie są zawiedzeni później spotkaniem z oryginałem¹.

Podczas sortowania pozyskiwanych materiałów brane jest pod uwagę otoczenie społeczeństwa — ekologiczne i sztuczne, w różnej skali — np. miast, ulic, mieszkań prywatnych itp. (rozmieszczenie ulic, obecność specyficznych obiektów — np. pomników). Listę kategorii socjologicznych przydatnych do klasyfikowania elementów mieszkań zapewnił m.in. Harold Higgins w publikacji z 1994 roku². Zaznaczana jest duża wartość poznawcza materiału ikonycznego w badaniach społecznych. W przypadku socjologów nastawionych na penetrowanie świata realnego — bardziej chodzi o fotografię niż rysunki oraz inne wytwory graficzne będące w dużej mierze wytworem imaginacji twórców, mówiące często bardziej o ich indywidualnych właściwościach psychicznych niż o realiach otaczającego świata.

¹ Za P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Warszawa 2005, s. 13.

² Ibidem, s. 44.

Inspiracje i koncepcja badania własnego

Inspiracji do podjęcia tematu dostarczyły rezultaty szeroko zakrojonych jakościowych badań socjologicznych dokumentujących pierwszoplanową obecność telewizora w codziennym życiu obywateli trzydziestu krajów. Wspomniany projekt badawczy z minionego dziesięciolecia dotyczył usytuowania w domach elementów wyposażenia — ważnych z punktu widzenia domowników, występujących w rolach fotografujących dokumentalistów. Ustalono, że na wszystkich zdjęciach występował telewizor jako swoiste „kulturowe uniwersalium” naszych czasów³. Obok szeroko opisanej niemałej wartości poznawczej samych fotografii, nie bez znaczenia jest również możliwość szybkiego utworzenia ich koniecznej kolekcji dla realizacji przyjętych celów, a także łatwość zadania w odczuciu samych badanych — wchodzących w role dostarczycieli materiału ikonicznego. Wybór tematu wystąpienia wynikał także z chęci kontynuowania wcześniejszych badań własnych bazujących na danych natury ikonicznej, dotyczących pozycji komputera w życiu codziennym dzieci oraz studiującej młodzieży⁴.

Postanowiono odpowiedzieć na pytanie, jak ważne są urządzenia radiowo-telewizyjne w życiu domowym przedstawicieli młodego pokolenia Polaków studiujących zaocznie pedagogikę — przyszłych nauczycieli, terapeutów i opiekunów. Uwagę ograniczono do środowiska osób wiodących życie na terenie Białostoczczyzny, w części kraju mniej zurbanizowanej i kojarzonej z prowincją, statystycznie gorzej wyposażonej w infrastrukturę medialną, potencjalnie bardziej narażonej na utrudnienia w korzystaniu z możliwości nowych mediów. Oczekiwano, iż we wskazanym obszarze kraju telewizor może mieć wciąż duże znaczenie, relatywnie nawet większe od urządzeń medialnych nowej generacji, w tym komputera. Aby nie ograniczać ewentualnych wyborów badanych tylko do rzeczy związanych z techniką medialną, poproszono ich o zaprezentowanie fotografii jakiegokolwiek rzeczy uważanej za ważną w swoim domu. Uznano za interesujące zorientowanie się, jaki odsetek wśród przedmiotów przedstawionych przez badanych stanowią urządzenia techniczne, w tym medialne. Ponadto poproszono o krótkie komentarze do nadesłanych fotografii, uzasadniające dokonane wybory. Zabieg ten pozwolił przyjąć perspektywę badanych i ich własną odpowiedź na pytanie, dlaczego

³ Ibidem, s. 43

⁴ J. Z. Górnikiewicz, K. Borawska, *Komputer i inne cuda techniki — oczyma dziecka*, [w:] *Wymiary ekspresji dziecięcej. Stymulacja — samorealizacja — wsparcie*, K. Krasoń, B. Mazepa-Domagala (red.), Katowice 2005, s. 175-188.

dana rzecz jest ich zdaniem szczególnie ważna. Bowiem według Piotra Sztompki, fotografujemy nie poprzez obiektyw (aparatu), co „subiektyw” (naszej psychiki); w fotografii zostają zakodowane nie tylko dane o obiektyw-nie istniejącym świecie zewnętrznym, ale także o autorze, o jego indywidualnych cechach i społecznych powiązaniach. Te informacje można odkodować, odczytać i zinterpretować, jako wytwór danego człowieka, związany z jego aktywnością.

