

LAURA ŻARY

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

MÓJ WŁASNY ORIENT: AUTOETNOGRAFIA WIZUALNA
Z EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ
JAKO ANALIZA KULTUROWEGO UWIKŁANIA

WSTĘP

Decyzja o wyjeździe na stypendium językowe do Chin była podyktowana przekonaniem, że kompetencje w zakresie języka chińskiego stają się istotnym zasobem kulturowym, otwierającym dostęp do kapitału zawodowego, mobilności i rozpoznawalności. Jeszcze przed wyjazdem utworzyłam konto na Instagramie, które miało służyć jako platforma dokumentowania doświadczeń w nowym otoczeniu. Z perspektywy czasu ten impuls okazuje się także punktem wyjścia do refleksji nad wizualnymi mechanizmami reprezentacji i orientalizacji.

Koncentruję się tu na autoetnograficznej analizie wizualnej reprezentacji Chin w mediach społecznościowych, starając się odpowiedzieć na pytania: jakie elementy dyskursu orientalizującego ujawniają się w narracji z podróży do Chin tworzonej przez użytkowniczkę z Europy Środkowo-Wschodniej i w jaki sposób odtwarzają one logikę „turystycznego zawłaszczenia” charakterystyczną dla zachodnich praktyk wizualnych? Na ile indywidualny sposób kadrowania i opisywania podróży wpisywał

się w estetykę egzotyki i przygody, a na ile (i czy w ogóle) ją destabilizował? Zgodnie z koncepcją „spojrzenia turysty” (*tourist gaze*), opisaną przez Johna Urry’ego (2007 [1990]), spojrzenie skierowane na Inne nie jest neutralne, lecz kulturowo uwarunkowane i społecznie zorganizowane. Funkcjonuje jako mechanizm selekcji wizualnej, porządkuje doświadczenia podróży, nadaje im sens, określa, co uznać za warte uwagi, a co odrzuca jako „inne” (zob. Urry, Larsen 2011, s. 14). Jak zauważa Mike Crang (1997, s. 362), fotografie nie są odbiciem rzeczywistości, lecz technologiami, które współtworzą miejsca. Zamiast przedstawiać „świat taki, jaki jest”, obrazy tworzą „światy, jakie mają być widziane”, rozumiane jako zmediatyzowane przestrzenie, które Edward Said (2024 [1978], s. 222–223) określał jako „topos Orientu”.

Zrozumienie tych procesów wymaga metod pozwalających zarówno na analizę wizualną, jak i na refleksję nad własnym doświadczeniem tworzenia obrazów. W odpowiedzi na te potrzeby przyjmuję tu autoetnograficzną perspektywę, stawiając szczegółowe pytania badawcze: Jakie strategie wizualne i narracyjne można zidentyfikować w autorskich materiałach z pobytu w Chinach i w jaki sposób odtwarzają one logikę orientalizującego dyskursu? W obrębie których kategorii treści orientalizujące schematy ujawniają się najintensywniej? Jaki wpływ na kształt dokumentacji miały: technologia (smartfon, algorytmy platformy) oraz świadomość istnienia określonej publiczności i jej oczekiwania?

Artykuł otwiera część teoretyczno-metodologiczna, w której przedstawione są założenia autoetnografii, narzędzia analizy i charakterystyka materiału. Część analityczna koncentruje się na opisie orientalizujących strategii występujących w kluczowych kategoriach treści. Następnie analiza zostaje poszerzona o kontekst społeczno-technologiczny, uwzględniający wpływ platformy Instagram, jej algorytmów, oczekiwań odbiorców, a także „gestu fotograficznego” na kształt dokumentowanej rzeczywistości. Następnie podjęty jest wątek pandemii COVID-19 i „dokumentalnej luki”, odsłaniającej napięcie między osobistym doświadczeniem a wymogami platformowej autoprezentacji. Analizę wieńczy synteza wniosków, wskazująca na zjawisko „zagnieżdżonych orientalizmów” (Bakić-Hayden 1995) i podsumowująca strategie orientalizacji wizualnej.

TEORETYCZNE RAMY ANALIZY:
ORIENTALIZM NA PLATFORMACH CYFROWYCH

Definicja orientalizmu sformułowana przez Edwarda Saida w 1978 roku, skoncentrowana na epistemicznej wyższości Zachodu nad Wschodem, znalazła kontynuację w wielu nowych ujęciach (np. Dabashi 2009; Roh, Huang, Niu 2015; Park 2010). Ich autorzy w większości skupiają się na szeroko pojętych tekstach kultury, w tym na mediach tworzących nowe reprezentacje, które — konstruowane z pozycji Zachodu — wzmacniają stereotypowe wyobrażenia Orientu (Park 2010, s. ix–xi). Definicja Innego przekształca się za pośrednictwem nowych sieci medialnych, co łączy się z procesem remediacji pociągającej za sobą translację medialnych form; jest przedłużeniem oraz rozwinięciem owych sieci (Bolter, Grusin 1999, s. 62; Grusin 2009). Chociaż analizowane przeze mnie zdjęcia zamieszczone na Instagramie formalnie nie przypominają obrazów G r me’a, remediuj logikę spojrzenia, która przyświecała tamtym reprezentacjom. To raczej remediacja schematu: Zachód wobec „egzotycznego” Innego. Medium się zmienia (z potna na Instagram), ale podstawowy impuls — by uchwyci i estetyzowa „inno c” — zostaje przeniesiony i przekształcony:

„[...] spójne motywy wizualne na Instagramie odzwierciedlają — jak zauważa Sean Smith (2018, s. 173) — kolonialną ikonografi, która postrzega destynacje turystyczne jako przestrzeń możliwą do zawłaszczenia i konsumpcji. Trwao c estetyki trzech motywów — (1) tropikalnej egzotyki, (2) spojrzenia z wyniosłego punktu widokowego (*promontory gaze*) oraz (3) fantazmatycznej asymilacji — utrwała wyobrażenia destynacji jako «innych» sfer podlegających turystycznemu zawłaszczeniu, a nie współczesnych przestrzeni życia lokalnych społeczności”.

W świetle autoetnograficznej analizy potwierdzam t tez. Podczas pobytu w Chinach świadomie konstruowaam fotograficzne reprezentacje miejsca, koncentrując się na elementach kojarzonych stereotypowo, takich jak czerwone lampiony, architektura postrzegana jako „egzotyczna” czy komunistyczne symbole. Dobór kadrów reprodukowa „egzotykw”, sprowadzając lokalną rzeczywisto c do ustandaryzowanych ikonografii. Zjawisko „fantazmatycznej asymilacji” manifestowało się w powierzchownych interakcjach z mieszkańcami, którzy inicjowali kontakt głownie ze względu na moją tosamo c rasową (np. prośbami o wspólne zdjęcia z białą turystk). Jednak *promontory gaze* w archiwum zostało przekształcone —

niepotrzebna była perspektywa „z góry”, aby reprodukować opresyjną narrację, o czym piszę dalej.

