

Małgorzata Ćwikła  <https://orcid.org/0000-0003-3724-7296>

Uniwersytet Jagielloński
e-mail: malgorzata.cwikla@uj.edu.pl

Otrzymano/Received: 27.01.2021
Zaakceptowano/Accepted: 08.03.2021
Opublikowano/Published: 27.05.2021

Wśród obrazów, algorytmów i rozmyślań metodologicznych. Kultura w Paryżu w czasie epidemii¹

Cały spostrzegany świat jest tylko zbiorem obrazów i faktów.

Charles Baudelaire

Abstract

Amidst Pictures, Algorithms, and Methodological Reflections. Culture in Paris in Times of the Epidemic

Paris is a city filled with art and home to some of the world's most famous institutions offering unique cultural events, including exhibitions of priceless works of art and ephemeral performative phenomena such as performances and concerts. Due to the closure of cultural institutions during the COVID-19 pandemic, the situation has completely changed. The city is deserted, while cultural institutions are focused on using the Internet to run their affairs and maintain relationships with the audience without the possibility of meeting them face-to-face. Based on the author's own research conducted in Paris in December 2020, the paper presents the analysis of public space in terms of the presence of traces of culture. For this purpose, a flexible methodological approach was designed, covering both the city space and the Internet, also understood as part of the public domain. Additionally, the author's own research experience is taken into account, depending on the epidemiological situation and the ability to move around the city. The factors discussed in the paper have provoked a multifaceted reflection – starting from the privileges of researchers, through the sense of online culture, and ending with the future of cultural institutions. The aim of the paper is to document the situation of cultural institutions in Paris during the pandemic, with an emphasis on their presence, visibility, and accessibility in the city and the Internet.

¹ Tekst powstał jako efekt pobytu w Paryżu w ramach stypendium rządu francuskiego na zaproszenie Université Panthéon-Sorbonne.

Keywords: visual research, culture on-line, culture during the pandemic, research methodology

Słowa kluczowe: badania wizualne, kultura w sieci, kultura w czasie pandemii, metodologia badań

Wprowadzenie

Zaczynając opowieść o Paryżu, nie wspomina się zazwyczaj o pustce, ciszy, samotności. Z miastem tym kojarzą się inne obrazy: barwny tłum, w którym turysta miesza się z lokalną elegantką, kolejki przed znanymi na całym świecie muzeami, sprzedawcy oferujący gadzety z motywami działającymi na wyobraźnię wszystkich tych, którzy choć raz chcieliby zobaczyć stolicę mody, kultury i miłości. Od kilku lat tym stereotypowym nieco ujęciom, obecnym zresztą w serialu *Emily w Paryżu* na platformie Netflix, który w czasie pandemii cieszy się popularnością, towarzyszą inne myśli. Związane są one ze wspomnieniami ataków terrorystycznych czy pogłębiającą się społeczną stratyfikacją, opisaną między innymi w książce *Powrót do Reims* Didiera Eribona [2019]². Choć wyobrażenia te w różny sposób dokumentują losy metropolii próbującej odnaleźć swoją współczesną, wielokulturową tożsamość, każde z nich łączy się z byciem w grupie, doświadczeniem wspólnotowym, czy to w celu przeżywania sztuki, podziwiania unikatowego ducha miejsca, czy też wyrażania sprzeciwu wobec radykalizmu i brutalnych aktów przemocy. Dla Paryża wprowadzone do dzisiejszego *lingua franca* pojęcie społecznego dystansu jest czymś obcym i nienaturalnym.

Pierwszy przypadek zakażenia we Francji wirusem SARS-CoV-2, wywołującym chorobę COVID-19, został zdiagnozowany 24 stycznia 2020 roku. Od tego czasu obowiązują mniej lub bardziej restrykcyjne rozwiązania (*confinement – lockdown*), mające na celu opanowanie epidemii. Ich fundament stanowi redukcja możliwości bezpośredniego kontaktu, a zatem zamykanie miejsc publicznych, ograniczanie mobilności, zachęcanie, a nawet nakazywanie, by „siedzieć w domu”. Ten przymus izolacji ma szczególne znaczenie dla życia kulturalnego w Paryżu, które zostało zawieszane do odwołania, stawiając instytucje kultury przed nowymi wyzwaniami. Muszą one znaleźć model podtrzymywania relacji z odbiorcami bez możliwości spotkania na żywo, przewidywać strategie aktywności po pandemii, na bieżąco wspierać artystów i ich poszukiwania twórcze, również dostosowane do aktualnie dostępnych środków wyrazu, a także przetrwać bez turystów.

² Opiswane w tym tekście doświadczenia i tematy wciąż się ze sobą niespodziewanie łączyły, np. spektakl oparty na książce *Powrót do Reims* miał premierę 9 grudnia 2020 roku na festiwalu Boska Komedia. Oglądałam go *online*, będąc za granicą – snując rozważania zarówno o współczesnej Francji, jak i sensie teatru w sieci (mając zresztą wrażenie, że akurat ta realizacja Nowego Teatru w Warszawie w reżyserii Katarzyny Kalwat to najlepszy spektakl mijającego roku).

W niniejszym artykule podjęłam próbę uchwycenia tego wyjątkowego czasu, projektując specyficzne postępowanie naukowe, by móc przeprowadzić analizę wizualną Paryża. Cel badań stanowiło dokumentowanie sytuacji instytucji kultury w stolicy Francji ze szczególnym akcentem na obecność, widzialność i dostępność kultury w przestrzeni publicznej. Tym samym z uwagą śledziłam nie tylko strategie marketingowe i inne działania organizacyjne wybranych instytucji, lecz także szukałam impulsów płynących z otoczenia i odwoływałam się do własnych wspomnień z wcześniejszych wizyt w Paryżu (było ich łącznie prawie 30). Sama zaś przestrzeń publiczna, stanowiąca „miejsce” badań, rozumiana jest tutaj jako dobro wspólne, nieprywatne, krajobraz miejski z wpisanymi w niego instytucjami kultury [Dymnicka 2013], które są zarazem symbolami Paryża. Wyjątkowymi wizualnymi toposami (np. Centrum Pompidou), lokującymi wyobraźnię w konkretnym miejscu, wywołując przy tym wiele związanych z nim skojarzeń. W ramach uzupełnienia, czy raczej wirtualnego przedłużenia, skupiłam się na Internecie jako nowym terytorium, który intensywnie kolonizują instytucje kultury, szukając atrakcyjnych formatów współbycia na odległość. Cała narracja stanowi też osobisty zapis mojego doświadczenia badawczego, które tak samo, jak prowadzenie działalności kulturalnej, podlega obecnie różnym ograniczeniom. W pełni zniknąć jednak nie może, co więcej – to właśnie stan nadzwyczajny warunkuje konieczność poznawczego trudu, dostrzegania sygnałów wyłaniania się nowych porządków, a także prowadzenia metarefleksji o sensie i znaczeniu nauki.