Fotografia ma znaczenie społeczne: jest tworzona przez ludzi, o ludziach, i jest doświadczana przez ludzi (obraz — audytorium). Każdy z tych trzech aspektów jest nie całkiem przejrzysty, kryjąc w sobie jakąś zagadkę⁵. Oczeki-wano więc, że zebrany materiał pozwoli na rozważenia w trzech obszarach spraw: co nadawcy graficznych obiektów (nierzadko ich autorzy) przekazali — a co mogli chcieć przekazać? Jakie przesłanie zapewniał sam obraz — nie-zależnie od ujawnionych deklaracji nadawców? Co badacz (autor wystąpienia) może wyczytać z treści obrazu — szanując swoje merytoryczne przygotowa-nie, ale także nieformalne osobiste nastawienie? Ponadto, jaka jest wymowa pozyskanego materiału — w kontekście wybranych cech indywidualnych studentów objętych sondażem — a także, czego nie da się wyczytać, mimo wcześniejszych pozytywnych oczekiwań?

W celu szybkiego zebrania fotografii wraz z komentarzami skorzysta-no z łączności elektronicznej z badanymi poprzez Internet, otrzymując tą drogą potrzebne materiały ikoniczne i tekstowe w formie plików. Pozwoliło to na dokładną ewidencję nadsyłanych danych (od kogo, kiedy?), ewentual-ną korespondencję, a także na dysponowanie dodatkowymi informacjami o pozyskiwanych obiektach (np. pojemność plików graficznych, źródło ich pochodzenia, wielkość tekstów mierzona liczbą wyrazów). Rozpoznane cechy obiektów oraz ich nadawców pozwoliły na wstępne określenie stanu otwarto-ści badanych wobec przyjętego zadania — na mniej lub bardziej wstrzeźmi-łiwe zaprezentowanie wybranej przez siebie „ważnej rzeczy w domu”. Wpisując uzyskane dane do arkusza kalkulacyjnego, przede wszystkim można było szybko ustalić statystyczną ważność przedmiotów medialnych w odczuciu badanych — wśród innych kategorii sprzętu domowego użytku. Ponadto zebrany materiał pozwolił także na próbę jakościowej analizy danych⁶.

⁵ P. Sztompka, *Socjologia wizualna...*, op. cit., s. 76.

⁶ *Jakościowe orientacje w badaniach pedagogicznych. Studia i materiały*, D. Urbaniak-Zajac, J. Piekarski (red.), Łódź 2001; T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe. (Wydanie drugie poprawione i rozszerzone)*, Warszawa 2001.

Wyniki sondażu — wstępnie

Sondażem objęto studentów zaocznych II roku pedagogiki Uniwersytetu w Białymstoku, reprezentujących specjalność opiekuńczo-wychowawczą. Czas nadsyłania fotografii ważnej rzeczy wraz z komentarzem — w zamyśle dziesięciodniowy — trwał kilkakrotnie dłużej. Można przyjąć, że jakieś znaczenie dla ewentualnej kategoryzacji nadesłanych fotografii może mieć czas odroczenia przesyłki, w krańcowych przypadkach dziesięciokrotnie dłuższy od zamierzonego. Uwzględniono ponadto kilka innych wskaźników stanu zaangażowania się badanych w sondaż, poza akuratnością w dotrzymaniu umówionego terminu przesyłki: liczba i jakość przesłanych fotografii, jakość formy ich ekspozycji (od prostych plików po prezentacje multimedialne), jakość komentarza do zdjęć (od równoważników zdań po długie wypracowania), stan intymności przekazu (jakość fotografii ze względu na zawartość informacji o wnętrzu domowym autorów przesyłek). Podobnie płeć studentów, w przewadze kobiet, może mieć różnicujące znaczenie dla wyników sortowania pozyskanych obiektów graficznych. Spośród grupy 113 studentów wytypowanych do projektowanego sondażu uzyskano materiały od 65 studentów, więcej niż od co drugiej osoby. Pozostałe 48 osób mogło nie dosłać obiecanych przesyłek z powodu wciąż bardzo niskich kompetencji użytkownika Internetu, braku własnego konta pocztowego oraz utrudnionego dostępu do kont pośredników, z powodu braku możliwości wykonania fotografii.

Według Piotra Sztompki, wśród społecznych obiektów i zjawisk fotografowanych występuje hierarchia ważności, ze względu na potrzeby poznawcze i metodologiczne socjologii. Chodzi o pewne z góry przyjęte ramy tematyczne, na podobieństwo „inwentarzy do obserwacji terenowej” przygotowanych przez Bronisława Malinowskiego na rzecz projektowanych badań na wyspach Trobriandzkich. Wspomniany autor zaproponował rodzaj matrycy uwzględniającej różne konteksty i aspekty życia społecznego. (Konteksty, czyli typowe dziedziny życia społecznego, ważne na co dzień i od święta). Przyjął on listę piętnastu kontekstów, poczynając od egzystencjalnie ważnych (np. dom, praca, konsumpcja, podróże, choroba, śmierć); a kończąc na tych, które wyrażają imperatywy zbiorowości (np. edukacja, religia). W każdym z wyodrębnionych kontekstów wykazał sześć aspektów życia społecznego: jednostki, działania, interakcje, zbiorowości, kultura i otoczenie⁷.

