

INFORMATORZY, TŁUMACZE I OBSERWATORZY: ZBIERANIE (META)DANYCH I WDRAŻANIE BADAŃ W CYFROWEJ PONOWOCZESNOŚCI. W STRONĘ METOD OPARTYCH NA WSPÓŁPRACY

AGNIESZKA Ogonowska

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Ośrodek Badań nad Mediami IFP
Centre for Media Studies IFP, University of the National
Education Commission in Krakow
agnieszka.ogonowska@up.krakow.pl
ORCID 0000-0001-6469-9242

Wprowadzenie

Zwrot paradygmatyczny, który się dokonał w latach 90. XX wieku, czyli przejście od mediów masowych do cyfrowych mediów sieciowych, wpłynął na rozwój nowych metod badawczych o charakterze transdyscyplinarnym¹ i inkluzywnym. Inkluzywność tych projektów polega na włączaniu do nich użytkowników mediów i współpracy z nimi, na swoistej demokratyzacji badań oraz oficjalnej, jawnej legitymizacji autorytetu tych aktorów społecznych². To oni, jako insiderzy medialni, odbiorcy i twórcy treści, a nawet jako aktywiści sieciowi, mogą wystąpić w rolach informatorów, tłumaczy i obserwatorów głównie w odniesieniu do aktualnego pola mediasfery. Na pole to – rozumiane systemowo i relacyjno-funkcjonalnie; synchronicznie i diachronicznie³ – składają się specyficzne typy procesów, artefakty, podmioty (np. wspomniani aktorzy społeczni), narzędzia, infrastruktura, w tym kanały i technologie komunikacji oraz instytucje. O ile kluczowym zadaniem informatorów

¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 2(53), s. 27–4.

² A. Ogonowska, *Typy eksperta: koegzystencja starych i nowych ekspertów we współczesnej sferze publicznej i przestrzeniach medialnych*, „Kultura Współczesna” 2023, nr 2(122), s. 120–134.

³ Por. też tab. 1. w niniejszym artykule.

i obserwatorów jest dostarczanie informacji oraz powiązanych z nimi artefaktów, o tyle do funkcji tłumaczy należy ich konceptualne ramowanie, przypisywanie im istotności, poszukiwanie w ich obrębie relacji i badanie ich uwarunkowań. W dalszej kolejności – i często z pomocą badacza, np. jako moderatora dyskusji – następuje kolektywne przekładanie „treści” z języka praktyki i indywidualnego, często afektywnego doświadczenia medialnego na myślenie systemowe w odniesieniu do całego pola mediasfery, jego poszczególnych obszarów czy części składowych⁴. Ów przekład może dotyczyć także zapisu konkretnego doświadczenia w „języku” różnych mediów, a zatem kwestii intermedialnych i intersemiotycznych. Poszczególne role – informatora, obserwatora, tłumacza, moderatora – mogą się ze sobą łączyć i przenikać.

Celem artykułu jest ukazanie zalet i ograniczeń projektów kolaboracyjnych na gruncie kulturoznawstwa medialnego w odniesieniu do bardziej aktywnego, prosumpcyjnego, partycypacyjnego użycia nowych mediów. To z kolei pociąga za sobą konieczność wypracowania nowych, bardziej adekwatnych i efektywnych metod badawczych w odniesieniu do użytkowników mediów: sieciowych, mobilnych, internetowych, społecznościowych. Sam projekt kolaboracyjny jest rozumiany jako inkluzywne postępowanie badawcze, którego aktywnymi uczestnikami są sami użytkownicy wykazujący wolę współpracy oraz chęć dzielenia się swoimi doświadczeniami medialnymi. To oni współdzielą – wedle przyjętego modelu współpracy (od słabszego do mocnego, o czym w dalszej części artykułu) – prerogatywy badacza akademika, uczestnicząc w kluczowych procesach zarządzania projektem (por. il. 1) zgodnie z „wynegocjowanym” stopniem i zakresem tej partycypacji.

Tło teoretyczne

Zmiana paradygmatu badawczego w ramach *media studies* i kulturoznawstwa medialnego zbiegła się z kryzysem paradygmatu pozytywistycznego w etnografii i antropologii, który narastał do lat 90. XX wieku, kiedy to coraz dobitniej akcentowano różnice pomiędzy samym badaniem tekstów kultury a badaniem ich twórców i użytkowników oraz między badaniem konkretnych przedstawię (czyli ukonstytuowanych reprezentacji rzeczywistości) a badaniem umiejscowionych praktyk społeczno-kulturowych, których efekty

⁴ Nawiązuję tutaj oczywiście do słynnego rozróżnienia poczynionego przez Zygmunta Baumana (idem, *Prawodawcy i tłumacze*, przeł. A. Ceynowa, J. Giebułtowski, Warszawa 1998).

mogą być zmaterializowane. Na kanwie tych przewartościowań zaczęto coraz mocniej akcentować refleksyjność, subiektywność i konstrukcyjny charakter wiedzy etnograficznej, która zawsze jest naznaczona określoną pozycją podmiotową⁵.

Projekty badawcze oparte na kooperacji są także motywowane cechami współczesnej kultury. Atrybuty te są opisywane poprzez takie metafory jak kultura partycypacji czy Web 3.0, a także powiązane z funkcjami samych mediów cyfrowych oraz aktywnością sieciowych neoplemion⁶. Media społecznościowe zaczęły odgrywać coraz większą rolę w procesach autoafirmacji, autopromocji i autokreacji, tworząc nowe zjawiska kulturowe (kultura *selfie*), a „stare” naznaczając nowym kontekstem (np. społeczeństwo spektaklu, voyeuryzm i ekshibicjonizm medialny)⁷. Ich potencjał performatywny systematycznie wzrasta, przy czym performatywność jest rozumiana jako „sprawczość” (*performativity as agency*) danego fenomenu (lub przedmiotu). Oznacza to, że przypisana mediom siła do aktywnego kształtowania otoczenia społecznego staje się realnością, obserwowanym faktem. Jednocześnie różne grupy tzw. przeciętnych użytkowników mediów są coraz bardziej świadome skali tego wpływu, choć w odniesieniu do nich samych często pojawia się zjawisko tzw. złudzenia odporności własnej⁸.