Jako studentka z Polski, kraju postrzeganego przez Wallersteina jako „półperyferyjny” (Lewandowski 2022, s. 190), byłam jednocześnie turystką w Chinach i przedmiotem orientalizujących narracji. Celem analizy, oprócz refleksji nad własną aktywnością w mediach, jest także zbadanie, jak użytkownicy z półperyferii reprodukują kolonialne logiki wizualne, mimo własnej historycznej orientalizacji oraz jaką rolę odgrywają w tym algorytmy platformy. Ujęcie to umożliwia krytyczne spojrzenie na proces orientalizacji nie jako efekt złej woli czy niewiedzy, lecz jako skutek uwikłania w określone logiki kulturowe.

Wybór metody autoetnograficznej był podyktowany kilkoma przesłankami. Choć działalność influencerów i funkcjonowanie mediów społecznościowych w turystyce to tematy, które doczekały się wielu analiz (np. Mahmoud 2024; Miyake 2023), mechanizmy orientalizacji rekonstruowane z perspektywy samego uczestnika kultury cyfrowej, a nie wyłącznie z pozycji obserwatora pochodzącego z orientalizowanego kraju, pozostają przestrzenią wymagającą zbadania. Podążając za Ellis i Bochnerem (2000, s. 740), traktuję autoetnografię nie jako zapis „autentycznego przeżycia”, lecz jako narzędzie refleksyjnej krytyki, w której badacz/ka staje się jednocześnie twórcą i przedmiotem analizy.

W literaturze metodologicznej toczą się jednak spory o granice tej praktyki. Jedni autorzy zarzucają jej introspekcjonizm i brak dystansu (Atkinson 2006), inni bronią jej jako sposobu na ujawnienie doświadczeń nieprzedstawionych w klasycznym dyskursie akademickim (Jones 2016). W moim ujęciu autoetnografia ma charakter refleksyjno-krytyczny, osadzony w kontekście medialnym: jest narzędziem ujawniającym mechanizmy orientalizacji, które są wpisane w praktyki wizualne, a których sama byłam częścią. Jest również formą analizy uwikłania — zarówno w struktury globalnej medialności, jak i w pozycjonowanie Europy Środkowo-Wschodniej jako „drugiego Zachodu”. Łącząc osobistą narrację z narzędziami analizy wizualnej, autoetnografia umożliwia ujawnienie własnej ambiwalencji i poznawanie procesów odtwarzania orientalizujących kodów.

Ambiwalentna pozycja pozwala dostrzec, jak platformy cyfrowe uniwersalizują kolonialne toposy wizualne (Smith 2018, s. 176–180). Różnica między własną obecnością *online* a działalnością innych twórców polega na

niekomercyjnym charakterze konta — obecność ta nie wiązała się z wynagrodzeniem ani współpracą z instytucjami państwowymi, co jest jedną z praktyk budowania *soft power* chińskiego rządu (Liang 2022, s. 2). Mimo to już na poziomie amatorskiej dokumentacji ujawniają się elementy wizualnych klisz, które mogą być interpretowane jako przejawy współczesnego orientalizmu. Ujawnienie mechanizmów mimowolnego powielania stereotypów służy w tym kontekście również jako gest epistemicznej uczciwości wobec samego zjawiska.

AUTOETNOGRAFIA KRYTYCZNA I ANALIZA WIZUALNA W BADANIU PRAKTYK NA INSTAGRAMIE

Materiał empiryczny i metoda badawcza

Materiał empiryczny stanowią łącznie 364 dyskursywne artefakty — fotografie i nagrania wideo opublikowane na Instagramie, zarówno w formie relacji (*stories*), jak i postów, które były publikowane podczas pobytu w Chinach. Większość opatrzona jest komentarzami (*captions*) i opisami, co umożliwia przeprowadzenie pogłębionej analizy nie tylko warstwy wizualnej, lecz też językowej i dyskursywnej. Konto obserwowało 215 osób, przy czym znaczna część obserwatorów przeniknęła na nie z głównego, publicznego profilu, znali mnie wcześniej w kontekście codziennych, zachodnich praktyk kulturowych. Specyfika odbiorców, którzy byli w większości znajomymi o wspólnej, europejskiej ramie odniesienia, mogła wzmocniać presję prezentowania Chin przez pryzmat tego, co dla odbiorców jest rozpoznawalne jako „egzotyczne” i „ciekawe”. Publikacje stanowiły zatem performens dla publiczności, która spodziewała się relacji z przygody, co mogło potęgować tendencję do esencjalizacji i orientalizacji publikowanych materiałów.

W badaniu sięgnęłam po zestaw dziesięciu strategii interpretacyjnych zaproponowany przez Heewon Chang (2008), co umożliwiło pogłębioną analizę materiału osobistego. Są to:

- (1) identyfikacja powracających tematów, wątków i wzorców;
- (2) poszukiwanie kulturowych motywów i kodów znaczeniowych;
- (3) wskazywanie wyjątkowych lub odstających przypadków;
- (4) analiza tego, co zostało uwzględnione, a co pominięte;

- (5) zestawianie przeszłości z teraźniejszością;
- (6) refleksja nad relacjami między sobą a Innymi;
- (7) porównywanie własnych doświadczeń z przypadkami innych osób;
- (8) szerokie kontekstualizowanie analizowanych zjawisk;
- (9) odniesienie do konstrukcji wypracowanych w naukach społecznych;
- (10) osadzanie analiz w ramach istniejących teorii (Chang 2008, s. 131).

Odwołanie do tych strategii zostało uzupełnione o elementy analizy wizualnej według Gillian Rose (2007), która podkreśla znaczenie krytycznego spojrzenia na obrazy w kontekście ich produkcji, technologicznego i społecznego zapośredniczenia oraz sposobu ich odczytywania. Uwzględniłam więc trzy wymiary analityczne wskazane przez Rose:

- (1) techniczne i formalne cechy obrazu;
- (2) modalność instytucjonalną — rozumianą jako platforma i jej algorytmy, które wpływają na widoczność wizerunku;
- (3) modalność społeczno-kulturową — czyli analizę, jak obrazy wpisują się w szersze dyskursy, w tym orientalizujące schematy reprezentacji Chin.

Połączenie podejścia Chang i Rose umożliwiło zarówno introspekcyjną, jak i krytyczno-dyskursywną analizę wizualnej autoekspresji na platformie Instagram.