⁷ *Jakościowe orientacje...*, op. cit., s. 36-45.

W badaniu własnym przyjęto perspektywę pedagogiczną Stefana Kunowskiego, w związku z czym nawiązano do kategoryzacji spraw ważnych dla rozwoju człowieka. Pozwoliło to na wyodrębnienie pięciu sfer ludzkiej egzystencji, jednocześnie będących poziomami coraz większej dojrzałości społeczno-moralnej: biologicznej, psychologicznej, społecznej, kulturowej i duchowej⁸. Poszczególne fotografie pozyskane od studentów zostały posortowane według możliwie największego przystawania do jednego z wymienionych „światów ludzkiej egzystencji”. Z nadesłanych wraz z fotografiami komentarzy wynikało, że wiele rzeczy wskazanych na zdjęciach pełniło kilka funkcji naraz — odnosząc się do różnych sfer ludzkiej egzystencji. Najczęściej nie można było łączyć jednej rzeczy typowanej przez uczestników sondażu z wyłącznie jedną sferą życia i tylko jedną kategorią potrzeb.

Stan otwartości badanych studentów — w jaki sposób i jak bardzo wyekspowowali to, co dla nich ważne

Nadesłany materiał, bardzo urozmaicony również pod względem jakości pozyskanych prac, zachęcił do uwzględnienia stanu zaangażowania badanych w sondaż, w tym — stanu otwartości studentów dotyczącego ujawnienia szczegółów wnętrza domu rodzinnego:

- **terminowość przesyłek.** Zamierzano uzyskać w ciągu 10 dni materiał ikoniczny (po jednej fotografii) od studentów, dotyczący ich zdaniem rzeczy ważnej w domu rodzinnym. Liczono również na umówiony komentarz stanowiący zwięzłe uzasadnienie dokonanego wskazania. Założono, iż spodziewane elektroniczne przesyłki nie będą kłopotliwe dla studentów, gdyż są szybkie i darmowe, niewymagające materialnych nakładów czy wizyty w urzędzie pocztowym. Fotografie można z powodzeniem wykonać przy pomocy powszechnie dostępnych telefonów komórkowych nowszej generacji, wyposażonych w odpowiednią opcję. Pierwsze przesyłki dotarły na początku lutego 2006 roku, w ciągu tygodnia od chwili przekazania prośby. Jednak następne materiały docierały coraz wolniej; ostatnie z nich wzięte pod uwagę w tym raporcie zostały wysłane dopiero w maju;
- **liczba i jakość fotek.** Niektórzy studenci przysłali po dwa obrazki dotyczące dwu różnych rzeczy — nie mogąc zdecydować, która z nich jest ważniejsza. Wyjątkowo jedna osoba zapewniła trzy obrazki tej samej rzeczy

⁸S. Kunowski, *Podstawy pedagogiki współczesnej*, Łódź 1981.

sfotografowanej z różnych stron (różańca). Postać elektroniczna nadesłanych obrazków pozwoliła także na automatyczne określenie jakości fotografii — mierzonej rozdzielczością obrazka i pojemnością pliku (zajmowaną pamięcią). Zdecydowana większość plików związana była z fotografiami wykonanymi przez badanych lub ich otoczenie (duży format, format JPG, pojemność przekraczająca 0,2 MB). Z drugiej strony, nadesłano również pliki o bardzo małej pojemności, o treści i nazwach wskazujących na ściągnięcie ich z zasobów Sieci. Obrazki te nie tyle dotyczyły faktycznych domowych plenerów, co tylko symbolizowały rzeczy typowane jako ważne;

- **jakość formy.** Generalnie, zdecydowana większość osób postąpiła zgodnie z instrukcją, przysyłając krótki komentarz w polu tekstowym poczty elektronicznej, załączając plik z fotografią rzeczy uznanej za ważną w swoim domu. Niektóre osoby pozwoliły sobie na podanie informacji w postaci ilustrowanego obrazkiem wypracowania wykonanego w edytorze tekstów MS Word; ale także w formie multimedialnych prezentacji wykonanych w programie MS Power Point;

- **komentarze do zdjęć.** O stanie otwartości studentów w eksponowaniu rzeczy ważnych świadczyły także tekstowe komentarze dołączone do fotografii: od krótkich po rozbudowane, od opatrzonych emocjonalnymi ikonami po bardzo zdawkowe i zdystansowane. Zdarzyły się także komentarze jednozdaniowe lub (wyjątkowo) pozbawione komentarza;

- **intymność.** Z niektórych cech nadesłanych plików graficznych można było wywnioskować, iż część studentów zdecydowała się nadesłać fotografie wyszukane w Internecie, jedynie ilustrujące ważne rzeczy w ich domu, stąd niedokumentujące faktycznego wyglądu tych urządzeń ani ich lokalizacji w realnym miejscu przestrzeni domowej. Można więc przyjąć albo mniejszą skłonność tych osób do zapewnienia wglądu w przestrzeń swoich domów, albo trudności z wypełnieniem zadania, np. z powodu braku odpowiedniego sprzętu (m.in. kamery cyfrowej, skanera). W przypadku fotografii pobranych z Internetu, niektóre nazwy zostały zmodyfikowane (spolszczone), a inne pozostawione w oryginalnym stanie.