W związku z koncentracją na użytkowniku i rzeczywistych strategiach użycia mediów (*media user centered approach*) współczesne medioznawstwo oraz kulturoznawstwo medialne otworzyły się zatem na nauki społeczne, głównie socjologię, antropologię, etnografię i psychologię⁹. Budowanie mostów między *media studies* a wcześniej wymienionymi nie było szczególnie trudne w XXI wieku, zwłaszcza w kontekście takich subdyscyplin jak odpowiednio: socjologia mediów, antropologia mediów, etnografia sieci, psychologia mediów i komunikowania czy cyberpsychologia¹⁰.

⁵ C. Geertz, *Opis gesty: w poszukiwaniu interpretatywnej teorii kultury*, w: *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*, red. M. Kempny, E. Nowicka, Warszawa 2003, s. 35–58.

⁶ M. Maffesoli, *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*, London 1996, s. 30–68.

⁷ A. Ogonowska, *Psychologia mediów i komunikowania*, Kraków 2018, s. 28–52.

⁸ A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, Kraków 2024, s. 159–171.

⁹ M. Lisowska-Magdziarz, *Metodologia...*, op. cit., s. 27–41.

¹⁰ A. Ogonowska, *Psychologia...*, op. cit., s. 34–76.

Wszystkie te nowe praktyki działania kolaboratywnego wymagają oczywiście rewizji dominującego konceptu badacza akademika jako (jedyne) prawodawcy rzeczywistości, co jest zadaniem trudnym nie tyle w kontekście postulatycznym, ile przede wszystkim w odniesieniu do sfery *praxis*. Stąd też można mówić o różnych modelach badania opartego na współpracy – model mocny zakłada pełną symetrię relacji między uczestnikami, podczas gdy modele słabsze akcentują wciąż wiodącą pozycję profesjonalnego badacza, choćby jako osoby, która koordynuje poszczególne działania i stwarza instytucjonalne ramy niezbędne do realizacji projektu (por. il. 1). Symetryczność relacji w ramach projektów kolaboratywnych nie jest jednak budowana tak jak w strukturach i organizacjach hierarchicznych, czyli na bazie sztywno przypisanych funkcji i prerogatyw związanych z zakresem sprawowanej władzy, lecz na upełnomocnieniu i uprawomocnieniu różnych typów kompetencji i doświadczeń. Zasoby te są niezbędne do efektywnej realizacji konkretnego projektu przez zespół. Przy czym:

zespół stanowił coś znacznie więcej niż tylko namiastkę współpracujących ze sobą jednostek. [...] Ponieważ rzeczywistość społeczna jest zbyt złożona dla pojedynczego badacza, musi on „polegać na innych specjalistach i spróbować uformować wraz z nimi grupę koncepcyjną, element bojowy, taktyczną jednostkę badawczą, w której każda osoba, zachowując swoje osobiste przymioty, będzie świadoma faktu, że staje się myślącym trybem maszyny, dla której funkcjonowania jest niezbędna, lecz bez której jest niczym”¹¹.

Właśnie autorytet doświadczenia osobistego w odniesieniu do mediasfery jest podkreślany na każdym kroku, we wszystkich kluczowych fazach realizacji badania, w odniesieniu do wszystkich uczestników. Współtworzenie wiedzy oddziałuje pozytywnie na uczestników projektu, daje im bowiem poczucie podmiotowego wpływu na uzyskane rezultaty. „Insiderstwo” medialne, jeśli powiązane jest z aktywnym wykorzystaniem mediów oraz pewnym poziomem autorefleksyjności, może stanowić fundament dla nowego typu (post)eksperta. Choć nie jest on akademikiem, to jednak wie i potrafi, bo ma praktykę

¹¹ J. Clifford, *O autorytecie etnograficznym*, w: idem, *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, przeł. J. Iracka i S. Sikora, Warszawa 2020, s. 63.

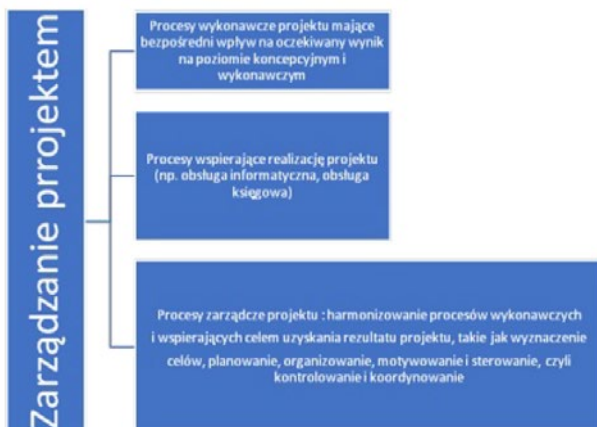
i doświadczenie medialne¹². Uczestnictwo w projektach kolaboratywnych wyzwała również szereg istotnych umiejętności społecznych: nastawienie na dialog/polilog i postawę konsensualną, (auto)refleksyjność, decentrację oraz empatię (rozumianą na poziomie emocjonalnym i poznawczym), zaangażowanie w sprawy publiczne, konstruktywne wyrażanie krytyki, asertywne artykułowanie swoich potrzeb, ograniczeń, oczekiwań w odniesieniu do kolektywnego działania. Determinuje także rozwój umiejętności transwersalnych, do których zalicza się m.in. krytyczne i innowacyjne myślenie, umiejętności intra- i interpersonalne, poczucie globalnego obywatelstwa, umiejętność korzystania z mediów i informacji oraz rozwiązywania problemów, przywództwo¹³. Zadaniem badacza akademika jest zatem stworzenie warunków do ujawniania się owej wielogłosowości oraz swoiste zestrojenie w jej ramach. Działanie to nie jest jednak *a priori* nastawione na wymuszony kompromis, lecz stwarza przestrzeń dla wyłaniających się naturalnie i spontanicznie różnic oraz wieloperspektywiczności. Badacz wyzwała – poprzez swoją aktywność oraz inicjowane procesy grupowe – efektywnie skupia oraz ukierunkowuje energię twórczą. Przedmiotem analizy (np. ewaluacji typu *ex post*) mogą być zatem zarówno efekty działania powiązane z tematyką projektu, jak i sama dynamika grupowa oraz jej rezultaty.