Kategorie treści uznanych za nośniki orientalizujących praktyk

Selekcja oraz proces wstępnego kodowania materiału fotograficznego wykonanego smartfonem pozwoliły na wyróżnienie pięciu kategorii tematycznych fotografii, co odpowiada pierwszej strategii analizy według Chang, czyli identyfikacji powracających tematów i wzorców. Te tematy to: (1) jedzenie z podziałem na „chińskie” oraz „niechińskie” (56 *stories*), (2) relacje z wydarzeń towarzyskich i spotkań o charakterze rozrywkowym (42 *stories*, 1 post), (3) zabytki i praktyki turystyczne (126 *stories*, 1 post), (4) aktywności związane z nauką języka chińskiego (22 *stories*) oraz (5) przedstawienia rzeczywistości, które można określić jako „krytycznie postrzegane praktyki codzienne” (30 *stories*).

Dla potrzeb niniejszej analizy kluczowe znaczenie mają trzy z wyodrębnionych kategorii tematycznych fotografii: (1) przedstawienia jedzenia, (3) obrazy zabytków oraz (5) materiały o chińskiej codzienności w krytycznym ujęciu, o czym świadczy spełnienie dwóch, wzajemnie uzupełniających się kryteriów. Kryterium potencjału dyskursywnego odnosi się do zdolności danej kategorii do ujawniania utrwalonych schematów myślowych i mechanizmów władzy. Kategorie 1, 3 i 5 okazały się szczególnie podatne na uogólnienia oraz konstruowanie orientalizującej narracji wobec „Innego”. Kategorie 2 (relacje towarzyskie) i 4 (nauka języka) w dużej mierze miały charakter dokumentacyjny lub osobisty, koncentrowały się na interakcjach, które w mniejszym stopniu generowały strategie wyraźnie orientalizujące, raczej raportowały studencką rzeczywistość (np. „Dzisiaj rejestracja”; „Dzisiaj jest egzamin, który ma nas porozdzielać do grup, odpowiadających naszemu poziomowi języka chińskiego”). Z kolei kryterium performatywnego charakteru wiąże się bezpośrednio z platformą Instagram i jej odbiorcami. Kategorie wybrane do analizy cechował najwyższy stopień autokreacji i performatywności. Były to te sfery życia, w których najsilniejszy wyraz znalazła presja sprostania zachodnim oczekiwaniom wobec „autentycznego” doświadczenia Chin, cieszyły się one również największym zainteresowaniem odbiorców. Fotografowanie codziennych praktyk (5) czy zabytków utrwalonych w zbiorowej wyobraźni (3) stanowiło rodzaj gestu komunikacyjnego kierowanego do publiczności zakładającej spotkanie z Orientem. To właśnie w obrębie tych trzech kategorii najintensywniej ujawniała się dialektyka autoetnograficznego doświadczenia i zewnętrznych oczekiwań, co czyni je kluczowymi dla zrozumienia analizowanych zjawisk. Wybór ten, uzasadniony powyższymi kryteriami, znajduje odzwierciedlenie również w trójwymiarowej ramie analitycznej Rose (2007, s. 256–269), gdzie kryterium dyskursywne koresponduje z wymiarem społeczno-kulturowym, a performatywne — z instytucjonalnym.

Analiza wymiaru technicznego tych materiałów, opartego na amatorskiej estetyce smartfona, z naturalnym światłem i brakiem filtrów, była kluczowa dla zrozumienia performowanej przeze mnie „autentyczności”, która maskowała głębsze, orientalizujące schematy. Publikowane relacje podlegały ograniczonej edycji — rzadko wykorzystywane były filtry, a estetyka zdjęć pozostaje daleka od dominujących trendów charakterystycznych

dla platformy Instagram, takich jak podbity kontrast (Manovich 2017, s. 52). Materiał sprawia wrażenie intencjonalnej prawdziwości i transparentności: moja twarz jako autorki jest widoczna, a całość nie została podporządkowana jednolitej strategii autoprezentowania się, co również odróżnia ten profil od popularnych kont skupiających się na tematyce podróźniczej (Siegel, Tussyadiah, Scarles 2022, s. 9–10).



Fot. 1. Zupa zapakowana w foliową torebkę. Obraz opatrzony półironicznym podpisem, w którym ujawnia się krytyka nadmiernego zużycia plastiku w chińskich praktykach konsumpcyjnych.

W przypadku fotografii związanych z jedzeniem, wpisujących się w popularny na platformie rytuał dokumentowania posiłków, zamieszczałam szczegółowe opisy dań, niekiedy dołączając chińską geolokalizację. W niektórych przypadkach publikacje zawierały również komentarze dotyczące lokalnych praktyk konsumpcyjnych. Przykładowe komentarze to: „do pizzy reklamowa [plastikowa] rękawiczka do jedzenia” czy „metalowe pałeczki, jedyny zerowaste możliwy w Chinach serio”. Sformułowania w tym stylu ujawniają nieświadomione poczucie epistemicznej wyższości nad lokalnymi praktykami, stanowiąc przykład uwewnętrznionej pozycji obserwarki z zewnątrz, zakorzenionej w zachodnich standardach ekologicznych i estetycznych. To zjawisko szczególnie można zakwalifikować jako szóstą strategię interpretacyjną według Chang — wskazywanie różnic pomiędzy zachodnimi praktykami konsumpcyjnymi a Innymi.

Podobny mechanizm przejawia się w wizualnych reprezentacjach zażytków i praktyk turystycznych. W trakcie podróży kadrowałam zdjęcia tak, aby uwypuklić ich egzotyczny potencjał wizualny. Elementy takie jak lampiony czy chińskie znaki na banerach stanowiły powtarzające się moty-

wy wizualne, które akcentowały inność. Kulminacją tej strategii jest krótki materiał video nagrany na fragmencie Wielkiego Muru Chińskiego. Film, poprzez szerokie ujęcie, stara się objąć monumentalność i symboliczny ciężar tego obiektu. Jednak w warstwie cyfrowej estetyzacji materiału pojawia się znaczący dysonans kulturowy — film opatrzony został emoji bramy torii (🌀), która stanowi jeden z centralnych symboli japońskiego shintoizmu, a więc tradycji odrębnej od kontekstu chińskiego. Zestawienie, choć nieintencjonalne, ujawnia jedno z podstawowych założeń orientalizmu w ujęciu Saida (2024, s. 20–21): postrzeganie Azji jako monolitycznego, jednorodnego Innego.