Media/RTV wśród innych rzeczy domowych, co okazało się ważne

Zebrany materiał pozwala na ostrożne zdystansowanie się do twierdzeń sprzed dziesięciu laty o telewizji jako „kulturowym uniwersalium” naszych czasów. Jeśli w drugiej połowie minionego stulecia zdanie takie było uzasad-

Tabela 1. Rzeczy ważne wskazane na zdjęciach przez studentów (ze 113 badanych), którzy wykonali zadaną im pracę, w aspekcie przynależności do jednej z pięciu sfer ludzkiego życia*

Sfera fizyczna	Sfera psychiczna	Sfera społeczna	Sfera kulturowa	Sfera duchowa
<ul style="list-style-type: none"> • kanapa (4x) • stół (4x) • krzeselko (1x) • komoda (1x) • lodówka (1x) • biurko (1x) • zegar (4x) • świecznik (1x) • koszula (1x) 	<ul style="list-style-type: none"> • filizanka (3x) • kubek (2x) • lustro (1x) • pluszowa małpka (1x) • kot (1x) • pies (1x) • podkowa (1x) • łóżko + książka (1x) 	<ul style="list-style-type: none"> • bransoleta (1x) • banknot (1x) • własny pokój (1x) 	<ul style="list-style-type: none"> • obraz (1x) • półka z książkami (1x) • radio (2x) • telefon stacjonarny (1x) • telewizor (3x) • odtwarzacz cyfr. muz. (2x) • wieża muz. (2x) • telefon komórkowy (6x) • komputer (x11) • komputer + Internet (1x) 	<ul style="list-style-type: none"> • różaniec (1x) • obraz Chrystusa (1x) • widok kościoła w oknie (1x)

* W nawiasach podano częstość wskazań poszczególnych rzeczy, przydział w oparciu o treść komentarzy dołączonych do fotografii)

nione, obecnie — na początku kolejnego stulecia — utraciło swą aktualność — także w odniesieniu do obszaru Polski, słabiej wyposażonego w sprzęt medialny nowej generacji bazujący na cyfrowych nośnikach informacji, gdzie telewizja mogła wciąż zachowywać relatywnie silną pozycję. Wśród rzeczy związanych z szeroko rozumianymi mediami, równie często co radiodbiornik lub telewizor wskazywano cyfrowe urządzenia do odtwarzania muzyki, częściej — telefony komórkowe, a najczęściej — komputery. Wyjątkowo dwa wskazania dotyczyły książki. Z drugiej strony, wśród 65 studentów biorących udział w opisywanym specyficznym plebiscycie rzeczy ważnych, zaledwie niespełna połowa (28 studentów) wskazała na urządzenia medialne jakichkolwiek epok w rozwoju technicznym ludzkości, w większości preferując inne części domowego wyposażenia.

Szczególnie często wybierano rzeczy dostarczające wytchnienia i przyjemności, zapewniające równoczesną realizację potrzeb organicznych (głównie fizjologicznych), psychicznych i społecznych. Stąd dla znacznego odsetka badanych wygodna leżanka oraz stół zbierający domowników okazały się ważniejsze od technicznych gadżetów. Skłonność do zaakcentowania ważności spełnień „potrzeb trzewi” (a przy tym — prostych potrzeb psychicznych) za-

znaczyła się w przypadku typowania kubków i filiżanek, zapewniających codzienną porcję ulubionego napoju, zwykle kawy smakowanej ranną porą.

Można też było zauważyć znaczenie przeważającego udziału kobiet w opisywanym projekcie, zapewniających w kolekcji rzeczy ważnych obecność sprzętowi gospodarstwa domowego (np. lodówce), a także przedmiotom służącym polepszeniu mniemania o swej atrakcyjności fizycznej (lusterko, bransoleta). Ponadto za „bardzo kobiece” można uznać wskazania zaznaczające sentymentalną naturę niektórych uczestników sondażu: koszulę chłopaka — sympatii, czy reprodukcję znanego obrazu — pamiętkę po bliskiej osobie. Być może także specyficzne dla kobiet okazało się wskazywanie na domowe zwierzątka (małe pieski i kotka) jako rzeczy ważne, służące (jeśli zaufać załączonym komentarzom) za rodzinne żywe maskotki.