Udział insiderów medialnych jest zdecydowanie największy w odniesieniu do procesów wykonawczych projektu. Skład osobowy grupy, która nad nim pracuje, może ulegać zmianie w trakcie realizacji poszczególnych faz zgodnie z logiką relacji w ramach płynnej ponowoczesności oraz ekonomią afektywną charakterystyczną dla sieciowych neoplemion¹⁴. Ta dynamika musi być jednak w pewnym zakresie kontrolowana, np. poprzez zobowiązanie kontraktowe, które reguluje pole wzajemnych zależności w ramach zespołu. W ramach dyskursu emancypacyjnego dominuje programowa antyelitarność oraz wspomniana wcześniej inkluzywność.

¹² Por.: A. Bard, J. Soderquist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypriański, Warszawa 2006, s. 56–78; A. Ogonowska, *Typy eksperta: koegzystencja starych i nowych ekspertów we współczesnej sferze publicznej i przestrzeniach medialnych*, „Kultura Współczesna” 2023, nr 2(122), s. 120–134, 128–132.

¹³ *Transversal Skills*, <https://unevoc.unesco.org/home/TVETipedia+Glossary/show=term/term=Transversal+skills#start> (dostęp 15.02.2024).

¹⁴ M. Maffesoli, *The Time...*, op. cit., s. 46–48; H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 57–98.



Il. 1. Kluczowe procesy składające się na zarządzanie projektem, oprac. M. Trocki

Z kolei wybór konkretnego modelu badania uwarunkowany jest celami i cechami zadania, zakładanym czasem trwania projektu oraz poziomem kompetencji jego uczestników. Ponadto poziom „dyrektywności” badacza może ulegać zmianom w trakcie trwania danego projektu oraz pod wpływem czynników związanych z dynamiką grupową i efektami poszczególnych faz projektu (od fazy koncepcyjnej po fazę finalną).

Nie ulega wątpliwości, że wykorzystanie modeli kolaboratywnych obarczone jest sporym ryzykiem. Krytycznie i sceptycznie odnośnie do różnych wspólnotowych działań, głównie na polu współczesnej sztuki, odnosili się jej teoretycy i kulturoznawcy medialni. W swoich opiniach podnosili m.in. kwestie ich etycznego statusu i politycznej skuteczności¹⁵. Jeśli chodzi natomiast o praktyki badawcze na polu kulturoznawstwa medialnego, badania kolaboratywne mogą być narażone na brak postępu w sytuacji, gdy wszyscy uczestnicy nieustannie ze sobą negocjują, a brak konkluzywności sprawia,

¹⁵ Szczegółowe rozważania na ten temat wraz z odniesieniami do konkretnych praktyk artystycznych i sieciowych można znaleźć w: pracach E. Wójtowicz (np. eadem, *Re-using the user? Od współpracy do eksploatacji w kulturze sieciowej*, „Kultura Współczesna” 2013, nr 2 (77), s. 127–137), innych artykułach naukowych zgromadzonych w monograficznym tomie „Kultury Współczesnej” 2013, nr 2(77) poświęconym sztuce współpracy oraz znanej nie tylko w środowisku naukowym książce C. Bishop (eadem, *Sztuczne piekła. Polityka partycypacyjna i polityka widowni*, przeł. J. Staniszeński, Warszawa 2015).

że nie można przejść do kolejnego etapu badań. W takich przypadkach badacz akademik musi rozważyć, przynajmniej czasowe, przejście od modelu mocnego do modelu słabszego badania, by odzyskać utraconą dynamikę i efektywność pracy.

Opis metody: w stronę projektów opartych na współpracy

Założenia antropologii opartej na współpracy mogą być wykorzystywane we wszystkich projektach związanych z badaniem mediów i ich użytkowników niezależnie od typu medium, co przełamuje ograniczenia np. antropologii wizualnej czy audialnej z jednej strony, a z drugiej – takich metod badawczych, jak obserwacja systematyczna czy obserwacja uczestnicząca. Te ostatnie bowiem – niezależnie od świadomości etycznej i metodologicznej badacza – zakładają dychotomiczny podział na obserwujących i obserwowanych, a więc wyraźną asymetrię relacji społecznych, władzy i powiązanych z nią prerogatyw¹⁶. Metody oparte na współpracy mają więc z gruntu charakter antropocentryczny, a nawet autobiograficzny i egocentryczny – zawsze bowiem: 1. ktoś mówi, 2. o czymś, 3. do kogoś, 4. z perspektywy własnego doświadczenia i 5. indywidualnych uwarunkowań socjodemograficznych. Dzięki temu jest możliwa relatywnie większa efektywność zastosowanej procedury badawczej, co ma pozytywny wpływ na poziom zaangażowania i motywacji wśród jego uczestników, a to z kolei przekłada się na jakość i kompletność uzyskiwanych danych. Zaangażowanie w projekt jest oczywiście uzależnione od sposobu definiowania, dostrzegania i waloryzowania różnych typów korzyści przez poszczególnych „graczy”. O ile ich opisanie nie jest przesadnie trudne w odniesieniu do badaczy akademików, o tyle ich określenie w stosunku do pozostałych uczestników nie jest już takie łatwe, a jest szczególnie istotne – także w kontekście efektywnego zarządzania projektem, adekwatnej alokacji zasobów i podtrzymywania motywacji do uczestnictwa poszczególnych osób. W kontekście projektów opartych na współpracy podkreśla się np. takie nagrody społeczne jak: upodmiotowienie, uznanie rangi doświadczenia pozanaukowego, możliwość zdobywania i doskonalenia kompetencji specjalistycznych czy poczucie

¹⁶ Por.: C. Fluehr-Lobban, *Collaborative Anthropology as Twenty-first-Century Ethical Anthropology*, „Collaborative Anthropologies” 2008, no. 1, s. 175–182; J. Rappaport, *Beyond Participant Observation: Collaborative Ethnography as Theoretical Innovation*, „Collaborative Anthropologies” 2008, no. 1, s. 1–31.