Trzecia wyodrębniona kategoria tematyczna materiału wizualnego, obejmująca fotografie sklasyfikowane jako „odmienna chińska rzeczywistość”, podobnie do kategorii poświęconej jedzeniu, niesie mocny przekaz ekologiczny. Należą do niej na przykład relacje przedstawiające plastikowe osłony z nadrukiem liści, którymi obsługa zasłaniała ogołcone zimą krzewy. Wśród materiałów pojawiają się również nagrania półek sklepowych z opisami podkreślającymi ilość wykorzystanego plastiku, a także te o zwierzętach sprzedawanych w markecie. Publikacje instagramowe nie tylko eksponowały elementy postrzegane jako niecodzienne czy niezrozumiałe z zachodniego punktu widzenia, ale również służyły konstruowaniu własnej tożsamości jako obserwatorce posiadającej kulturową i ekologiczną wyższość. Granice między dwiema wspomnianymi kategoriami zacierają się z perspektywy problemów ekologicznych, ponieważ to właśnie w odniesieniu do nich moja krytyka była najostrzejsza.

Pozycjonowanie siebie: dialektyka spojrzenia i autoironia jako strategia

Jak przypomina Deborah Austin (1996, s. 206), „istota tego, kim jesteśmy, co myślimy i jak mówimy, w dużej mierze zależy od tych, których dostrzegamy”. Znaczna część udokumentowanych relacji koncentruje się na pierwszej kategorii relacji: towarzyszach wyjazdu, którzy razem ze mną uczestniczyli w programie stypendialnym. Łączyły nas podobne emocje — niepewność i lęk przed nieznanym — a jednocześnie wszyscy publikowaliśmy estetycznie zbliżone reprezentacje Chin. W moim przypadku relacje te miały bardziej opisowy charakter, częściej też obejmowały

elementy codzienności, co odróżniało je od narracji pozostałych uczestników.

Refleksja nad dynamiką grupową stanowi zastosowanie szóstej strategii według Chang — koncentracji na relacjach między sobą a Innymi. Drugą kategorię osób pojawiających się na zajęciach stanowią więc Chińczycy, którzy występują w dokumentacji niemal wyłącznie w jednym kontekście — jako osoby fotografujące mnie. Takie sytuacje były powszechne i zostały przeze mnie wielokrotnie zarejestrowane, zwłaszcza w przestrzeniach turystycznych oraz w komunikacji publicznej. Zdjęcia zawierają opisy „wierny fan <333” lub „taka tam sesja z ukrycia”.

Aby zrozumieć głębszy, tożsamościowy wymiar tej relacji, sięgnąć można do koncepcji Rafała Drozdowskiego i Marka Krajewskiego, którzy fotografowanie w przestrzeni publicznej interpretują jako gest „szydlerczego indywidualizmu”. Akt fotografowania „prezentuje fotografa jako osobę, która chce być postrzegana jako nie-uczestnik wspólnoty oraz jako kolekcjoner wykroczeń”, a sam akt fotografii jest „symbolicznym opowiedzeniem się po stronie” owego indywidualizmu oraz „próbą anegdotyzowania [...] zbiorowych i indywidualnych porażek” (Drozdowski, Krajewski 2010, s. 128–129). Kiedy rejestrowałam sytuacje, w których Chińczycy chcieli mnie sfotografować, moim gestem — choć nie w pełni uświadomionym — było właśnie „kolekcjonowanie wykroczenia” przeciwko niepisanemu kodeksowi wzajemnego szacunku i prywatności. Moje zdjęcia z podpisami „sesja z ukrycia” były symbolicznym opowiedzeniem się po stronie zasady „nie wolno fotografować bez pozwolenia”. W ten sposób, wchodząc w rolę „niezycliwego obserwatora”, próbowałam przekształcić własne poczucie bycia obiektem w anegdotę o turystycznej asymetrii, co stanowiło znowu formę „oblaskawiania” własnego braku. Poprzez robienie zdjęć Chińczykom, którzy chcieli mnie sfotografować, nieświadomie uruchamiałam formę odwetu wobec asymetrii spojrzeń, co potencjalnie mogło prowadzić do uproszczonego przedstawienia „Chińczyka jako tego, kto patrzy na białego”. Wzajemne spojrzenie sprawia, że obie strony wydają się marionetkami na sznurkach (a może na kablach), ponieważ to ono reguluje ich zachowanie — prowadzi do wzajemnego unikania oraz negatywnych postaw. Nie można jasno określić „dominujących” i „zdominowanych”, ponieważ obie grupy jednocześnie doświadczają i sprawują władzę (Ma-oz 2006, s. 225).

Partricia Albers i William James (1988, s. 136) zauważają, że fotografii mieszkańców miejsc turystycznych często podlegają mechanizmom homogenizacji lub dekontekstualizacji i przedstawia się ich jako jednorodną, „malowniczą” grupę, odciętą od kontekstu kulturowego. W mojej dokumentacji wizualnej starałam się unikać tej pułapki. Chińczycy pojawiają się przede wszystkim w sytuacjach codziennych, podczas spacerów czy modlitwy. Intencją było uchwycenie zwyczajnych praktyk społecznych, a nie reprodukcja wizerunków podporządkowanych logice turystycznego „zdziwienia”. Jednocześnie w zachodnim imaginariu przedstawienia „codzienności” mogą być postrzegane jako egzotyczne lub interesujące, jak to stało się w przypadku mojej dokumentacji sprzedaży zwierząt w markecie. Napięcie między intencją a odbiorem wpisuje się w szerszą dynamikę spojrzenia turystycznego, które jak zauważa Urry (2007), zawsze jest spojrzeniem nacechowanym oczekiwaniami, wyobrażeniami i schematami interpretacyjnymi. Moje relacje zatem nie tylko przedstawiają Innych, ale też odsłaniają sposób, w jaki ja ich widziałam — oraz jak chciałam być widziana jako ta, która patrzy.

Poprzez zastosowanie ironii werbalnej (Fubara 2020, s. 80) w opisach zdjęć przepracowywałam dyskomfort wynikający z egzotyzyacji, jednocześnie odwracając klasyczną logikę spojrzenia turystycznego. Celowy kontrast między żartobliwą formą podpisów a doświadczeniem bycia obiektem spojrzenia stanowił jeden z głównych mechanizmów autoprezentacji. Publikowane relacje były zatem próbą kontroli nad wizerunkiem w warunkach podwójnego spojrzenia: zarówno lokalnego, jak



Fot 2. Chiński chłopiec fotografujący mnie w parku przy Zakazanym Mieście.