Problem pandemii ma charakter uniwersalny i podobny ogólny opis można sformułować w odniesieniu do instytucji kultury w innych miastach. Dlatego w artykule zwróciłam uwagę na to, co wydaje mi się szczególne w kontekście Paryża, w tym: specyficzny stosunek do czasu, planowania, adresowanie przekazu do międzynarodowego odbiorcy, korzystanie z technologii oraz zgoda na bezruch.

Metodologiczno-organizacyjny fundament badań

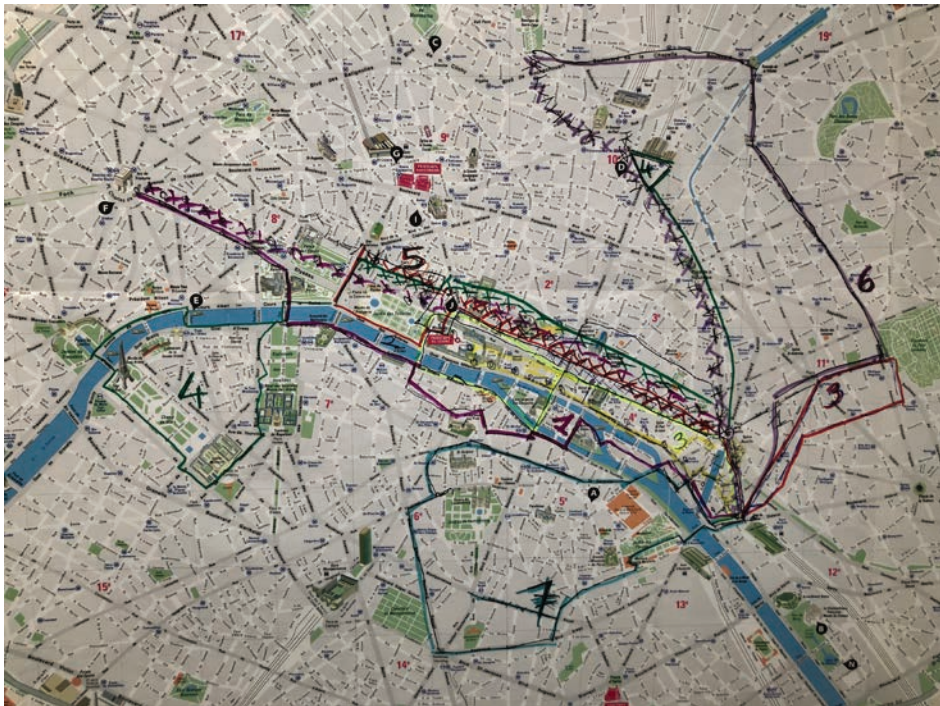
Badanie miało charakter eksploracyjny i dostosowane było do aktualnego kontekstu. Uznałam, że wprowadzane przez rząd francuski obostrzenia w związku z trwającą epidemią COVID-19 stanowią ważny element w kształtowaniu moich poszukiwań. Dlatego, ze względu na częste zmiany w obowiązujących regulacjach, badania projektowałam w sposób spontaniczny, a ich zakres uzależniony był od aktualnych możliwości przemieszczania się. Okres badań (od 29 listopada 2020 do 31 grudnia 2020 roku) obejmował dwie fazy: 1) zamknięcia wszystkich instytucji kultury i możliwości poruszania się po mieście wyłącznie w uzasadnionych przypadkach, 2) niewielkiego rozluźnienia obostrzeń i dozwolonej mobilności bez ograniczeń czasowych (na tym etapie zapowiedziane było otwarcie instytucji kultury, ostatecznie jednak decyzja została cofnięta i przez cały czas badań instytucje kultury

były zamknięte, zmieniły się jednak możliwości zbierania danych w przestrzeni publicznej). W pierwszym przywołanym okresie badania realizowałam w ramach dozwolonych „spacerów”, trwających maksymalnie trzy godziny. Oznaczało to konieczność zabierania za każdym razem wypełnionego formularza uzasadniającego obecność w przestrzeni publicznej (*Attestation de déplacement dérogatoire*). Ponadto podróż do Paryża w tym czasie wiązała się z obowiązkiem posiadania różnych dokumentów: wyjaśnienia celu podróży i braku możliwości jej przesunięcia, deklaracji o stanie zdrowia i niewystępowaniu charakterystycznych symptomów COVID-19.

Określając wiodącą metodę badawczą, inspirowałam się podejściem etnograficznym skoncentrowanym na praktykach kultury wizualnej [Pink 2009]. Celowo piszę tu o inspiracji, bo przeprowadzone badanie było ograniczone czasowo, a pełne poznanie problemu wymagałoby długotrwałych obserwacji [Vindrola-Padros 2021]. Jednocześnie wysłałam z założenia, że istotne jest dokumentowanie danego etapu pandemii, a ponieważ jej końca nie da się obecnie przewidzieć, nie jest możliwe zaplanowanie badań obejmujących wszystkie fazy. Przymus elastycznego reagowania sprawił, że strategię badawczą uznałam za wyłaniającą się, to znaczy, że w trakcie badań i pierwszych analiz pojawiały się kolejne impulsy, co obserwować i co porównywać, by przybliżyć się do rozwiązania problemu badawczego [Konecki 2005]. Tym samym, przystępując do badań, nie miałam przygotowanego planu obserwacji i pozwoliłam na to, by prowadził mnie „teren”. Samo pytanie badawcze zaś określiłam następująco: *W jaki sposób instytucje kultury w Paryżu są obecne w przestrzeni miejskiej w czasie epidemii i jak korzystają z Internetu w celu zachowania relacji z odbiorcami na odległość?* Takie sformułowanie determinowało dobór technik zbierania danych. Zdecydowałam się na obserwację nieuczestniczącą działań instytucji kultury prowadzonych przez nie w mieście oraz w sieci. W tym celu gromadziłam materiały wizualne w postaci setek wykonanych samodzielnie fotografii konkretnych miejsc i zjawisk w Paryżu, dokumentujących ślady kultury [Olechnicki 2003]. Skupiałam się na tym, co było dostępne, głównie na przekazach reklamowych różnego rodzaju: plakatach, billboardach, reklamach na/w środkach transportu publicznego i na fasadach budynków. W celu nakreślenia zakresu badań wybrałam kilka konkretnych instytucji (Muzeum Luwr, Muzeum D’Orsay, Centrum Pompidou, Grand Palais/Wielki Pałac, Théâtre du Rond-Point, Odéon-Théâtre de l’Europe/Teatr Odéon, Opéra Bastille/Opera przy placu Bastylli). Dobór podyktowany był z jednej strony chęcią uchwycenia sytuacji instytucji-ikon (typu Luwr) oraz pragmatyzmem i możliwością dotarcia do nich na piechotę z miejsca czasowego zamieszkania (okolice Gare de Lyon). Kryterium doboru stanowił ponadto charakter działalności związany ze: 1) sztukami wizualnymi, 2) sztukami performatywnymi. W ten sposób chciałam poznać różne strategie w trakcie pandemii, wynikające z budowania innych relacji z publicznością i korzystaniem z odmiennych środków wyrazu. Uzupełniająco, codziennie sprawdzałam profile w mediach społecznościowych (Instagram, Facebook, YouTube) wybranych instytucji, chcąc poznać ich działania komunikacyjne w sieci.