wyjatkowości. Ważną kwestią jest także ustalenie, w jaki sposób wkład pracy poszczególnych uczestników będzie zaznaczony, jeśli chodzi o wyniki badań, tak by nikt nie poczuł się ostatecznie uprzedmiotowiony, a w sytuacjach spornych i budzących wątpliwości – by można było odwołać się do wcześniej zawartego „kontraktu”¹⁷. Ambiwalentną sprawą jest natomiast ocena owej współpracy przez innych uczestników sieci społecznej, w której na co dzień uczestniczą informatorzy, obserwatorzy i tłumacze. Z uwagi na nowe role odgrywane w projekcie mogą być oni postrzegani nie jako informatorzy, lecz donosiciele, nie jako obserwatorzy, lecz jako podglądacze i inwigilatorzy, nie jako tłumacze, lecz jako mistyfikatorzy i manipulatorzy.

Coraz bardziej istotne miejsce zaczęły zajmować także – przez analogię do psychologii stosowanej czy etnografii stosowanej – medioznawstwo/kulturoznawstwo stosowane i wytwarzanie tzw. wiedzy społecznie użytecznej¹⁸. Badacze mediów, także ci o profilu filologicznym, zaczęli wychodzić poza badanie samych przekazów (tekstów kultury) w stronę rozpoznawania czynników (np. psychologicznych, kognitywnych, kulturowych, politycznych) odpowiedzialnych za ich rozumienie, interpretację, potencjał performatywny i afektywny, pozycję i znaczenie w określonych grupach dyskursywnych/wspólnotach wyobraźniowych. Istotnym aspektem medioznawstwa stosowanego jest wypracowanie nowych metod/metodyk badania pokoleń nowomediálních oraz zarządzania takimi projektami w odniesieniu do triady praktyka 1 – metadyskurs – praktyka 2 oraz ewentualne pętle, które mogą stanowić kontynuację takich badań na wyższym poziomie złożoności, szczególności (np. praktyka 2 – metadyskurs – praktyka 3). Metadane w poszczególnych fazach obejmują informacje związane z tematem projektu (np. częściowe wyniki badań), jak również dotyczące jego realizacji (np. dynamiki grupowej, efektywności komunikacji, właściwej alokacji indywidualnych zasobów w odniesieniu do realizowanych zadań *etc.*).

¹⁷ Ustalenie czytelnych reguł takiej współpracy jest szczególnie istotne w przypadku młodszych „współpracowników”, np. przedstawicieli pokolenia Alfa, co – z uwagi na złożoność sprawy – zostanie przedstawione w osobnym artykule w związku z realizacją autorskiego projektu badawczego pt. *Cyfrowy uczeń – cyfrowy użytkownik. Kompetencje cyfrowe i medialne pokolenia Alfa* (WPBU/2024/03/00031).

¹⁸ A. Ogonowska, M. Stoch, *Kulturoznawstwo medialne, czyli o wytwarzaniu wiedzy społecznie użytecznej*, „Studia de Cultura” 2023, nr 1(15), s.113–126.

Wdrożenia wyników badań naukowych mają z kolei istotne znaczenie dla wzmocnienia relacji między nauką (w tym dyscyplinami społecznymi i humanistycznymi) a społeczeństwem, biznesem i gospodarką. Modele badań opartych na współpracy mogą przyjmować różną postać (por. tab. 1). Przyjęcie określonego modelu może dotyczyć wybranej fazy/etapu badania lub określać je całościowo. Istnieje także możliwość wyboru konkretnego modelu jako dominującego, a innych jako wspomagających cały proces.

Kluczową rolę w tym metodologicznym przewartościowaniu odegrały właśnie tzw. zwroty: somatyczny, afektywny oraz performatywny, a także badanie recepcji czy odbioru ucieleśnionego¹⁹. Istotne były także postmodernistyczne przewartościowania, np. te związane z kryzysem wielkich narracji, jak również osłabienie znaczenia dyskursów wartościujących na rzecz (systemowego) opisu różnych zjawisk oraz ich powiązań, dynamiki, funkcji, przypisywanych znaczeń i wartości (ujęcie relacyjno-funkcjonalne). Na gruncie tych przewartościowań istotny stał się (wielogłos osób mających autentyczne, „na bieżąco” aktualizowane doświadczenie kulturowe, „nieskażonych” w swoich sądach i postawach wiedzą naukową. Choć ich sądy mogą być naiwne, to jednak informacyjnie ważne, bo odzwierciedlają perspektywę tzw. przeciętnego użytkownika. Na rolę postmodernistycznej antropologii w tych procesach zwrócił uwagę także Luc E. Lassiter, konstatując:

Podczas gdy nowoczesny rozwój antropologii w pierwszych trzech czwartych XX wieku posunął naprzód zachodniocentryczny projekt Oświecenia, kładący nacisk na naukę i rozum, autorytet i obiektywizm, pozytywizm i realizm, antropologia postmodernistyczna ponownie umieściła cele antropologii w obrębie bardziej skomplikowanego świata wielokulturowego (poza



Il. 2. Kolejne poziomy badań – ujęcie „kaskadowe”

¹⁹ F. Varela, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*, Cambridge 2017, s. 34.

Tab. 1. Modele badań opartych na współpracy

Typ modelu i słowa-kлючe	Charakterystyka
Model spiralny Słowa-kłucze: cykliczność, powtarzalność	Ustalenie dominant, priorytetów w badaniu poszczególnych elementów pola medialnego i powrót do tych dominant na kolejnych etapach, aż do finału
Model przyczynowo-skutkowy Słowa-kłucze: chronologia, sekwencyjność, linearność	Ustalenie etapów, celów cząstkowych projektu w sekwencji linearnej, chronologicznej; wyniki każdego etapu są początkiem kolejnego
Model achronologiczny/retrospektywny Słowa-kłucze: rekonstrukcja uprzednich uwarunkowań powstania wybranego elementu pola	Początek badań wyznacza wybrany element bieżącego pola medialnego, np. artefakt, który staje się punktem wyjścia do analiz retrospektywnych
Model funkcjonalno-relacyjny Słowa-kłucze: potrzeby, funkcje mediów w ujęciu antropocentrycznym, socjocentrycznym	Analiza elementu pola medialnego w odniesieniu do aktualnych potrzeb użytkowników oraz w relacji do ich charakterystyki socjodemograficznej

podziałem między Zachodem a resztą), zamiast tego kładąc nacisk na władzę i głos, podmiotowość i dialog, złożoność i krytykę²⁰.