Fotografia dokumentuje moment odwrócenia turystycznego spojrzenia, jednocześnie eksponując jego asymetryczny charakter.

i cyfrowego. Ironiczne podpisy, kierowane do obserwatorów, pełniły podwójną funkcję. Z jednej strony sygnalizowałaś doświadczenie bycia obserwowaną, tworząc wspólnotę „wtajemniczonych”, którzy rozumieli żart i dyskomfort. Z drugiej strony ten sam zabieg wygładzał i uprzedmiotawiał sytuację, sprowadzając ją do formy lekkiej, cyfrowej ciekawostki. W ten sposób tworzyłam podwójne widzenie: relacjonowałam bycie obserwowaną, jednocześnie kadrując doświadczenie w atrakcyjny, ironiczny format, co wpisuje się w neoliberalną logikę konstruowania siebie jako osoby atrakcyjnej kulturowo i odpornej (McCabe, Stokoe 2010). Ironia stała się zatem retorycznym narzędziem, które pozwalało mi jednocześnie opowiedzieć o dyskomforcie i go zamaskować. Ostatecznie nie kwestionowałaś fundamentów kolonialnego spojrzenia, lecz pozwalałaś jedynie na chwilowe odzyskanie kontroli w jego obrębie. Był to zatem opór, który paradoksalnie utrzymywał system, dając iluzję emancypacji.

Warto również spojrzeć na sytuację fotografowania mnie przez chińskich turystów nie tylko jako akt egzotyzacji, ale jako element złożonej praktyki wizualnej, w której odmienność fizjonomiczna i kulturowa stanowi przedmiot zainteresowania wpisujący się w lokalny kontekst turystyki. Jak zauważają badacze, turyści często kierują spojrzenie ku temu, co inne, nie tylko w celu „doświadczenia Innego”, lecz także w ramach porównawczego spojrzenia na własną tożsamość narodową (MacCannell 2001; Chan 2006). Te praktyki także korespondują z koncepcją Drozdowskiego i Krajewskiego: z perspektywy Chińczyków ja — biała Europejka — mogłam być postrzegana jako „wykroczenie” przeciwko homogenicznej normie. Sfotografowanie mnie było zatem ich „próbą anegdotyzowania” tego wykroczenia — przekształcenia mojej inności w zabawną historię, dowód spotkania z Obcym, który mógł zostać pokazany znajomym.

Luki w reprezentacji:

pominięcie pandemii a widzialność symboli władzy

W ramach szerokiego kontekstualizowania analizowanych zjawisk, zgodnie z ósmą strategią interpretacyjną Chang, niezbędne jest uwzględnienie uwarunkowań polityczno-społecznych. Na czas mojego pobytu w Chnach przypadły dwa wydarzenia o wysokim ładunku symbolicznym — siedemdziesiąta rocznica proklamowania

Chińskiej Partii Komunistycznej (1949) oraz początkowa faza pandemii COVID-19. Tianjin nie był w centrum żadnego z tych wydarzeń — nie jest stolicą ani miejscem pierwszych zakażeń. Mimo to ich oddziaływanie pozostało wyraźny ślad w miejskiej przestrzeni i praktykach społecznych, co przełożyło się na moje materiały wizualne.

Relacje dotyczące polityki były znacząco obecne w instagramowym archiwum. Poza osobistymi doświadczeniami, jak na przykład ubieganie się o pozwolenia na pobyt, znalazły się tam treści związane z obchodami siedemdziesięciolecia KPCh. Obchody rocznicy proklamowania Partii były celebrowane w całych Chinach, a zwińczyło je wystąpienie Xi Jinpinga na Placu Tian'anmen. W uroczystości wzięło udział ponad 200 000 osób¹. Szczególną uwagę zwracała bogato udekorowana przestrzeń publiczna. W tym okresie podczas robienia zdjęć wiele miejsca poświęcałam więc czerwonym flagom, banerom z hasłami typu „Chwała ojczyźnie” czy instalacjom w kształcie liczby „70” — urbanistyczna scenografia opierała się na spektakularyzacji przestrzeni, która działała jak „miejska scena” emanująca afirmacją władzy. Brałam udział w lokalnych wydarzeniach, czym dzieliłam się z moimi odbiorcami. Na szczególną uwagę zasługuje relacja, która w sposób najbardziej reprezenta-



Fot 3. Telebim w Tianjinie transmitujący przemówienie Xi Jinpinga. Podpis ujawnia mechanizm przepisywania przestrzeni publicznej Chin w logice zachodnich wyobrażeń o kontroli i przymusie, odślaniając zarazem asymetrię spojrzenia obserwatora.

¹ Bǎikē bǎidù 百度百科, 2019, *Qingzhù zhōnghuá rénmin gònghéguó chéngli 70 zhōunián dàhui* (<https://baike.baidu.com/item/%E5%BA%86%E7%A5%9D%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E6%88%90%E7%AB%8B70%E5%91%A8%E5%B9%B4%E5%A4%A7%E4%BC%9A/23713533#reference-10>) [dostęp: 09.07.2025].

tywny ukazuje moje podejście do dokumentowania obecności chińskiej polityki w przestrzeni miejskiej.

Wykonałam fotografię telebimu z przemówieniem Xi Jinpinga, którą opatrzyłam komentarzem: „przemówienie Xi musi zobaczyć każdy Chińczyk, nawet stojąc na skrzyżowaniu”. Komentarz, choć nacechowany dystansem (podkreślonym między innymi przez emoji nawiązujące do japońskiego Dnia Dziecka), uruchomił mechanizmy interpretacyjne typowe dla orientalizującego dyskursu wobec Chin. Zjawisko to ilustruje praktykę przepisywania znaczeń (*re-inscription*), którą opisuje Daniel Vukovich (2012, s. 28) w kontekście tzw. chińskiego orientalizmu.

Nieświadomie osadziłam lokalny symbol, telebim z przewodniczącym, w ramach zachodniego wyobrażenia o władzy autorytarnej. W ten sposób wpisywałam chińską przestrzeń publiczną w logikę spektaklu i nadzoru, która odtwarza zachodni model rozumienia polityczności jako jednoznacznej, widzialnej i wszechobecnej. Tym samym krytyczna intencja przesunęła się: nie tyle analizowałam lokalny kontekst, ile nieświadomie potwierdzałam oswojoną dychotomię „liberalnego Zachodu” i „zniewolonego Wschodu”. W tym sensie moje spojrzenie okazało się częścią szerszego dyskursu, który nie opisuje Innego, a służy potwierdzaniu tożsamości Zachodu jako miejsca „właściwego” rozumienia władzy, nowoczesności czy polityki. To „właściwe rozumienie” opiera się na przekonaniu, że Zachód nie jest wystawiony na działanie propagandy czy symbolicznej przemocy. Ale — jak zauważa Michel Foucault (1998, s. 205–210) — władza nie musi być widzialna, by działać skutecznie — najczęściej operuje poprzez to, co uznajemy za neutralne, oczywiste i „normalne”. Przyjmując założenie, że „każdy Chińczyk musiał zobaczyć to przemówienie”, nieświadomie powieliłam oficjalną narrację, co paradoksalnie może świadczyć o głębszym uwewnętrznieniu logiki propagandy niż w przypadku właściwych odbiorców jej przekazu.