Ten składnik badań odwoływał się do metod netnograficznych i obserwowania społeczności w Internecie, rozumianych jako instytucje kultury i ich odbiorcy [Kozinets 2012] oraz relacje między nimi [Pink i in. 2016].

Po każdym segmencie badania, mającym charakter regularnych spacerów po mieście [zob. więcej o *walking methods*: O'Neill, Roberts 2019], przebytą trasę nawiązywałam na mapę miasta z oznaczeniem, czy dany odcinek pokonałam pieszo, czy transportem publicznym (ilustracja 1).



Ilustracja 1. Mapa Paryża po pierwszych siedmiu dniach badań. Krzyżyk – metro, prosta linia – marsz. Cyfry oznaczają kolejne dni badań. Zdjęcie Małgorzata Cwika

Wszystkie istotne według mnie spostrzeżenia zapisywałam. Notatki robiłam także po sprawdzaniu aktywności badanych instytucji w mediach społecznościowych. Dodać trzeba, że ze względu na kontekst i temat, badania wywoływały we mnie wzmożone zaangażowanie, które uznałam za efekt uboczny stosowania metody w tradycji jakościowej i antropologicznej [Czarniawska 2015]. Sam proces pisania tego artykułu oparty był na podejściu refleksyjnym [Bingham 2003] – pozwalałam, by ponosiły mnie różne skojarzenia, toposy, szczegóły i odstępstwa. Świadomie też skupiałam się na wrażeniach i obserwacjach, a nie na przykład na analizie materiałów,

w tym przekazów medialnych o kulturze w danym czasie czy wypowiedziach artystów i polityków. Wynikało to z jednej strony ze słabej znajomości języka francuskiego, a z drugiej – z chęci poznania na podstawie empirii i afektów [Rewers 2013].

Obrazy kultury w przestrzeni publicznej – Paryż, grudzień 2020 roku

W czasie pandemii w Internecie zaczęły krążyć zdjęcia wyludnionych miast. Poczłótkowe motywy z Nowego Jorku, Londynu czy wlaśnie Paryża przypominały nieme kulisy filmowe, a czas jakby się zatrzymał. Oglądanie w sieci tych dziwnych, pozbawionych życia przestrzeni nie może jednak zastąpić realnego doświadczenia, które dodatkowo wywołuje pytania: Czy powinno się tu być?, Czy jest się uprzywilejowanym poprzez obecność w miejscu, które dla wielu jest teraz niedostępne?, Jak ten czas będzie postrzegany za kilka lat? Zastanawiając się nad odpowiedziami, trudno znaleźć poznawcze i metodologiczne punkty zaczepienia. Mimo koncentracji na mieście w pytaniu badawczym nie oferują ich na przykład studia miejskie, dyscyplina młoda, które raczej starają się zrozumieć dynamikę obszarów zurbanizowanych niż czas przestoju i „wyludnienia”. Ewa Rewers pisała: „Badamy miasto nie tylko jako produkt mentalny cywilizacji, lecz także jako swoiste skupienie materii i ruchu, domagające się odpowiedzi naszych zmysłów” [2014, s. 137]. W sytuacji pandemii pojawia się pokusa, by temu założeniu zaprzeczyć i spojrzeć na miasto w bezruchu, wymuszonym zatrzymaniu i uchwycić nie–działanie (paradoksalnie taką orientacją wspierają wrażenia zmysłowe). Rafał Drozdowski zwrócił uwagę, że koncentracja na podążeniu do celu jest mylna i „maskuje” prawdziwy obraz życia społecznego [2015]. Zaniechanie, nieobecność oraz nie–robienie to również istotne składniki poznania. Podobnie jak i aktywności w skali mikro, odbiegające od standardu. Dlatego biorąc pod uwagę warunki, na Paryż spoglądałam z perspektywy zmiany i redukcji. Takie indukcyjne postępowanie pozwoliło na śledzenie szczegółów, z których stopniowo wyłaniał się szerszy obraz, a także na odejście od teorii w stronę doświadczenia.

Początki tych poszukiwań były prozaiczne. Podkreślić bowiem trzeba, że na pierwszy rzut oka na paryskich ulicach głównym „sygnałem” dotyczącym działalności kulturalnej były reklamy musicalu *Król Lew*. Charakterystyczne żółte plamy z konturem dzikiej grzywy dało się rozpoznać z daleka na prawie każdym rogu. Oprócz tego na słupach reklamowych, przystankach autobusowych, kioskach zauważyłam sporo plakatów reklamujących filmy (głównie dla dzieci). Zwróciłam poza tym uwagę na strategię władz miasta, która miała na celu podtrzymywanie zainteresowanie muzeami, informując o ich ofercie w wydaniu internetowym albo reklamując kartę Paris Museum Pass, umożliwiającą zwiedzanie muzeów po niższej cenie (miało to zachęcać do bycia przygotowanym z wyprzedzeniem na ponowne otwarcie instytucji – ilustracja 2).



Ilustracja 2. Reklamy na paryskiej ulicy. Po lewej stronie częsty motyw wizualny – reklama musicalu *Król Lew*. Bilety dostępne w sprzedaży dopiero od września 2021 (stan na styczeń 2021), co ilustruje aktualny stosunek do czasu w organizowaniu działalności kulturalnej. Po prawej przykład kampanii miejskiej zachęcającej do korzystania z oferty muzeów w Internecie. Zdjęcia Małgorzata Ćwikła

Pierwszego dnia wybrałam trasę wzdłuż Boulevard Morland w kierunku katedry Notre-Dame, przekraczając na jej wysokości Sekwanę w stronę Dzielnicy Łacińskiej, kontynuując potem marsz Quai de Conti, Quai Voltaire i przechodząc przez Pont Royal, by dotrzeć do Luwru. W tym czasie spotkałam raptem kilku przechodniów. Kawiarnie były zamknięte, a za ich szybami piętrzyły się poukładane w regularne wzory wiklinowe krzesła. Obok katedry jeden sklep z pamiątkami był otwarty i jeden kiosk, w którym przejrzałam gazety zajęte w tym czasie podawaniem informacji o liczbie nowych infekcji. O kulturze w nich nie wspomniano. Dotarcie w okolice Luwru stanowiło doświadczenie ambiwalentne. Samo muzeum, jego otoczenie, charakterystyczna piramida dostarczają licznych wrażeń estetycznych, są sztuką dostępną, widoczną, obecną wszędzie. Równocześnie brakowało charakterystycznego tłumu, kolejek do wejścia, nie przejeżdżały dwupoziomowe autobusy wypełnione turystami, którzy chcą jak najszybciej zobaczyć jak najwięcej. Z gablot umieszczonych w różnych miejscach rozrastającego się na boki budynku Mona Lisa pytała, czy tęsknimy za Luwrem, i zachęcała do zakupu biletów przez Internet. Oprócz tego fasada od strony Rue de Rivoli obwieszona była banerami informującymi o aktualnych (zamkniętych) wystawach. Podobnie wyglądały okolice Centrum Pompidou.