Wyjątkowe w badanej zbiorowości studentów okazały się trzy wskazania rzeczy, mogących przywoływać skojarzenia ze skłonnościami natury duchowej, z potrzebą osobistego rozwoju. Były nimi: różaniec, tkanina przedstawiająca Chrystusa cierpiącego, oraz widok świątyni za oknem (notabene obiekt trudny do zaklasyfikowania jako „rzecz”, a tym bardziej jako „domowa”). Jeśli można książki tradycyjnie odnosić do świata rzeczy mających znaczenie dla rozwoju osobistego, to badani studenci wskazali raczej na ich przydatność natury relaksacyjnej lub informującej. Książka czytana w łóżku przed zaśnięciem może być kojarzona raczej z próbą wypoczynku i ułatwienia sobie szybkiego zaśnięcia niż z ambicjami w zakresie rozwoju duchowego.

RTV wśród rzeczy ważnych. Co ujawnili badani studenci w uzasadnieniu swoich wyborów

Ważność mediów zwerbalizowana w komentarzach dołączonych do zdjęć pozwoliła na wyodrębnienie pięciu kategorii uzasadnień na temat rzeczy wskazanych jako ważne. Mam na myśli ważność: fizyczną, psychiczną, społeczną, kulturową i duchową. Wszyscy badani bez wyjątku wskazywali na ważność typowanych przedmiotów rozumianą w znaczeniu pozytywnym. Mogło budzić pewne zdziwienie, że nikt spośród nich nie zauważył „negatywnej ważności” jakiegokolwiek rzeczy — z powodu wywoływanego przez nią lęku czy niepewności, lub choćby tylko rzeczy kojarzonej z negatywnymi sprawami.

Przykładowe stwierdzenia argumentujące ważność poszczególnych rzeczy:

· „Stół odgrywa w naszym domu spore znaczenie, ponieważ każdy codziennie ma swoje sprawy, swoją pracę i kiedy w końcu wszyscy wrócą, zasiadamy razem do posiłku i rozmawiamy” (Monika).

· „Filiżanka ma dla mnie szczególną wartość. Bo jest ona moja i tylko ja z niej korzystam. Co rano to moje usta obejmują filiżankę sącząc z niej aromatyczną wartość parzonej kawy. Jej delikatne kolory — niewinna biel mieszana ze złocistymi barwami sprawiają, że lubię, na nią przyglądać się nawet gdy jest ona pusta” (Iza).

· „To jest mój przyrząd do ćwiczeń, dzięki któremu poprawiam kondycję. Przepraszam, że się nie przedstawiłam: Ma”.

· „Ważną rzeczą w moim domu jest dla mnie telewizor, ponieważ dostarcza mi nie tylko rozrywki ale i wiele informacji dotyczących naszego kraju i świata”.

· „Komoda — to solidny fundament rodzinnego domu; szuflady komody — to uporządkowane etapy życia rodzinnego; zapalona lampka na komodzie — to ciepło rodzinnego domu, spokój, ukojenie, wyciszenie „Tomek”.

Z przytoczonych wypowiedzi wynika, iż sprzęt RTV służy badanym głównie do rozrywki oraz uzyskiwaniu bieżących informacji o świecie, podczas gdy komputer i popularna „komórka” pełnią funkcje związane z zaspokajaniem potrzeb różnych warstw rozwojowych człowieka (poza fizyczną i duchową), bawiąc, zapewniając społeczną komunikację, a przy tym wymierne korzyści natury czasowej i ekonomicznej (por. tabela 2).

„Mowa obrazu” — w jaki sposób można odczytać zebrany materiał ikoniczny na temat RTV?

Jeśli interpretujemy dzieło (a nie autora), szukamy wspólnych dla danej kultury reguł sensu. Zgodnie z tą optyką, obraz fotograficzny jest znakiem lub układem znaków, które mają określone znaczenia kulturowe. Semiologia, nauka o funkcjonowaniu znaków w społeczeństwie, pozwala na rozłożenie obrazu na części i przesłedzenie, jak każdy z nich funkcjonuje w odniesieniu do szerszego systemu znaczeń. Podstawowe pojęcie semiologii to znak. Znak to układ/relacja między tym, co jest oznaczane (przedmiot, zjawisko) a tym, co jest znaczące (treści związane z danym przedmiotem lub zjawiskiem)⁹. Przy czym obraz narzuca się zmysłom bardziej bezpośrednio, niż słowo. Ana-

⁹ P. Sztompka, *Socjologia wizualna...*, op. cit., s. 81.