Pojęcie uniwersalnej normalności, które tak często przypisuje sobie Zachód, kształtuje również turystyczną reprezentację świata opierającą się na selektywnym i estetyzującym spojrzeniu. Urry wskazuje, że jednym z elementów wymazywanych z turystycznych narracji, ponieważ nie mieszczą się one w wyobrażonym pejzażu „idealnej podróży”, są krajobrazy wiejskie:

„[...] tak zwany krajobraz wiejski — jak zaznacza Urry (2011, s. 126) — ma zwykle wymazane z niego maszyny rolnicze, robotników, traktory,

przewody telegraficzne, betonowe zabudowania gospodarcze, autostrady, zdegradowane tereny, zanieczyszczoną wodę, elektrownie atomowe oraz martwe i chore zwierzęta. To, co ludzie widzą, jest wybiórcze — i to właśnie ten selektywny wzrok jest kluczowy dla ich zawłaszczenia przestrzeni”.

Również Chang, dzięki czwartej strategii interpretacyjnej, wskazuje na wagę „wymazywania” poszczególnych aspektów z własnej autoetnografii. W mojej relacji z pobytu w Chinach brak jest obrazów wsi. Ich nieobecność wynika nie tyle z decyzji o wymazaniu, ile z faktu, że nigdy fizycznie obszarów wiejskich nie zwiedzałam, co również świadczy o ich niskiej atrakcyjności dla mnie jako turystki. Jednak tym, co zostało świadomie pominięte, mimo że miało bezpośredni wpływ na przebieg wyjazdu, jest pandemia COVID-19. W tym kontekście można odczytać archiwum jako wpisujące się w logikę turystycznego spojrzenia, które konstruuje doświadczenie podróży jako estetyczne, niezaburzone i czyste. Obecność maseczek, kontrole zdrowotne i napięcie związane z kryzysem zdrowotnym to elementy nierozdzielnie związane z pandemią, które zostały świadomie usunięte z narracji, ponieważ zakłócały estetyczny odbiór.

Pobyt w Chinach przypadł na okres, w którym kraj ten został niemal z dnia na dzień oznaczony jako epicentrum występowania nieznanego wirusa. Jednak pandemia została nie tylko pominięta jako wydarzenie globalne, lecz również zredukowana jako osobiste doświadczenie. Choć sam początek wyjazdu wiązał się z wyzwaniem adaptacyjnym, między innymi barierą językową i intensywnością kontaktu kulturowego, to jednak decyzja o jego przedwczesnym zakończeniu stanowiła punkt kulminacyjny napięcia emocjonalnego. Wydarzenia takie jak wymuszony zakup biletu powrotnego, pakowanie się, wiadomości od zaniepokojonych znajomych i rodziny — choć istotne, zostały całkowicie pominięte w publicznej relacji. Ten brak należy interpretować jako przejaw samoregulacji, która wykluczała ekspresję lęku jako niezgodną z dominującym kodem platformy. Urry (2011, s. 78–79) odwołuje się do kategorii pracy emocjonalnej (*emotional labour*) Arlie Russell Hochschild (2009), wskazując na pracę stewardess, których zadaniem jest odgrywanie roli niezmiennie uśmiechniętych i pomocnych, niezależnie od rzeczywistych emocji. Analogiczną funkcję pełniłam jako autorka treści publikowanych na platformie społecznościowej: wobec obserwatorów odgrywałam rolę osoby pogodnej, ciekawej świata i odpornej emocjonalnie, niezależnie od osobistego stresu czy napięć związanych

z realnym przebiegiem wyjazdu. Tak zastosowana strategia stała w wyraźnym kontraście do rzeczywistości pobytu w Chinach. Chociaż sytuacja sanitarna miała realny wpływ na wyjazd (miałam skrócić czas pobytu o połowę), temat ten został niemal całkowicie wyciszony aż do ostatniego zdjęcia opublikowanego na moim koncie. Wymiar instytucjonalny Instagrama, z jego ekonomią uwagi i algorytmiczną promocją atrakcyjnych treści, stanowi również kluczowe wyjaśnienie celowego pominięcia wątku pandemicznego w publicznej narracji.

Selfie na lotnisku stanowi jedyny w archiwum wizualny ślad pandemii, a zarazem przedstawia moment wyłamania się z dotychczasowego schematu relacji.



Fot. 4. Selfie na lotnisku w Pekinie wykonane na zakończenie pobytu.

Ujęcie utrzymane w estetyce platformowej autoekspresji, przefiltrowane przez emocjonalną ekonomię „przygody chwilowo wstrzymanej”.

Ujęcie z elementami zmęczoności i swobodnym ubraniem kontrastuje z wcześniejszymi reprezentacjami. Twarz zasłonięta maseczką oraz obecność chińskich napisów w tle sygnalizują wyraźny kontekst pandemiczny. Podpis do zdjęcia: „Przygoda Laury w Chinach chwilowo zostaje wstrzymana”, wskazując na przerwanie, a nie ostatecznie zakończenie działalności na profilu, nie eksponuje w warstwie tekstowej emocjonalnego ciężaru sytuacji. W odróżnieniu od wcześniejszych wpisów, utrzymanych w konwencji estetycznej spójności i optymizmu, to zdjęcie cechuje wizualna surowość oraz napięcie. Tym samym nie stanowi ono kontynuacji relacji, lecz jej wyraźne przerwanie. Narracja „przygody” zostaje zawieszona, a dotychczasowy model reprezentacji, oparty na selekcji i dużej emocjonalności, unieważniony. W perspektywie krytycznej autoetnografii obraz można odczytać jako gest ujawnienia napięcia między rzeczywistym doświadczeniem a wymogami

platformy, której algorytmy premiuje kolorowe turystyczne zdjęcia czy uśmiechnięte, dobrze widoczne twarze. O ile wcześniejsze posty konstruowały moją tożsamość jako podróżniczki zanurzonej w doświadczeniu kulturowym, o tyle ostatnia fotografia sygnalizuje przesunięcie — przejście od narracji kontrolowanej ku bardziej ambiwalentnej i afektywnie nacechowanej. Wprowadza również sygnał „skażenia” i „choroby”, rozumianych u Urry’ego nie dosłownie, a jako elementy zakłócające oczekiwany „pejzaż podróży”, zarówno w sensie pandemicznym, jak i narracyjnym. Nie jest to pełne zerwanie z logiką selekcji i kontroli obrazu, ale raczej chwilowe zawahanie, w którym element niewygodny zostaje dopuszczony do widzialności, choć ujęty w sposób nie w pełni konfrontacyjny. Zdjęcie można traktować jako symptom napięcia między osobistym doświadczeniem a hegemonicznym kodem estetycznym dominującym w mediach społecznościowych.