Wielkie plakaty reklamowały program, który nigdy nie został zrealizowany. Nikogo nie było na Place Igor Stravinsky, fontanna autorstwa Jeana Tinguely'ego i Niki de Saint Phalle stała nieruchoma w zimowej szarości. Tuż obok rusztowaniami i barierkami ogrodzono remontowane elementy budynku muzeum. Mimo to warto zwrócić uwagę na wizualne dopasowanie przestrzeni do sytuacji, świadczące o przemyślonej strategii organizacyjnej. Mianowicie, podczas gdy wszystkie pozostałe badane instytucje ograniczały się do informowania o aktualnie podejmowanych krokach w związku z pandemią (mogło to być lakoniczne stwierdzenie „Pauza”, jak w przypadku plakatu na budynku teatru Odéon) i ewentualnie planowanych kolejnych działaniach, Centrum Pompidou zareagowało twórczo.

Dostępne informacje o możliwościach zwiedzania wystaw (na etapach, gdy było to dozwolone) zostały przekazane z oryginalnym zamysłem. Tablice dotyczące obowiązujących zasad zachowania dystansu i dbania o higienę przygotowano z humorem i tak, by działać na wyobraźnię (1 m dystansu to mniej więcej tyle, co nosorożec, ale już bez głowy), a nawet skłaniać do zapamiętywania poprzez obrazy (oryginalne przedstawienie twarzy z maską czy zakupu biletów przez Internet). Przede wszystkim jednak przestrzeń wokół Centrum oznakowano kolorowymi liniami z cytatami dotyczącymi sztuki (ilustracja 3). Miały one pokazywać, gdzie stanąć, czekając na wejście do środka.

Pojawiało się dziwne wrażenie, że ślady zwiedzania muzeum w „reżimie sanitarnym” już teraz stanowią pewnego rodzaju relikwiny minionej epoki. Bezruch, o którym pisał Drozdowski, w grudniu 2020 roku dokumentował inny etap, w tym całkowite zawieszenie programu w siedzibie instytucji i nastawienie na przykład na działalność edukacyjną w sieci (dobra ilustracja to liczne wzmianki w mediach społecznościowych i na stronie internetowej o MOOC Pop Art). Wątek ten łączył się z problemem czasu i pojmowania go w specyficznej sytuacji kryzysu czy może przejścia, a nawet *interregnum*, gdy nie wiadomo, kto dyktuje warunki – wirus czy człowiek. W kontekście pytania badawczego pojawiały się pierwsze stwierdzenia: sytuacja pandemii może skłaniać instytucje kultury do strategii, w których własna tożsamość manifestowana jest w przekazach wizualnych służących organizowaniu interakcji z odbiorcami (w tym w przestrzeni miasta wokół instytucji).

Gra z czasem i gra o czas – trudny powrót do przyszłości

Gdy przeglądałam materiały wybranych instytucji kultury w Internecie i obserwowałam miasto, zaskakująco często powracał wątek czasu, na przykład w komunikatach językowych spotykałam określenia typu: *Teraz* – kierujące uwagę na aktualny program albo *Już czas* – by kupić bilety w odpowiednim momencie przed ponownym otwarciem. Wielokrotnie to *teraz* się przesuwalo. Jak wspomniałam wcześniej, w połowie grudnia 2020 roku przewidziane było udostępnienie instytucji kultury



Ilustracja 3. „Sztuka czyści naszą duszę z brudów codzienności” – Pablo Picasso. Wyznaczanie dystansu społecznego przed Centrum Pompidou. Muzeum w trakcie badań było zamknięte, nikogo nie spotkano. Zdjęcie Małgorzata Ćwikła

zwiedzającym. Podjęłam nawet próbę kupienia biletów na różne wystawy w badanych instytucjach. Nie udało się to jednak, bo decyzję nagle zmieniono. Muzea, teatry, kina pozostały zamknięte, a w debacie publicznej padały nowe daty, równie niepewne, co ta grudniowa. Pojawia się wątpliwość, czy planowanie jako podstawa zarządzania organizacjami [Jemielniak, Koźmiński 2008] ma w ogóle rację bytu, czy może właśnie teraz stało się jeszcze ważniejsze. Może trzeba uwzględnić dłuższy przedział czasowy oraz przyzwyczać się do wzmożonej elastyczności/niepewności? Teoretyczka organizacji Mary Jo Hatch [2002] w eseju *Doing Time* zestawiała dwie perspektywy tworzenia czasu w zarządzaniu: linearną i cykliczną. Wydaje się, że nadzwyczajna sytuacja epidemii skłoniła instytucje kultury do połączenia ich. Linearna jest po to, by zachować kontakt z odbiorcami (co realizowane jest obecnie głównie w mediach społecznościowych), cykliczna zaś, by nie rezygnować z wydarzeń, które teraz się nie odbywają, i wciąż na nowo próbować je „przywracać”.

aż wreszcie będzie to faktycznie możliwe. Chociaż celem tego tekstu nie jest wprowadzanie perspektywy porównawczej, warto wspomnieć o jednej osobliwej obserwacji. Podczas gdy na przykład na stronie Starego Teatru w Krakowie w styczniu 2021 roku przy każdym tytule w repertuarze pojawia się słowo „Odwołane”, badane instytucje we Francji informują o braku biletów na spektakle w czasie wywołanego epidemią zamknięcia albo od razu wskazują na przesunięcie terminów. Sztuka nie jest odwoływana, ale w tym momencie niedostępna (sam fakt braku biletów sugeruje zresztą wzmożony popyt, a nie zanik zainteresowania) i ma wrócić niebawem. Plakaty o wydarzeniach kulturalnych za to tworzą w przestrzeni publicznej odległy czas – „przypominają” o wrześniu czy nawet listopadzie 2021 roku. Co zastanawiające, niektóre instytucje zdawkowo odnosiły się do nagłych zmian (np. Luwr), po prostu kolejny raz aktualizując informacje, że wystawy nadal są zamknięte, a zakupione bilety można oddać. Tak jakby przyzwyczajono się do niepewności, a modyfikacja planów stała się rutyną.

Ciągle gry z czasem w obrębie działalności kulturalnej to jedno z najbardziej intensywnych doświadczeń z pobytu w Paryżu. Wynika to z poczucia, że gdzieś zgubił się pewien okres, który istniał w różnych materiałach dotyczących kultury, a jednak się rozplynął. Uderzający był bowiem fakt, że spotykałam plakaty nie tylko informujące o wydarzeniach, które odbędą się dopiero za prawie rok, ale także o tych, które zostały zaplanowane na moment (jak się okazywało) zamknięcia. Nie było ich, chociaż o nich powiadamiano, na przykład wystawę *Le Corps et l'Âme* w Luwrze (planowany termin: od 22 października 2020 do 18 stycznia 2021 roku) udostępniono krótko dla publiczności, ale przez większość czasu była nieczynna. Podobnie w innych instytucjach. Z wielkim żalem patrzyłam na program w Grand Palais zapowiadający wystawę *Noir&Black*, która właśnie „miała trwać” (ilustracja 4). Po głowie chodziły mi nazwiska wymienianych tu i tam twórców: Diane Arbus, Helmut Newton, Boris Charmatz, Aristide Tarnagda, Bartabas, Nicolas Frize. Wszystko kusiło, a niczego nie można było zobaczyć.