Tabela 2. Typowe uzasadnienia ważności sprzętu RTV i innych urządzeń medialnych, z próbą odniesienia ich do pięciu sfer ludzkich potrzeb

Uzasadnienia wyborów wskazanych rzeczy	Sfery ludzkich potrzeb*				
	1	2	3	4	5
„Ważną rzeczą w moim domu jest dla mnie telewizor, ponieważ dostarcza mi nie tylko rozrywki, ale i wiele informacji dotyczących naszego kraju i świata” (Iza).	-	+	-	+	-
„Umieściłam na zdjęciach telewizor i sprzęt komputerowy, ponieważ są to przedmioty, dzięki którym każdy z członków rodziny ma dostęp przede wszystkim do ogromnego zasobu informacji o świecie, ale i rozrywki (teatr, film, muzyka). Przedmioty te w znacznym stopniu pozwalają na rozwijanie się w różnych dziedzinach, pomagają w nauce, a także są jedną z form relaksu dla całej rodziny” (Ewa).	-	+	+	+	-
„Dzień dobry! Moje stanowisko pracy wraz z komputerem jest mi bardzo ważne, gdyż jest to nieodłączny element mego dnia i codziennie spędzam tu większość czasu” (Karol).	-	+	-	+	-
„Wybrałam komputer, ponieważ jest mi niezbędny w przygotowaniu się do nauki i pracy. Wybrałam komputer, gdyż jest on niezbędny mi w pracy i w szkole” (Ania).	-	-	-	+	-
„Komputer z monitorem. Jest to ważna rzecz, ponieważ po całym tygodniu pracy mogę porozmawiać i zobaczyć dwie ważne osoby w moim życiu” (Elwira).	-	+	+	-	-
„Ważny dla mnie przedmiot w moim domu: zdjęcie obrazuje discmana, sprzęt dający możliwość słuchania muzyki, ponieważ słucham muzyki codziennie jest on dla mnie ważnym przedmiotem w moim domu i nie tylko, ponieważ jest to sprzęt przenośny. Stoi on w moim pokoju obok telewizora i jest podłączony do mini-wieży. Wokół niego leżą różne podręczne przedmioty, które używam. Bardzo lubię muzykę i nie chciałabym się z nią rozstać” (Marta).	-	+	-	+	-
„Niezbędną rzeczą, dla mnie, bez której trudno byłoby mi się obejść, jest komputer. Mój wybór mogę uzasadnić w krótki i prosty sposób, a mianowicie jest szybkim i łatwym źródłem do niezbędnych mi informacji, pozwala mi utrzymać kontakt z przyjaciółmi, którzy mieszkają za granicą, a także z tymi, co mieszkają w naszym kraju oraz jest bardzo dobrym źródłem rozrywki (muzyka, filmy)” (Monika).	-	+	+	+	-
„Dla mnie w chwili obecnej niezbędny jest komputer. Związane jest to z moją pracą zawodową, jak również studiami. Ułatwia mi kontakt z innymi ludźmi” (Karolina).	-	+	+	-	-
„Dla mnie ważny jest telefon komórkowy, bo mogę mieć kontakt z ludźmi w każdej chwili” (Ania).	-	+	+	-	-
„Komputer, oczywiście. Ja mogłabym bez niego się obejść, ale moja rodzina nie!” (Ewa).	-	+	+	-	-
„W moim domu najważniejszym przedmiotem jest telefon komórkowy. Dzięki niemu mam stały kontakt z rodziną i znajomymi oraz mogę załatwić wiele spraw związanych z pracą i życiem prywatnym. Mogę też słuchać mp3, radia oraz robić zdjęcia” (Emilia).	-	+	+	+	-
„Komputer i Internet według mnie jest najbardziej funkcjonalną i praktyczną rzeczą, używaną przede mną każdego dnia. Dzięki niemu mam szybki dostęp do różnych źródeł informacji i aktualnych wiadomości z całego świata, które pomagają mi w edukacji” (Sylwia).	-	+	+	+	-
„Najważniejszą rzeczą w moim domu, jest mój telefon komórkowy Nokia 2600. Jak większość ludzi, tak i ja, nie mogę się bez niego obejść. W dzisiejszych czasach jest to wręcz niemożliwe” (Emilia).	-	+	-	-	-

* 1 = fizyczna; 2 = psychiczna; 3 = społeczna; 4 = kulturowa; 5 = duchowa

lizując obraz pod tym kątem, warto skorzystać z typologii znaków według Charlesa Peirce'a spopularyzowanych w połowie XX wieku: ikony (istotne podobieństwo pod względem kształtu z tym, co oznaczają); wskaźniki (wskazują na typową powtarzalną zależność — np. przyrodniczą — błyskawica w czasie burzy, ekonomiczną — frak u kelnera w dobrym lokalu, kulturową — choinka); symbole (umowne w kształcie, krzyż = chrześcijaństwo, flaga = państwo, znaki drogowe = jezdnia, gesty ręką = powitanie).

Pierwszy krok w analizie semiologicznej fotografii, to ustalenie jakie oraz jakiego rodzaju znaki znajdują się w obrębie danego obrazu.