WNIOSKI:

TRZY STRATEGIE WIZUALNIE ZAGNIEŹDŻONEGO ORIENTALIZMU

W badanym materiale trudno dopatrzeć się narracji kobiety z Europy Wschodniej, która czuje się orientalizowana. W moich relacjach nie przewijają się aspekty wizualne, które często wpisują się w nostalgiczny trend *Eastern Europe core*, znany z platform takich jak TikTok czy Tumblr — na przykład obrazy szarych blokowisk czy zimowych stylizacji z futrzanymi czapkami (Pejasz, Staszewska 2024, s. 8–9). Na poziomie deklaracji moje działania miały charakter krytyczny i refleksyjny. Starałam się prezentować chińską rzeczywistość bez egzotyzacji, unikając generalizacji i uprzedmiotowienia. A jednak wiele obrazów można odczytywać jako reprodukcje estetyki zdziwienia codziennością, której funkcją jest nie zrozumienie, lecz zaznaczenie różnicy (Urry, Larsen 2011, s. 4). Ten rodzaj przedstawień często pojawia się na Instagramie jako forma wizualnej ciekawostki — element „kulturowej osobliwości”, zatrzymującej spojrzenie i reakcję.

Autoetnograficzna analiza pozwoliła na identyfikację trzech powtarzających się strategii, poprzez które reprodukowałam orientalizujące schematy reprezentacji Chin na Instagramie:

- strategia normatywnej wyższości, polegająca na wartościowaniu lokalnych praktyk (np. konsumpcyjnych i ekologicznych) przez pryzmat zachodnich standardów;

- strategia esencjalizacji i homogenizacji, przejawiająca się w redukowaniu chińskiej kultury do zestawu stereotypowych ikon oraz w postrzeganiu Azji jako monolitu kulturowego;

- strategia konstruowania osobliwości, polegająca na celowym dokumentowaniu elementów rzeczywistości postrzeganych jako „niecodzienne”, by zaznaczyć kulturową różnicę i umocnić własną pozycję obserwarki (również poprzez wykorzystanie ironii werbalnej).

Pochodzenie z kraju, który bywa obiektem orientalizacji i kulturowego dystansowania, nie chroni więc przed reprodukowaniem orientalizujących kodów. Sytuując się w pozycji „drugiego Zachodu”, osoba z Europy Środkowo-Wschodniej może nieświadomie przejmować spojrzenie centrum i stosować je wobec nowych Innych, na przykład mieszkańców Azji Wschodniej. Dopiero w procesie autoanalizy zauważyłam, że niektóre zdjęcia, choć były publikowane z intencją krytyczną, wpisywały się w estetykę orientalizowania. Istotę tego napięcia między własnym doświadczeniem marginalizacji a potencjalnym odtwarzaniem hegemonicznego spojrzenia oddaje koncepcja „zagnieżdżonych orientalizmów” (*nesting orientalisms*) Milicy Bakić-Hayden (1995) — warstwowej struktury orientalizacji, w której każda kultura poszukuje kogoś „jeszcze bardziej innego”, kogo można egzotyzować w dół. To odwołanie stanowi bezpośrednio zastosowanie dziesiątej strategii interpretacyjnej Chang, polegającej na osadzaniu autoetnograficznych obserwacji w ramach istniejących teorii kulturowych. W świetle analizy wizualnej szczególnie znaczące okazują się te fotografie, które przedstawiają tzw. niecodzienne zwyczaje konsumpcyjne. Zawarte w podpisach ironiczne komentarze, mimo pozornej lekkości, często wskazywały na poczucie estetycznego lub ekologicznego wyobcowania, co nie było intencjonalnie oskarżycielskie, ale działało jako semiotyczny wyznacznik inności. Prowadzona komunikacja wizualna pełniła więc funkcję nie tylko dokumentacyjną, ale i symboliczną. Konstrukcja Chin jako „osobliwych”, a niekiedy wręcz „nielogicznych”, służyła, choćby nieświadomie, afirmacji własnej pozycji kulturowej jako obserwarki posiadającej kapitał symboliczny: język (polski i podstawowy chiński), narzędzia dokumentacji, estetyczne kompetencje i cyfrową widzialność. W ten sposób moja narracja podtrzymywała schematy postrzegania Globalnego Południa przez pryzmat „ciekawej inności”, jak ujmują to badacze wizualności turystycznej

i orientalizacji (Park 2010; Urry, Larsen 2011; Manovich 2017; Caldeira, van Bauwel, de Ridder 2020).

Dalsze kierunki badań mogłyby obejmować analizę komentarzy i reakcji odbiorców jako formy oddolnej współprodukcji znaczeń, a także porównania między kontami użytkowników z różnych kontekstów kulturowych (np. z Globalnego Południa i Globalnej Północy). Rozszerzenia analizy umożliwiłyby lepsze zrozumienie, w jaki sposób reprezentacje kulturowe są negocjowane, wzmacniane lub podważane w dynamicznych przestrzeniach cyfrowych.

BIBLIOGRAFIA

- Albers Patricia C., James William R., 1988, *Travel photography: a methodological approach*, „Annals of Tourism Research”, 15(1), s. 134–158.
- Atkinson Paul, 2006, *Rescuing autoethnography*, „Journal of Contemporary Ethnography”, 35(4), s. 400–404.
- Austin Deborah A., 1996, *Kaleidoscope*, w: Carolyn Ellis, Arthur P. Bochner (red.), *Composing Ethnography: Alternative Forms of Qualitative Writing*, AltaMira Press, Walnut Creek, Ca, s. 206–230.
- Bakić-Hayden Milica, 1995, *Nesting Orientalisms: The case of former Yugoslavia*, „Slavic Review”, 54(4), s. 917–931.
- Bolter Jay David, Grusin Richard, 1999, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Caldeira Sofia P., van Bauwel Sofie, de Ridder Sander, 2020, “Everybody needs to post a selfie every once in a while”: Exploring the politics of Instagram curation in young women’s self-representational practices, „Information, Communication & Society”, 24(8), s. 1073–1090.
- Chan Yuk Wah, 2006, *Coming of age of the Chinese tourists: The emergence of non-Western tourism and host-guest interactions in Vietnam’s border tourism*, „Tourist Studies”, 6(3), s. 187–213.
- Chang Heewon, 2008, *Autoethnography as Method*, Left Coast Press, Walnut Creek, CA.
- Crang Mike, 1997, *Picturing practices: Research through the tourist gaze*, „Progress in Human Geography”, 21(3), s. 359–373.
- Dabashi Hamid, 2009, *Post-orientalism: Knowledge and Power in Time of Terror*, Transaction Publishers, New Brunswick–London.
- Drozdowski Rafał, Krajewski Marek, 2010, *Za fotografię! W stronę radykalnego programu socjologii wizualnej*, Fundacja Nowej Kultury „Bęc Zmiana”, Warszawa.
- Ellis Carolyn, Bochner Arthur P., 2000, *Autoethnography, Personal Narrative, and Personal Reflexivity*, w: Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln (red.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, s. 733–768.
- Foucault Michel, 1998, *Nadzorować i karać: narodziny więzienia*, tłum. Tadeusz Komendant, Fundacja Aletheia, Warszawa.