Dodatkowo współcześnie podlega się różnym burzom informacyjnym, na przykład na dostępnych dla przyjezdnych mapach miasta czy planach metra pojawiały się liczne reklamy wydarzeń kulturalnych. Były one na wyciągnięcie ręki jako deklaracja, w rzeczywistości się nie odbywały. Z osób zainteresowanych kulturą kpią też algorytmy. To zaskakujące, że media społecznościowe, które odgrywają niezwykle ważną rolę komunikacyjną w czasie pandemii, przyczyniają się do zagubienia w czasie, na przykład na profilu Théâtre du Rond-Point tuż obok informacji o zamknięciu i przesunięciu niektórych spektakli aż na październik 2021 roku, Facebook pokazuje, jak wielu zwiedzających można się spodziewać danego dnia o konkretnej godzinie. Aktualne statystyki odwiedzin znalazłam również na profilu Centrum Pompidou, które w rzeczywistości jakby zapadło w zimowy sen. Ta konfrontacja z nie-czasem w sieci potęguje poczucie konfuzji i wzmacnia pytanie o znaczenie mediów, w tym głównie zaczynających kierować się własną logiką algorytmów, jako technologii

definiujących [Szpunar 2018] przeżycia kulturalne. W przestrzeni miasta funkcjonowała więc w analizowanym czasie kultura „zapowiadana”, ale równocześnie „nieczynna”.



Ilustracja 4. Przed Wielkim Pałacem. Zapowiedź tego, czego publiczność (w danym momencie) nie zobaczy. Zdjęcie Małgorzata Ćwikła

Flâneur w terenie, kronikarz przy biurku

Badacz w terenie, pisarz przy biurku. Jak powstają nauki społeczne? to tytuł wydanej w 2018 roku książki Barbary Czarniawskiej. Sytuacja, w której prowadzone były opisane tu badania, skłoniła mnie do parafrazowania go i szukania własnej reprezentacji w terenie – Paryżu, a także lokowania wybranych strategii badawczych w obrębie obowiązujących praktyk naukowych. Stąd zestawienie nowych ról – flanera (to spolszczony termin) i kronikarza. Miejska mobilność w funkcji badań dokonywała się w postaci spacerów. Starłam się nie korzystać z transportu

publicznego, głównie po to, żeby uniknąć przebywania w grupie i w zamknięciu. Zwłaszcza że wielu pasażerów metra nie dostosowywało się do nakazu zakrywania ust i nosa. Na początku pobytu zresztą osób jeżdżących metrem czy autobusem było zdecydowanie mniej niż na przykład przed świętami Bożego Narodzenia, co sprawiło, że nieraz opuszczałam wtedy zatłoczone metro kilka stacji wcześniej, niż miałam w planie. Warto dodać, że metro w Paryżu ma specyficzny zapach, inny niż metro w Hamburgu, Nowym Jorku czy Londynie. W czasie pandemii miasto pachniało tak samo jak zawsze, przywołując wspomnienia zupełnie innych obrazów sprzed lat. Teraz sporadyczne „przejazdy” wykorzystywałam do zbierania materiałów i fotografowania przestrzeni reklamowych zarówno w środkach transportu, jak i korytarzach metra. Ogólnie jednak po Paryżu poruszałam się pieszo, średnio w ciągu tygodnia pokonując 65 kilometrów. Staralam się za każdym razem urozmaicać trasy, chociaż niektóre odcinki przemierzałam wielokrotnie, co potraktowałam jako okazję do obserwacji porównawczych. Ta ciągła obecność w przestrzeni miejskiej, doświadczanie jej uśpionej dynamiki przywodziło na myśl różne tropy kulturowe, głównie wynikające z faktu, że Paryż jest miastem obecnym w sztukach wizualnych i w literaturze.

Najbardziej dominujące było porównanie z postacią flanera – miejskiego włóczęgi, który godzinami przechadzał się po mieście, obserwując je (w zasadzie bez celu) i tworząc dekadentkie zestawienie własnego spowolnionego i refleksyjnego marszu oraz biegu większości przechodniów. Nie przeszkadzało mi przy tym, że postać ta może się kojarzyć z białym, uprzywilejowanym mężczyzną. Sam bowiem już fakt, że to właśnie mi dano szansę na prowadzenie opisywanych badań, przełamował ten schemat. Choć określenie jest starsze i łączone bywa z Charlesem Baudelaire’em, w kontekście Paryża budzi najwięcej skojarzeń z Walterem Benjaminem i jego niedokończonym dziełem *Pasaże*, w którym autor tworzy amalgamat cytatów, wolnych myśli, przypadkowych obserwacji i komentarzy pod adresem rodzącego się porządku, opartego na handlu, pieniądzu oraz niezmiennie – miejskich tajemnicach [2010]. Interesujący jest fakt, że postać flanera powraca teraz w dyskursie naukowym ze względu na popularność urządzeń mobilnych, które uzupełniają realne doświadczenie o świat Internetu. Można nawet spotkać się z określeniami *electronic flâneur* [Shaw 2014] czy *cyborg flâneur* [Bayes 2018], które dotyczą ontologicznego statusu współczesnych „wędrowców” oraz relacji czas–przestrzeń, ożywione–nieożywione. Już kilka lat temu gra *Pokémon GO*, która zapraszała do miejskiej krzątania, nadając jej walor fabularny i wprowadzając elementy rzeczywistości rozszerzonej (AR), zwiastowała popularność mobilności realno-wirtualnej. Będąc badaczką w terenie, poruszałam się właśnie jako uważna spacerowiczka, która ciągle posługuje się mediami, by uzyskać więcej informacji oraz wnikać za mur instytucji kultury w ramach proponowanych przez nie rozwiązań opartych na sieci. Oprócz triangulacji technik zbierania danych dochodziło do multiplikacji obszarów, z których każdy kształtowany był przez inne strategie organizacyjne. Niekiedy płaszczyzny

te nakładały się na siebie, na przykład stojąc w pewnym momencie przed Lувrem (ilustracja 5), sprawdzałam media społecznościowe tego muzeum.