Przystępując do przeglądania zawartości zdjęć przysłanych przez studentów uczestniczących w sondażu, wstępnie wzięto pod uwagę następujące kwestie:

- **figura — pionki — tło**; chodziło o ustalenie, co w danym obrazie jest ważne na pierwszym planie (wielkość, eksponowane miejsce, liczba szczegółów, jasność), co jest mniej ważne (być może jest dekoracją dla eksponowanej rzeczy), a co jest tylko tłem;

- **miejsce — usytuowanie w przestrzeni domowej**; chodziło o określenie, jak bardzo ujawniono miejsce lokalizacji danej rzeczy w domu, jak przypuszczalnie ważne jest to miejsce w przestrzeni domu, oraz jak dokładny wgląd zapewniono w otoczenie eksponowanej rzeczy;

- **kolorystyka — klimat**; chodziło o to, jakich barw użyto, jak jasnych lub ciemnych, jak urozmaiconych, jakie wrażenie emocjonalne wywołujących;

- **dynamika**; chodziło o rozpoznanie na obrazie ewentualnej akcji, np. zdarzenia z życia rodziny itp., albo odwrotnie — zaledwie foto-migawki ukazującej statyczny obiekt, wyizolowany z rzeczywistości życia domowego, oraz poprzez „przesadnie” akcentowane zbliżenie obiektu — uzyskanie efektu „zasłonięcia” szczegółów domowej sceny;

- **konteksty**; chodziło o zwrócenie uwagi na ewentualne relacje między eksponowanym obiektem a niektórymi cechami indywidualnymi i społecznymi ankietowanych w rolach autorów fotografii. Mógł to być dla przykładu stan ich otwartości na zadanie, stopień zaangażowania w realizowany projekt badawczy, ale także płeć, miejsce zamieszkania itp.;

- **przesłanie**; chodziło o próbę odczytania, co dostarczytel obrazu wraz z komentarzem mógł chcieć świadomie powiedzieć adresatowi przesyłki (pomysłodawcy badania) lub komukolwiek innemu oglądającemu daną fotografię, a co mógł przekazać mniej świadomie;

- **humor**; chodziło o wychwycenie ewentualnego humorystycznego

sensu w otrzymanym obrazie rzeczy ważnej, ewentualne dookreślenie — jaki rodzaj humoru został użyty.

W rezultacie przeglądu zebranych fotografii ustalono relatywnie częste występowanie następujących właściwości obrazów:

- duże zbliżenia; znaczna część obrazów zapewniała ogląd rzeczy wskazanych jako ważne, ale przesłaniających praktycznie całą przestrzeń obrazka (wypełniającą ramki zdjęcia);
- wypreparowane obiekty; na fotografiach przesłanych przez uczestników projektu względnie często ograniczono się do ukazania wyłącznie typowanych ważnych rzeczy, bez ukazania detali pozwalających wyrobić sobie opinię o porze dnia, składzie osobowym rodziny, przyzwyczajeniach i upodobaniach domowników;
- obrazki najczęściej charakteryzował koszarowy porządek, sugerujący nieobecność domowników lub wcześniejsze pozbawienie codziennego nieładu tego fragmentu domu, który przeznaczono do sfotografowania;
- wszystkie demonstrowane ekrany były matowe, nieczynne, i w tym znaczeniu „martwe”;
- zwierzęta wystąpiły na kilku obrazkach, przy braku choćby jednego domownika na którejś z nadesłanych fotografii;
- na większości nadesłanych zdjęć, dominowały zimne jednostajne kolory, co można było odczytać jako efekt wcześniejszych porządków i upozowanie obiektu do sesji zdjęciowej, albo zdystansowany stosunek domowników do danego sprzętu — używanego, ale nie otulonego innymi rzeczami, raczej „niezaprzyjżnionego” z rodziną;
- brak akcji; prezentowane na fotografiach „ważne rzeczy” nie dostarczały kanwy do opisu specyficznej sytuacji ilustrującej zdarzenie z życia danej rodziny, nie brały nawet statycznego udziału w żadnej dającej się zaobserwować scenie domowej;
- bez humoru; prezentowane obrazki — zwłaszcza mediów — nie nasuwały myśli, że ich dostarczyciele chcieli zaznaczyć jakiegokolwiek poczucie humoru.

Ważność RTV dla badanych studentów — w kontekście koncepcji Ericha Berne’a

Według autorów publikacji zajmujących się fotografią jako metodą badawczą w naukach społecznych, kod to system znaków, zasady ich używania i takie kombinacje współwystępowania, że przekazują sensowne dla odbiorcy

łożone znaczenia. Dla przykładu: kod pracy, kod rozrywki, kod artystyczny, kod inteligencji, kod dziennikarski. Według Sturken i Cartwright, rozpoznanie kodu zawartego w zdjęciu to ważny wstępny etap analizy semiologicznej. Obraz zostaje rozkodowany poprzez interpretację wskázówek znaczeń zamierzonych i niezamierzonych, doświadczając kolorów, kontrastu, perspektywy, głębi, oraz stylu zwracania się do odbiorcy. W rezultacie może zostać rozpoznany język wizualny, za pomocą którego obraz przemawia do patrzącego¹⁰.