Sporo uwagi poświęcił również roli antropologii interpretatywnej²¹ (kryzys reprezentacji) i antropologii krytycznej²² ufundowanej na koncepcjach neomarkistowskich oraz dorobku szkoły frankfurckiej. Jednocześnie uruchomienie w tych projektach wiedzy, głównie z zakresu psychologii (np. poznawczej, społecznej czy rozwojowej), umożliwiło także uwzględnienie ujęć kognitywno-rozwojowych. Dzięki temu zabiegowi z kolei stało się możliwe całościowe, a zarazem funkcjonalne spojrzenie na kwestie kompetencji medialnych czy

²⁰ L.E. Lassiter, *Collaborative Ethnography and Public Anthropology*, „Current Anthropology” 2005, no. 1, vol. 46, s. 9.

²¹ Antropologia interpretatywna – jeden z nurtów współczesnej antropologii kulturowej, bliski antropologii refleksyjnej. Charakteryzuje się położeniem nacisku na osobę badacza, jego przeżycia i jego „nieprzezroczystość”.

²² Por. M. Songin-Mokrzan, M. Mokrzan, *Efekt ślepej plamki: antropologia krytyczna wobec neoliberalizmu*, „Kultura i Społeczeństwo” 2020, nr 2, s. 119–137.

cyfrowych w powiązaniu z kompetencjami językowo-komunikacyjnymi, poznawczymi czy społecznymi (jako bazowymi)²³.

Równoległe pojawienie się nowych generacji cyfrowych już w XXI wieku (pokolenie Z, pokolenie Alfa) z jednej strony, a rozwój mediów społecznościowych z drugiej wymogły na badaczach radykalne zmiany w projektowaniu i wdrażaniu metod analizowania ich aktywności. Modyfikacji uległy także procesy zbierania danych czy budowania wstępnych hipotez/pytań badawczych. Okazało się to szczególnie ważne w kontekście realizowanego aktualnie przez autorkę artykułu projektu badawczego nt. *Cyfrowy uczeń – cyfrowy użytkownik. Kompetencje cyfrowe i medialne pokolenia Alfa*²⁴. Jak pokazały doświadczenia własne, dystans międzypokoleniowy – np. między badaczem reprezentującym pokolenie X a użytkownikiem nowych mediów z pokolenia Alfa – wymaga ustalenia priorytetowych punktów, dominant, na których będzie się koncentrowała uwaga informatorów, tłumaczy czy obserwatorów. Owe dominanty dotyczą wszystkich kluczowych elementów pola medioznawczego, czyli procesów, produktów, zdarzeń, podmiotów indywidualnych i zbiorowych w roli aktorów społecznych czy instytucji. Ustalenia te dotyczyć muszą także „języka” opisu oraz powiązanych z nim mediów (metody dyskursywne, ikoniczne, polimodalne). Chodzi także o sposoby porządkowania danych, swoistą architekturę informacji oraz narzędzia ich zapisu w bazie danych (przykładowo: linearne vs hipertekstualne; linearno-sekwencyjne vs holistyczne; analogowe vs cyfrowe). Określenie owych dominant, języków i preferowanych mediów pozwala również przyjrzeć się – już na etapie pozyskiwania pierwszych danych czy artefaktów – różnicom między stanowiskami poszczególnych informatorów oraz określić ich uwarunkowania. Jest to szczególnie ważne w kontekście odpowiedzi na pytanie, czy insiderzy występujący w trzech „tytułowych” rolach stanowią, np. z uwagi na przynależność generacyjną, grupę jednorodną, czy też inne czynniki środowiskowe, kulturowe wpływają znacząco na ich wewnątrzgrupową odmiennosc? Niejako zatem przy okazji głównego badania można również podjąć studia medioznawcze (np. obserwację uczestniczącą) z wykorzystaniem metod etnograficznych, psychologicznych czy socjologicznych. Jednorodność grupy „współpracowników” łączy się pośrednio z zagadnieniem reprezentatywności wyników

²³ A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi...*, op.cit., s. 36–89.

²⁴ Por. też przypis 17 w tym artykule.

badań. Pojawia się bowiem pytanie, czy dostarczone przez nich informacje, ale także „punkty widzenia” są np. reprezentatywne dla kohory/generacji medialnej, do której oni przynależą²⁵?

„Transgresje” metodologiczne i ich konsekwencje

Od lat 90. XX wieku na terenie badań medioznawczych systematycznie zatem dojrzewiała idea współpracy między badaczem a badanymi na każdym etapie procedury, czyli od projektowania badań aż do opracowania ich wyników z ciągłym, aktywnym podmiotowym wykorzystaniem kooperacji z użytkownikami mediów, którzy tradycyjnie stoją „po drugiej strony barykady”. Kluczowymi ideami nowych badań stały się: elastyczność, otwartość, kreatywność, zaufanie, szacunek, tolerancja jako wyznaczniki charakteru relacji między uczestnikami projektu. Ich efektywne wdrożenie wpływa na wytwarzanie, negocjowanie oraz uzgadnianie wspólnego pola działania i współpracy, a także pola uwagi. Wymienione idee nie mogą mieć wyłącznie charakteru postulatycznego, lecz powinny być odzwierciedlane w konkretnych praktykach badawczych. Dla przykładu, elastyczność może oznaczać możliwość rozszerzenia/zawężenia pola badań lub „asortymentu” środków badawczych (metod, narzędzi) pod wpływem bieżących doświadczeń, potrzeb i ograniczeń zgłaszanych przez uczestnika projektu. Z kolei otwartość i tolerancja mogą dotyczyć gotowości do akceptacji alternatywnych punktów widzenia, kryteriów oceny opisywanych zjawisk zgłaszanych przez poszczególnych uczestników. Kreatywność natomiast oznaczać może przyzwolenie na zgłaszanie nowatorskich, oryginalnych, dotąd niestosowanych metod, narzędzi, strategii badania w pozyskiwaniu nowych danych, np. od grup tzw. trudnego dostępu.