Ilustracja 5. Pustki przed wejściem do Luwru. Nie ma ludzi, nie ma też organizmów nie-ludzkich. Co ciekawe, w trakcie pandemii rzadko w krajobrazie miejskim można na przykład spotkać gołębie, koty czy psy. Widoczne przed piramidą, liczne barierki służą w normalnych czasach do zarządzania kolejką, łamiąc ją w poskręcane korytarze. Podczas epidemii są one bezużyteczne, mimo to tworzą dystans. Zdjęcie Małgorzata Ćwikła

Akurat na Facebooku reklamowano aplikację *Mona Lisa Beyond the Glass*, która oferuje zwiedzającym doświadczenie w rzeczywistości wirtualnej (VR). Będąc obok piramidy autorstwa Ieoh Ming Peia, oglądałam ten sam krajobraz miejski przez pryzmat telefonu komórkowego, a po chwili telefon „przeskakiwał” do *Salle des Etats* (sala 711), w której wystawiona jest *Mona Lisa*. Chcąc uwiarygodnić obecność w muzeum, autorzy aplikacji dodali cienie sylwetek zwiedzających. Te osobliwe, mgliste duchy stanowiły w tym momencie moje jedyne towarzystwo. Szybko zresztą zniknęły, ustępując miejsca animowanej *Giocondzie*, zdradzającej swoje tajemnice. Od strony procesu poznawczego pojawia się pytanie o przyszłość badań w tradycji etnograficznej, ucieleśnienie badacza, trwałość wyników i autentyczność

doświadczenia związanego z byciem w organizacjach w sposób rzeczywisty, hybrydowy i wirtualny.

Chęć uchwycenia momentu i opisanie kultury w Paryżu w grudniu 2020 roku skłoniła mnie do tego, by utrwalić kilka wątków. Flaner stawał się kronikarzem, szukającym miejsca kultury w tworzonym na nowo porządku społecznym – uwzględniającym interesy gospodarcze po miesiącach *lockdownu* i zwiększone znaczenie technologii w codzienności. Któregoś dnia odbyłam dłuższą trasę, jadąc metrem 1 do stacji Charles de Gaulle – Étoile, kierując się potem od Łuku Triumfalnego w stronę Grand Palais. Idąc Avenue des Champs-Élysées, mijałam otwarte kilka dni wcześniej sklepy, które w tym momencie zapraszały do ostatnich promocji z okazji Black Friday i Cyber Monday. Przed wejściem do każdego z nich stał ochroniarz, sprawdzający, czy zdezynfekowało się ręce, liczący wszystkich wchodzących i pokazujący trasę do wyjścia. Sklepy były pełne. Dalej, mijając Théâtre du Rond-Point, Grand Palais, Petit Palais, przekroczyłam most Aleksandra II, będąc już na terenie zaskakującego, nietypowego odludzia. Plakaty na Petit Palais informowały o wystawie malarstwa duńskiego, przez ogromne okna zaprojektowanego przez Charles'a Giraulta budynku podglądać mogłam różne dzieła z kolekcji (ilustracja 6).



Ilustracja 6. Zagląając przez okna do muzeów. Zdjęcia Małgorzata Ćwikła

Zastanawiałam się nawet wtedy, czy nie byłoby możliwe tworzenie wystaw skierowanych na zewnątrz, w stronę ulicy. W Luwrze na przykład również przez

okna wyglądają potylicy rzeźb, które po prostu można by było odwrócić, przysunąć bliżej. Choć na jakiś czas. Rozwiązanie to pewnie jednak nie miałyby uzasadnienia (abstrahując od kwestii konserwatorskich), bo także przed budynkami, a nie tylko w nich nie powinno dochodzić do zgromadzeń. Warto zaznaczyć, że inaczej jest przed Operą przy placu Bastylli – tutaj na wielkich telebimach pokazywane są fragmenty wybranych realizacji, które reklamują przesunięty na kolejne miesiące program. Ruszyłam dalej.



Ilustracja 7. Pustki przed Musée d'Orsay. Również okoliczne kawiarnie zamknięte. Interesująca jest obserwacja rzeźb przed wejściem do muzeum. Spotyka się tu egzotyczne zwierzęta (m.in. *Jeune Éléphant pris au Piège / Młody słoń w potrzasku* Emmanuela Frémieta) oraz kobiety symbolizujące sześć kontynentów (każda z wymownym i nieco stereotypowym artefaktem, jak malarska paleta w przypadku Europy). W chwili spowolnienia można im się przyjrzeć na spokojnie. Zdjęcia Małgorzata Ćwikła

Przed Musée d'Orsay nie było nikogo (ilustracja 7). Sprawdziłam materiały na Facebooku. Publikowane są one każdego dnia z określoną regularnością, o tych samych porach. Jakby właśnie otwarto drzwi muzeum o wyznaczonej zwyczajowo godzinie. Podobnymi strategiami kierują się inne badane instytucje. Ustalony jest schemat umieszczania nowych treści. Są one bardzo różnorodne: krótkie filmy z kuratorami, czasem dłuższe wykłady, materiały z prób, humorystyczne nawiązania do treści dzieł z kolekcji (np. kto nie dopuszcza się małych zbrodni, jak *Oszust z asem karo* Georges'a de La Tour?). Realizowane są też działania społecznościowe, na przykład akcje crowdfundingowe. Aktywność w mediach społecznościowych prowadzi zazwyczaj do zbliżonych reakcji – mniej więcej tyle samo osób „lubi” i komentuje poszczególne posty. Większość postów publikowanych jest po francusku, ale na przykład Facebook automatycznie tłumaczy ich treść. Komentarze za to często są po angielsku.

Zauważyć należy, że w środowisku Internetu lepiej odnajdują się muzea, którym łatwiej jest sprowokować szybką interakcję. Dodatkowo mogą adresować ofertę do

różnych grup odbiorców – obcokrajowców, dzieci, osób zainteresowanych rzeźbą, malarstwem, fotografią czy historią. Badane teatry mają ograniczone możliwości działania. Trudno jest o „nażywość” – synchronizację czasową twórców i odbiorców [Fischer-Lichte 2008]. Same media społecznościowe nie są jeszcze miejscem docelowego spotkania, tylko możliwością zainicjowania relacji z odbiorcami, która musi się skonkretyzować dzięki inicjatywie i wysiłkowi widzów [Ćwikła 2021]. Uczestnictwo w programie oznacza przede wszystkim udział w pokazach spektakli *online*, co wymaga nakładu czasowego, koncentracji i sprawnego poruszania się po sieci. W przypadku teatrów warto jednak zwrócić uwagę na przydatność wypracowanych wcześniej partnerstw, na przykład teatr Odéon wchodzi w skład sieci mitos21, dzięki czemu może informować o produkcjach innych tworzących ją instytucji (łącznie 18), licząc na wzajemność i zachęcanie szerokiego grona odbiorców w różnych krajach Europy do oglądania własnych spektakli. Zdarza się jednak, że na tym polu dochodzi do ograniczeń licencyjnych i nie w każdym miejscu można oglądać dany spektakl.