Biorąc pod uwagę zgromadzone obrazki rzeczy wskazanych jako ważne — w powiązaniu z treścią objaśniających je komentarzy, można uznać przydatność specyficznego kodu znaczeń, bazującego na głównych założeniach koncepcji analizy transakcyjnej Ericha Berne'a¹¹. Mam na myśli rozróżnienie trzech stanów osobowości: Ja — Rodzic, Ja — Dziecko, Ja — Dorosły, przejawiające się w odmiennym zachowaniu: mimicznym, pantomimicznym, a także werbalnym. Wymienione kolejne stany Ja związane są z innymi formami strukturalizacji czasu: zabawą (Ja Dziecko), aktywnością ceremonialną (Ja — Rodzic), oraz czynnościami prowadzącymi do powodzenia w realizacji podjętych zadań (Ja — Dorosły). Analizując treść tabeli 2, można zauważyć, iż media cyfrowe (m.in. komputer i komórka) często służyły badanym studentom do realizacji różnych zadań (Ja — Dorosły), podczas gdy media bazujące na nośnikach analogowych (RTV) często kojarzone były raczej z prostą rozrywką (Ja — Dziecko). Aktywności związane z celebrowaniem tradycji rodzinnych (Ja — Rodzic) były przypisywane innym rzeczom pozostającym w domu, spoza obszaru mediów.

Uwagi końcowe

Zgromadzony materiał ikoniczny poparty komentarzami pozwolił na wstępne odniesienie się do pytań postawionych w koncepcji badania własnego:

· Jak bardzo RTV jest nadal ważne, nawiązując do znanych wyników sprzed lat? Sprzęt RTV przestał być rekwizytem obdarzonym szczególną mocą dostarczania rozrywki i swoistej prawdy o świecie, eksponowanym chętnie przez mieszkańców dowolnego kraju naszego globu, jak to działo się kilka-

¹⁰ Ibidem, s. 205

¹¹ E. Berne, *W co grają ludzie. Psychologia stosunków międzyludzkich*, Warszawa 1987; J. Jagiela, *Wstęp do analizy transakcyjnej. Przewodnik dla studentów pedagogiki społecznej*, Częstochowa 1992.

dziesiąt lat wcześniej. Obecnie nie jest to sprzęt — powód do dumy z samego faktu posiadania go. Nie jest to nawet najbardziej popularne urządzenie w dostarczaniu rozrywki domownikom. Zdecydowanie bardziej atrakcyjny wydaje się dla badanych komputer, a w dalszej kolejności telefony komórkowe oraz cyfrowe urządzenia do słuchania muzyki elektronicznej. Warto dodać, przyjmując perspektywę badanych studentów, że wiele innych rzeczy domowego użytku okazało się bardziej popularnych od urządzeń medialnych; zwłaszcza tych, które skutecznie zaspakajają niewyszukane potrzeby ciała i ducha: snu, biernego wypoczynku, łaknienia, podbudowania urody fizycznej.

· Jak bardzo RTV zaspokaja potrzeby różnych sfer egzystencji? Sprzęt RTV został wskazany głównie jako zapewniający prostą bierną rozrywkę — słuchanie muzyki, oglądanie filmów. Warto odnotować, iż komputer (zwłaszcza korzystający z zasobów Sieci) pozwala systematycznie oglądać najnowsze filmy światowej kinematografii — na długo przed ich emisją w kinach, a tym bardziej przez stacje telewizyjne. Ponadto oglądanie filmów w komputerze zapewnia komfort szybkich zatrzymań akcji i powrotów do dowolnego miejsca akcji w krótkim czasie, powiększeń ekranu, w razie potrzeby — indywidualny dobór formy tłumaczeń.

· Jak bardzo RTV służy: przyjemności, efektywnemu realizowaniu zadań, socjalizacji? Wspomniany sprzęt w przypadku badanych studentów służy głównie łatwej, prostej rozrywce; nie jest kojarzony z rodzinnymi ceremoniami (np. wspólnego systematycznego oglądania programów informacyjnych, koncertów, wieczorynek lub filmowych seriali); raczej nie pomaga socjalizowaniu młodych domowników i realizowaniu podejmowanych zadań formalnych lub nieformalnych, np. poprzez zbieranie i gromadzenie informacji ważnych dla tych zadań.

· Jak bardzo RTV służy rozwojowi osobistemu (autentycznemu dojrzewaniu)? Sądząc po zamieszczonych komentarzach, sprzęt ten raczej nie służy badanym studentom do przejawiania wyższych czynności psychicznych. Nie zbliża do prawdy obiektywnej o świecie, a tym bardziej o sobie samym/samej, nie skłania do uprawiania ćwiczeń nastawionych na doskonalenie Ja. Nie jest też kojarzony z drogą ku transcendentnie pojmowanemu Bogu. ■