Zgłoszone wcześniej idee są możliwe do implementacji z uwagi na kolektywny charakter samej procedury, który nieustająco wymaga systematycznego uzgadniania, negocjowania poszczególnych działań i ich efektów, a także swobodnego przyzwolenia na dysonans poznawczy, który jest efektem owej wielogłosowości, wieloperspektywiczności. Chodzi o uppełnomocnienia wszystkich uczestników projektu do ujawniania indywidualnej perspektywy

²⁵ O problemie reprezentatywności w odniesieniu do badań *online* por. np. P. Siuda, *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja*, w: *Metody badań online*, red. idem, Gdańsk 2016, s. 53–59.

i specyficznych doświadczeń w odniesieniu do badanych zjawisk oraz tematów aktualnie podejmowanych w zespołowych dyskusjach.

W tym kontekście zaczęto dostrzegać ograniczenia metod tradycyjnych – eksperymentalnych, obserwacyjnych ankietowych czy testowych, w których użytkownik mediów odgrywał głównie rolę uprzedmiotowionego obiektu informacji, źródło *a priori* „znormalizowanej wiedzy”, którą wydobywa się przy wykorzystaniu standardowych technik. Jako uczestnik określonej i wcześniej zaprojektowanej procedury badawczej musiał w jakiś sposób dostosować się do ram narzuconej mu sytuacji, co często przekładało się na jakość uzyskiwanych danych oraz informacji, ich kompletność, prawdziwość i autentyczność. Istotna w tej sytuacji była również – znana głównie antropologii kulturowej czy etnografii – różnica perspektyw między insiderem (np. przedstawicielem pokolenia Alfa) a outsiderem (np. badaczem należącym do innej kohorty, np. pokolenia X)²⁶ oraz – wskazywana przez psychologów i socjologów – różnica między aktorem a obserwatorem²⁷. Aktor społeczny, by przypomnieć to rozróżnienie, to osoba, która bierze udział w określonych aktywnościach, sytuuje się zatem w centrum wydarzeń, podczas gdy obserwator może przyjmować pozycję zdystansowaną. Wybór lub przypisanie do określonej pozycji podmiotowej wpływa na ogląd zjawisk, zakres posiadanej wiedzy, dostęp do informacji, sposób percepcji określonej sytuacji, wpływ na jej dynamikę *etc.*

Kooperacja, o której tu mowa, wymaga także ustalenia precyzyjnych zasad dotyczących reguł takiej współpracy. Przedmiotem refleksji powinny być takie zagadnienia, jak m.in.: 1. kluczowe pola i zakresy kooperacji poszczególnych podmiotów na różnych etapach badania; 2. kluczowe cele i wartości, które określają kierunki i ramy badania; 3. korzyści i zobowiązania uczestników projektu; 4. formy kooperacji oraz reguły dzielenia się informacjami, artefaktami, ideami; 5. prawo własności intelektualnej względem uzyskanych wyników częściowych i finalnych; 6. metody i media służące dystrybucji i upublicznianiu wytworzonych artefaktów (takich jak fotografie, filmy) i sposobów/zakresów ich wykorzystywania np. po zakończeniu realizacji projektu; 7. kwestie prawno-etyczne (np. ochrona wizerunku uczestników projektu, zarządzanie wrażliwymi danymi osobowymi oraz formy ich przechowywania

²⁶ C. Geertz, *Opis gęsty...*, op. cit., s. 35–58.

²⁷ M. Lewicka, *Aktor czy obserwator: psychologiczne mechanizmy odchyień od racjonalności w myśleniu potocznym*, Warszawa–Olsztyn 1993.

i katalogowania); 8. sposób dysponowania informacjami dotyczącymi osób trzecich powiązanych z informatorami; 9. zakres ingerencji uczestników badania w przestrzeń intymną, osobistą i społeczną uczestników; 10. instrumentalna rola mediów jako narzędzi zapisu, przechowywania i upubliczniania danych, a także media jako „kotwice pamięci”, „inkubatory idei”; „wyzwalacze komunikacji”; 11. dystraktory i inne czynniki ryzyka, które mogą utrudniać lub nawet uniemożliwiać realizację zadania na poszczególnych etapach oraz strategię niwelującą skalę ich wpływu; 12. metody kolektywnego egzekwowania realizacji przydzielonych zadań i dostarczania wsparcia (np. informacyjnego, rzeczowego, emocjonalnego); 13. metody ewaluacji projektu, przedmioty i zakresy tej ewaluacji (np. w odniesieniu do takich elementów jak: proces, osoby, efekty) i wiele innych.

Choć w tych projektach badacz nie jest już dyrektywnym i dominującym prawodawcą, to niezależnie od stopnia zakładanej i realizowanej symetryczności w relacji z innymi uczestnikami projektu pełni on nadal funkcję zarządzającą. Wybór modelu zarządzania konkretnym projektem pozostaje zatem w jego gestii, choć – zgodnie z założeniami badań kooperatywnych – powinien również podlegać dyskusji z innymi uczestnikami projektu oraz być przez nich akceptowany.