W drobnym wycinku internetu, którym gospodarują badane instytucje, nie widać nadmiaru, podejmowane działania mimo niepewności są przemyślane i tworzą tożsamość instytucji radzących sobie ze zmiennością. Ze względu na to, że skupiono się głównie na znanych ośrodkach, zgromadzona wokół nich społeczność internetowa ma międzynarodowy charakter. Paradoksalnie sytuacja pandemii postrzegana z perspektywy rozwoju obecności w sieci wzmacnia relacje ponadregionalne, oferując nowe możliwości rozwijania odbiorców (z małymi wyjątkami, o których wspomniano wcześniej). Tego typu obserwacje nie są zresztą odosobnione i ilustrują „pozytywne” strony pandemii, które badał w ostatnich miesiącach Marek Krajewski z zespołem [2020].

Wracając wspomnianego dnia do domu, wybrałam trasę wzdłuż Rue de Rivoli w stronę placu Bastylli i potem Gare de Lyon. Rue de Rivoli, słynna ulica handlowa, również budziła się do życia, a liczne sklepy zachęcały do zakupów. Z witryn usuwano tu już plakaty informujące o Black Friday, zastępując je ofertą świąteczną. Benjamin obserwował słynne paryskie pasaże, powstające magazyny handlowe, prototypy dzisiejszych galerii (doprecyzowując: handlowych). W czasie pandemii koronawirusa odnotować trzeba, że szybciej znaleziono rozwiązanie na otwarcie sklepów niż instytucji kultury. Ludzi w miejscach publicznych, w sklepach, uruchomionych z okazji świąt karuzelach z każdym dniem było coraz więcej, podczas gdy teatry i muzea z dnia na dzień przeprojektowywały swoje plany.

Wnioski i doświadczenia – dyscyplinujący dzwoneczek

Zwieńczenie moich badań w Paryżu zbiegło się z końcem roku 2020. Ostatniego dnia grudnia, ponieważ nadal nie były możliwe masowe imprezy, odbył się spektakularny koncert Jeana-Michela Jarre’a zatytułowany *Welcome to the Other Side*. Artysta tworzył

muzykę elektroniczną na żywo, a jego awatar, za pomocą technologii przeniesiony został do katedry Notre Dame, zrekonstruowanej ze szczegółami w rzeczywistości wirtualnej. W produkcję zaangażowane były między innymi władze Paryża oraz UNESCO, a pracował przy niej stuosobowy zespół. Koncert oglądany był na żywo przez miliony ludzi na całym świecie. Podobnie jak w przypadku opisanej wcześniej aplikacji Luwru, w doświadczeniu VR stworzony został „sztuczny tłum”. Zmieniono również samą katedrę. Nie było śladów trwającej renowacji po pożarze w 2019 roku. W tym samym momencie koncert na żywo grał na terenie Luwru David Guetta (również nazwa tego koncertu była wymowna: *United at Home*). Paryż kończył rok dwoma widowiskowymi wydarzeniami, co dziwne jednak, badając przez miesiąc to miasto od strony obecności kultury w przestrzeni publicznej i w Internecie, ani razu nie trafiłam na zapowiedź żadnego z nich. W przypadku koncertu przed Luwrem może to być mniej zaskakujące, bo sam artysta dopiero dzień wcześniej zdradził lokalizację. O koncercie w wirtualnej katedrze Notre Dame dowiedziałam się jednak zupełnie przypadkowo, już w sylwestrowy wieczór. Czy to dowód na lukę w obserwacji? A może brak mojej uwagi? Czy też slalom algorytmów pominął w moim przypadku akurat te treści? Trudno sformułować jednoznaczną odpowiedź, choć wątki te korespondują z pytaniem badawczym, którym się kierowałam, dotyczącym strategii obecności kultury w Paryżu w czasie epidemii.

Na podstawie analiz działalności wybranych instytucji w omawianym okresie udało mi się dojść do następujących wyników obserwacji:

- w czasie epidemii nie prowadzono kampanii reklamowych na plakatach czy billboardach promujących konkretne projekty/wydarzenia w sieci;
- instytucje muszą grać z ważnym dla procesu zarządzania planowaniem (zapowiadają wydarzenia, które się ostatecznie nie odbywają, co powoduje poczucie pustki i wyobcowania, informują o dalekosiężnych planach, docelowo na efemerycznym „etapie po pandemii”);
- czas przestoju, bezruchu w większości wypadków oznaczał całkowite zamknięcie siedzib, niektóre instytucje prowadziły remonty (np. Opera przy placu Bastylii), część z nich wizualnie dopasowała się do pandemii, obowiązujące zasady dystansu społecznego przekazując w oryginalny sposób;
- mimo braku możliwości prowadzenia działalności na bieżąco, badane instytucje stanowią integralny element krajobrazu miejskiego, same w sobie są dziełami sztuki, które w czasie pandemii nabrały jako całość nowego wymiaru (pozbawionego turystów i innych zwiedzających);
- cisza, pustka, brak turystów – wszystko daje impuls do dalszych pytań o „miejsce” instytucji w wyłaniającym się porządku, za to „ruch” w Internecie każe zastanowić się nad dostępnością oferty kulturalnej w sieci, tworzeniem grup odbiorców i pielęgnowaniem relacji z nimi, misyjnością oraz zakresem zaangażowania/zapośredniczenia technologicznego w organizowaniu kultury;

- w kontekście Internetu można odnieść wrażenie, że media społecznościowe wykorzystywane były w kilku funkcjach: 1) komunikacyjnej, by informować o aktualnym programie, ewentualnych zmianach, 2) fatycznej, by nawiązywać, podtrzymywać kontakt z odbiorcami, w tym audytorium międzynarodowym, 3) kreatywnej, by za pomocą narzędzi sieciowych tworzyć i oferować program artystyczny, 4) edukacyjnej, by rozwijać formaty edukacji kulturalnej na odległość;
- w sieci doszło do interesującego zabiegu – instytucje mają regularny, ściśle określony plan publikowania nowych treści w mediach społecznościowych, kojarzy się to z momentem otwarcia muzeum o konkretnej porze albo nawet rozpoczynaniem spektaklu o ustalonej godzinie;
- co warto podkreślić, nagła sytuacja pandemii w pierwszej kolejności miała wpływ na sposoby zarządzania instytucjami kultury, a nie na ich działalność twórczą, nie znalazłam przykładów projektów „o zarazie”, za to wszystkie elementy były z jej powodu organizowane w inny sposób, być może należałoby to rozumieć jako podkreślenie doniosłości i aktualności pytań o nowatorskie modele tworzenia ram dla kultury i sztuki, równie ważne, jak ich wartość estetyczna i symboliczna.

Mimo pustki, przytłaczającego kontekstu, a także własnego żalu, że pobyt na stypendium w Paryżu nie wiąże się z możliwością odwiedzenia słynnych instytucji³, na miasto udało mi się spojrzeć jak na niebywały zasób informacyjny. Wyjątkowy zbiór „big data”, kreowany przez budynki, tłumy w sklepach i pojedynczych przechodniów w zakątkach od handlu odległych, złowieszcze dźwięki karetek, a także internet lokujący każdy krok na mapie, informujący o działaniach organizacyjnych w zamkniętych muzeach i teatrach. Ta fenomenologia braku i dopowiedzenia, uzupełniania obrazów z pamięci i fantomizacji rzeczywistości dzięki mediom to nowe elementy tworzenia warsztatu badacza i projektowania metodologii. Własnych refleksji, łączących bycie w terenie i analizowanie go od strony naukowej, pojawiło się więcej. W pustym Paryżu bowiem, jak odnotowałam wcześniej, starałam się skupiać na szczegółach i odczytywać ich sens, szukając głębszych znaczeń obrazów i faktów, o których mówi przywołany na samym początku Baudelaire. Dlatego też celowo rozglądałam się za inną możliwą postacią kultury w przestrzeni publicznej – sztuką miejską, która nie potrzebuje tylu procedur i decyzji, co wybrane do badań znane instytucje. Wizualnych komentarzy oddolnych nie znalazłam prawie wcale. Jednym z nielicznych była wlepka, widoczna na zdjęciu (ilustracja 8).

³ Nie tylko samych instytucji kultury, ale też instytucji związanych z nauką. Sytuacja wykładu, dyskusji ma w sobie wiele wątków performatywnych, wymagających interakcji i bezpośredniości. Podobnie jak w przypadku teatrów, wydarzenie internetowe nie stanowi zamiennika, a jedynie namiastkę doświadczenia. Niestety, w czasie mojego pobytu we Francji również nauka została dopasowana do wymogów dystansu społecznego. Życie kulturalne i intelektualne Paryża było całkowicie wstrzymane/przeniesione. Osobliwy moment.



Ilustracja 8. Jeden z nielicznych przykładów sztuki miejskiej odwołującej się do trwającej pandemii. Zdjęcie Małgorzata Cwikła

Fotografując ją z entuzjazmem wynikającym z radości, że wreszcie coś tego typu udało mi się znaleźć, usłyszałam nagle dzwoneczek. Stojąc na chodniku pustej Rue Basfroi, dzwoniła starsza pani, paryska dama, sygnalizując tym samym swoją obecność. Mimo kilku metrów odległości i przebywania na świeżym powietrzu tak długo dzwoniła, aż usunęłam się na bok, zwalniając jej całą stronę ulicy. Wówczas poszła dalej. Choć anegdota ta wydawać się może daleka od refleksji o charakterze naukowym, w subiektywnym odczuciu stanowi jeden z ważniejszych elementów zrealizowanych badań. Podkreśla bowiem konieczność praktycznego zakorzenienia, postrzegania nauki jako elementu procesów społecznych. W wypadku pandemii zaś – pamiętania o historii różnych kryzysów i ich wpływie na miasto oraz jego mieszkańców. W tym na artystów, konfrontowanych teraz z nowymi troskami [Betzler i in. 2020]. Dzwoneczek-symbol to przywoływanie do porządku na wielu poziomach: metodologicznym, warsztatowym, refleksyjnym [zob. Teti i in. 2020]. Tylko słysząc go wciąż, można odnaleźć się w roli flanera-badaczki, do tego też rzetelnej kronikarki krótkiej chwili długotrwałej zmiany.

Bibliografia

- Bayes C. (2018), *The Cyborg Flâneur: Reimagining Urban Nature through the Act of Walking*, „M/C Journal”, No. 21(4), <http://www.journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/1444> [odczyt: 21.01.2021].
- Benjamin W. (2010), *Pasaże*, tłum. I. Kania, Warszawa: Wydawnictwo Literackie.
- Betzler D., Loots E., Prokūpek M., Marques L., Grafenauer P. (2020), *COVID-19 and the Arts and Cultural Sectors: Investigating Countries' Contextual Factors and Early Policy Measures*, „International Journal of Cultural Policy”, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286632.2020.1842383> [odczyt: 26.01.2021].
- Bingham N. (2003), *Writing Reflexively*, [w:] M. Pryke, G. Rose, S. Whatmore (red.), *Using Social Theory: Thinking through Research*, London–Thousand Oaks–New Delhi: SAGE, s. 145–162.
- Czarniawska B. (2015), *After Practice: A Personal Reflection*, „Nordic Journal of Working Life Studies”, Vol. 5 (3a), s. 105–114.
- Czarniawska B. (2018), *Badacz w terenie, pisarz przy biurku. Jak powstają nauki społeczne?*, Łódź: Wydawnictwo SIZ.
- Ćwikła M. (2021), *Budowanie relacji z publicznością w internecie. Netnografia działalności polskich teatrów w czasie epidemii*, „Zarządzanie Mediami”, t. 9 (2), s. 339–353.
- Drozdowski R. (2015), *W stronę miastotwórczego bezruchu?*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, z. 1, s. 397–408.
- Dymnicka M. (2013), *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Eribon D. (2019), *Powrót do Reims*, tłum. M. Ochab, Kraków: Karakter.
- Fischer-Lichte E. (2008), *Estetyka performatywności*, tłum. M. Borowski, M. Sugiera, Kraków: Księgarnia Akademicka.
- Hatch M.J. (2002), *Essai: Doing Time in Organization Theory*, „Organization Studies”, No. 23 (6), s. 869–875.
- Jemielniak D., Koźmiński A. (2008), *Zarządzanie od podstaw*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Konecki K.T. (2005), *Wizualne wyobrażenia: główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 1, nr 1, s. 42–63.
- Kozinets R.V. (2012), *Netnografia. Badania etnograficzne online*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Krajewski M., Frąckowiak M., Kubacka M., Rogowski Ł. (2020), *The Bright Side of the Crisis: The Positive Aspects of the COVID-19 Pandemic According to the Poles*, „European Societies”, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616696.2020.1836387> [odczyt: 26.01.2021].
- Olechnicki K. (2003), *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- O'Neill M., Roberts B. (2019), *Walking Methods: Research on the Move*, London–New York: Routledge.

- Pink S. (2009), *Etnografia wizualna*, tłum. M. Skiba, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Pink S., Horst H., Postill J., Hjorth L., Lewis T., Tacchi J. (2016), *Digital Ethnography: Principles and Practice*, London: SAGE.
- Rewers E. (2013), *Visual Methods in Cultural Urban Studies*, „Przegląd Kulturoznawczy”, nr 3, s. 191–192.
- Rewers E. (2014), *Kulturowe studia miejskie. Projekt badań transdyscyplinarnych*, „Kultura Współczesna”, nr 4, s. 132–140.
- Shaw D.B. (2014), *Streets for Cyborgs: The Electronic Flâneur and the Posthuman City*, „Space and Culture”, Vol. 18 (3), s. 230–242.
- Szpunar M. (2018), *Kultura algorytmów*, „Zarządzanie w Kulturze”, nr 1, s. 1–10.
- Teti M., Schatz E., Liebenberg L. (2020), *Methods in the Time of COVID-19: The Vital Role of Qualitative Inquiries*, „International Journal of Qualitative Methods”, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1609406920920962> [odczyt: 26.01.2021].
- Vindrola-Padros C. (2021), *Rapid Ethnographies: A Practical Guide*, London: University College.