Na tym etapie można określić również zadania, które mają być delegowane, współdzielone oraz powiązane z nimi zakresy odpowiedzialności, sposoby weryfikacji rzetelności uzyskanych wyników, wymagane kompetencje i inne zasoby niezbędne do realizacji projektu. Przedmiotem gruntownej analizy powinny być takie zagadnienia jak zakres tematyczny projektu, czas na wykonanie projektu (harmonogram), koszty projektu (budżet) czy jakość. Ponadto cechy projektowe powinny spełniać założenia modelu SMART (skrót od słów: *specyficzny*, czyli jasno sprecyzowany, *mierzalny*; *ambitny*, *realny* i *terminowy*). Na tym wstępnym etapie istotne jest również opracowanie metod zaradczych w sytuacji, gdy projekt stanie w „martwym punkcie” z uwagi na różne kategorie czynników – osobowe, środowiskowe, finansowe, psychologiczne *etc.* Nie ulega również wątpliwości, że kolaboratywny model badań sprzyja rozwiązywaniu problemów bieżących związanych z aktualną fazą realizacji danego projektu, co jest szczególnie istotne w odniesieniu do kwestii motywacji i zaangażowania poszczególnych uczestników. Być może jest to nowa rola do obsadzenia przez badacza akademika, który powinien dbać o właściwy

poziom subiektywnej satysfakcji poszczególnych „graczy” i mieć na uwadze ich rozwój, także w odniesieniu do kompetencji społecznych i transwersalnych.

Dyskusja i perspektywy dalszych badań

Metody tradycyjne, np. eksperyment laboratoryjny, zapewniają większy stopień proceduralnej kontroli, natomiast wpływają znacząco na trajektorię rzeczywistych zachowań osób badanych. Problem podobnej natury pojawia się w odniesieniu do metod ankietowych, które są zwykle mało angażujące dla uczestników badania, co wpływa na jakość uzyskiwanych danych. Cechy nowych mediów, takie jak interaktywność, hipertekstualność czy sieciowość, wyzwoliły w użytkownikach potrzebę większej kontroli i upodmiotowienia w odniesieniu do badań, które dotyczą ich samych. Poza tym – jako twórcy treści oraz członkowie cyfrowych plemion – dysponują oni innymi kompetencjami medialnymi²⁸ w stosunku do pozostałych uczestników komunikacji masowej, którzy reprezentują wcześniejsze generacje medialne, a także specyficznym doświadczeniem medialnym odnośnie do cyfrowych technologii. Starsi użytkownicy są lub byli przyzwyczajeni do zgoła innego, np. XX-wiecznego, dominującego paradygmatu uczestnictwa w kulturze medialnej. Wyznaczały go często media jednostronnie zwektorowane, pedagogiczny model komunikacyjny czy też modernistyczna wizja twórcy/nadawcy medialnego, którego intencję należało odkryć. Nie ulega wątpliwości, że aktywność kulturowa w epoce cyfrowej ponowoczesności wymaga uruchomienia bardzo specjalistycznych kompetencji wykonawczych, np. związanych z tworzeniem od podstaw lub „obróbką” obiektów cyfrowych, a nawet wzrostem poziomu tzw. gotowości technologicznej. „Separatystyczne” postrzeganie mediów w XX wieku sprzyjało natomiast rozwojowi kompetencji określonego rodzaju ześrodkowanych na konkretne medium, np. filmowych czy telewizyjnych. Z kolei kompetencje wykonawcze były wpisane w tradycyjny układ komunikacyjny, w którym prerogatywy nadawców i odbiorców indywidualnych oraz zbiorowych były ściśle przypisane do jednej dominującej roli: odbiorcy treści. W epoce cyfrowej konwergencji i postmediów użytkownicy są przyzwyczajeni do mediów mobilnych, interaktywnych, wielofunkcyjnych, haptycznych, umożliwiających kontakt/komunikację przez dwadzieścia cztery godziny na

²⁸ Komponenty kompetencji medialnych to wiedza, umiejętności, postawy. Por. A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi...*, op. cit., s. 48–72.

dobę²⁹. Pojawia się myślenie w kategoriach systemowych i konwergentnych, użytkownicy odgrywają zaś różne, często zmienne role. Funkcjonują oni jednocześnie jako odbiorcy, obserwatorzy, a zarazem twórcy treści w ramach jednego medium i pomiędzy różnymi (przez analogię do multitaskingingu inter- i intramedialnego). Ta mediamorfoza oraz oczekiwania nowych generacji medialnych motywują, a często wręcz obligują współczesnych badaczy do zmiany stosowanych metod na bardziej angażujące poznawczo, upodmiotawiające uczestników, czyniące z amatorów ekspertów i „tłumaczy” rzeczywistości nowomediałnej, a nawet „agentów” zmiany. Przewartościowania, o których tu mowa, dokonują się zgodnie z założeniami kultury prefiguratywnej opisywanej przez Margaret Mead³⁰.

Kierunek budowania metawiedzy także się zmienił – od konkretnych praktyk medialnych w stronę budowania ram konceptualnych, które są w stanie je objąć i wprowadzić konkretne prawidłowości na poziomie nomotetycznym, np. odnoszące się do konkretnej kohorty, generacji medialnej, grupy społecznej czy nawet wspólnoty dyskursywnej/wyobrażeniowej (por. il. 2).

Badania oparte na współpracy z jednej strony są zatem odpowiedzią na współczesne przemiany kulturowe, w tym na rozwój interaktywnych mediów cyfrowych, z drugiej – na pojawienie się całkowicie nowych generacji użytkowników, którzy funkcjonują od początku swojej egzystencji w nowomediałnej cywilizacji sieciowej. „Nic o nas bez nas” jest istotnym hasłem ukazującym rolę nowych pokoleń medialnych w aktualnych projektach badawczych. Jest to świat, którego główne parametry i dynamika rozwoju są wyznaczone przez logikę i estetykę mediów społecznościowych oraz wyzwania sztucznej inteligencji. To przypisanie generacyjne przekłada się także na wybór dominujących mediów komunikacji, a także na preferencje w zakresie „języka” komunikacji społecznej, a zatem na określone oprogramowanie poznawcze (np. przedkładanie komunikatów wizualnych nad językowe czy polimodalne). Ta relacja między wpływem dominującego medium na określony „software poznawczy” jest zresztą zgodna z ideami deterministów technologicznych, ale także możliwa do zweryfikowania w ramach badań empirycznych³¹. Wszystkie

²⁹ H. Jenkins, *Kultura...*, op. cit., s. 67–89.

³⁰ M. Mead, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, przeł. J. Hołówna, Warszawa 1978.

³¹ A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi...*, op. cit., s. 68–71.

przemiany kulturowe, o których mowa była wcześniej w tym artykule, obligują akademików do podjęcia namysłu i wysiłków na rzecz nowych metodologii badań uwzględniających użytkowników mediów jako uczestników w sposób bardziej podmiotowy, dialogiczny i aktywny.

Bibliografia

- Bard Alexander, Soderquist Jan, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, przeł. P. Cypriański, WAIp, Warszawa 2006.
- Bauman Zygmunt, *Prawodawcy i tłumacze*, przeł. A. Ceynowa, J. Giebułtowski, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 1998.
- Bishop Claire, *Sztuczne piekła: sztuka partycypacyjna i polityka widowni*, przeł. J. Staniszewski, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2015.
- Ciechowska Magdalena, *Autoetnografia w badaniach pedagogicznych*, w: eadem, M. Szymańska, *Wybrane metody jakościowe w badaniach pedagogicznych*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum w Krakowie, Kraków 2018.
- Clifford James, *O autorytecie etnograficznym*, w: idem, *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, przeł. J. Iracka i S. Sikora, Wydawnictwo KR, Warszawa 2020.
- Creswell John W., *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, przeł. J. Gilewicz, Wydawnictwo UJ, Kraków 2013.
- Ćwikła Małgorzata, *Zarządzanie projektami w kulturze. Co nowego? Potrzeba demystyfikacji, automatyzacja zadań i ekologia*, w: *Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka*, red. A. Pluszyńska, A. Konior, Ł. Gaweł, PWN, Warszawa 2020.
- Fluehr-Lobban Carolyn, *Collaborative Anthropology as Twenty-first-Century Ethical Anthropology*, „Collaborative Anthropologies” 2008, no. 1.
- Geertz Clifford, *Opis gęsty: w poszukiwaniu interpretatywnej teorii kultury*, w: *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*, red. M. Kempny, E. Nowicka, PWN, Warszawa 2003.
- Jenkins Henry, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, WAIp, Warszawa 2007.
- „Kultura Współczesna” 2013, nr 2(77).
- Lassiter Luc E., *Etnografia współpracująca i antropologia publiczna*, przeł. A. Kościańska, M. Petryk, w: *Badania w działaniu. Pedagogika i antropologia zaangażowane*, red. H. Červinková, B.D. Gołębiak, Wydawnictwo Naukowe DSW, Wrocław 2010.
- Lassiter Luc E., *Collaborative Ethnography and Public Anthropology*, „Current Anthropology” 2005, no. 1, vol. 46.
- Lewicka Maria, *Aktor czy obserwator: psychologiczne mechanizmy odchyień od racjonalności w myśleniu potocznym*, Polskie Towarzystwo Psychologiczne, Warszawa–Olsztyn 1993.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata, *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 2(53).
- Maffesoli Michael, *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*, Sage Publications, London 1996.

- Mead Margaret, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, przeł. J. Hołówka, PWN, Warszawa 1978.
- Ogonowska Agnieszka, *Psychologia mediów i komunikowania*, Impuls, Kraków 2018.
- Ogonowska Agnieszka, *Typy eksperta: koegzystencja starych i nowych ekspertów we współczesnej sferze publicznej i przestrzeniach medialnych*, „Kultura Współczesna” 2023, nr 2(122).
- Ogonowska Agnieszka, Stoch Magdalena, *Kulturoznawstwo medialne, czyli o wytwarzaniu wiedzy społecznie użytecznej*, „Studia de Cultura” 2023, nr 1(15).
- Ogonowska Agnieszka, Walecka-Rynduch Agnieszka, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, WUJ, Kraków 2024.
- Pietrowiak Kamil, *Etnografia oparta na współpracy. Założenia, możliwości, ograniczenia*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2014, nr 4.
- Rappaport Joanne, *Beyond Participant Observation: Collaborative Ethnography as Theoretical Innovation*, „Collaborative Anthropologies” 2008, no. 1.
- Sedgwick Eve, Parker Andrew (ed.), *Performativity and Performance*, Routledge, New York 1995.
- Siuda Piotr, *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja*, w: *Metody badań online*, red. idem, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016.
- Wójtowicz Ewa, *Re-using the user? Od współpracy do eksploatacji w kulturze sieciowej*, „Kultura Współczesna” 2013, nr 2(77).
- Varela Francisco J., Thompson Evan, Rosch Eleanor, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*, MIT Press, Cambridge 2017.

Źródła internetowe

Transversal Skills, <https://unevoc.unesco.org/home/TVETipedia+Glossary/show=term/?term=Transversal+skills#start> (dostęp 15.02.2024).

Źródła ilustracji

- Il. 1. Oprac. Trocki Michał, *Miejsce i rola projektów w zarządzaniu*, w: *Społeczna odpowiedzialność działalności projektowej*, red. idem, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2019.
- Il. 2. Oprac. własne.

Informants, Translators and Observers: Collecting (Meta)Data and Implementing Research in Digital Postmodernity. Towards Collaborative Methods

Contemporary media studies are opening up to methods developed in social sciences, which results from the dynamic development of the mediasphere, the attributes of new digital media and the (network) activities of their users. The latter, within the framework of collaborative media anthropology, actively participate in all phases of the research project, which, on the one hand, makes them inclusive and, on the other hand, imposes new ethical

and methodological obligations on the academic researcher. This approach is a specific materialization of Margaret Mead's idea related to the transfer of knowledge and learning strategies in prefigurative societies, in the 21st century from digital natives, and refers to the collaborative ethnography of Luc Eric Lassiter. New ideas and challenges in applied media studies, collaborative research models and related methodological "transgressions" are also important in changing the philosophy of thinking regarding the obligations of media studies and rules of media literacy 4.0.

Keywords: collaborative anthropology, digital media, research project management, applied media studies

Słowa kluczowe: antropologia oparta na współpracy, media cyfrowe, zarządzanie projektem badawczym, medioznawstwo stosowane

Data przesłania tekstu: 20.02.2024

Data zakończenia procesu recenzyjnego: 10.04.2024

Data przyjęcia tekstu do publikacji: 18.06.2024