- Fubara Samuel Joshua, 2020, *A pragmatic analysis of the discourse of humour and irony in selected memes on social media*, „International Journal of Language and Literary Studies”, 2(2), s. 76–95.
- Grusin Richard, 2009, *YouTube and the end of new media*, w: Pelle Snickars, Patrick Vonderau (red.), *The YouTube Reader*, National Library of Sweden, Stockholm, s. 61–70.
- Hochschild Arlie Russel, 2009, *Zarządzanie emocjami: komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. tłum. Jacek Konieczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jones Stacy Holman, 2016, *Living bodies of thought: The ‘critical’ in critical autoethnography*, “Qualitative Inquiry”, 22(4), s. 228–237.
- Lewandowski Piotr, 2022, *Poland as a periphery in Immanuel Wallerstein’s theory*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej”, 56(3), s. 175–193.
- Liang Limin M., 2022, *Consuming the pastoral desire: Li Ziqi, food vlogging, and the structure of feeling in the era of microcelebrity*, „Global Storytelling”, 1(2), s. 7–39.
- MacCannell Dean, 2001, *Tourist agency*, „Tourist Studies”, 1(1), s. 23–37.
- Mahmoud Menatallah, 2024, *Writing the Other: An analysis of travel writing discourses by Western women bloggers* (doctoral dissertation), University of Calgary.
- Manovich Lev, 2017, *Instagram and Contemporary Image* (<http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>).
- Maoz Darya, 2006, *The mutual gaze*, „Annals of Tourism Research”, 33(1), s. 221–239.
- McCabe Scott, Stokoe Elizabeth, 2010, *Have you been away? Holiday talk in everyday interaction*, „Annals of Tourism Research”, 37(4), s. 1117–1140.
- Miyake Esperanza, 2023, *I am a virtual girl from Tokyo: Virtual influencers, digital-orientalism and the (im)materiality of race and gender*, „Journal of Consumer Culture”, 23(1), s. 209–228.
- Park Jane Chi Hyun, 2010, *Yellow Future: Oriental Style in Hollywood Cinema*, University of Minnesota Press, Minneapolis–London.
- Pejasz Michał, Staszewska Zuzanna, 2024, “Slavic core” — *An Internet aesthetic or Generation Z’s struggle for identity?*, “Slavia Meridionalis”, 24.
- Roh David S., Huang Betsy, Niu Greta A., 2015, *Techno-Orientalism: Imagining Asia in Speculative Fiction, History, and Media*, Rutgers University Press, New Brunswick.
- Rose Gillan, 2007, *Interpretacja materiałów wizualnych*, tłum. Ewa Klekot, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Said Edward W., 2024 [1978], *Orientalizm*, tłum. Monika Wyrwas-Wiśniewska, Zysk i S-ka, Poznań.
- Siegel Lauren A., Tussyadiah Iis, Scarles Caroline, 2022, *Cyber-physical traveler performances and Instagram travel photography as ideal impression management*, „Current Issues in Tourism”, 26(14), s. 2332–2356.
- Smith Sean P., 2018, *Instagram abroad: Performance, consumption and colonial narrative in tourism*, „Postcolonial Studies”, 21(1), s. 172–191.
- Urry John, 2007 [1990], *Spojrzenie turysty*, tłum. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Urry John, Larsen Jonas, 2011, *The Tourist Gaze 3.0*, Sage Publication, London.
- Vukovich Daniel, 2012, *China and Orientalism: Western Knowledge Production and the P.R.C.*, Routledge, New York.

Abstrakt

Artykuł stanowi autoetnograficzne studium przypadku, oparte na analizie wizualnych relacji z podróży w ramach stypendium naukowego w Tianjinie (Chiny), publikowanych na platformie Instagram. Celem pracy było zbadanie, w jaki sposób studentka i użytkowniczka Instagrama z Europy Środkowo-Wschodniej, pochodząca z kraju, który również podlega orientalizacji, może nieświadomie reprodukcować orientalizujące schematy wizualne chińskiej kultury. Analiza 364 zdjęć i nagrań wideo została przeprowadzona z zastosowaniem metodologii autoetnografii krytycznej oraz narzędzi analizy wizualnej. Autorka wskazuje, że mimo deklarowanej intencji krytycznego i refleksyjnego przedstawienia rzeczywistości niektóre obrazy wpisywały się w estetykę orientalizacji i wizualnego dystansowania. Zjawisko to zostało zinterpretowane w myśl koncepcji „zagnieżdżonych orientalizmów” Milicy Bakić-Hayden — jako struktura, w której kultury peryferyjne powielają hegemoniczne spojrzenie Zachodu wobec nowych Innych. Autorka podkreśla znaczenie autorefleksji i krytycznej analizy wizualnych praktyk w badaniach nad turystyką, mediami społecznościowymi oraz reprezentacją Globalnego Południa.

słowa kluczowe: autetnografia wizualna, Instagram, orientalizm, stypendium w Chinach

MY OWN ORIENT VISUAL AUTOETHNOGRAPHY FROM CENTRAL AND EASTERN EUROPE AS AN EXPLORATION OF CULTURAL ENTANGLEMENT

Laura Żary
(Adam Mickiewicz University, Poznań)

Abstract

This article presents an autoethnographic case study based on a visual analysis of Instagram posts created during a research scholarship stay in Tianjin (China). Its aim was to examine how a Central and Eastern European student and Instagram user, originating from a country that has itself been subject to Orientalization, may nonetheless unwittingly reproduce Orientalizing visual tropes when representing Chinese culture. The dataset comprises 364 photographs and video clips and was analyzed using Heewon Chang's critical autoethnographic framework in combination with Gillian Rose's tools for visual analysis. The findings indicate that, despite an explicitly stated intention to represent local realities critically and reflexively, certain portions of the visual archive align with aesthetic patterns of exoticization and visual distancing. This dynamic is interpreted through Milica Bakić-Hayden's concept of "nested Orientalisms," a stratified structure in which peripheral cultures

replicate hegemonic Western gazes when engaging new Others. The author underscores the value of reflexivity and critical analysis of visual practices in research on tourism, social media, and the representation of the Global South.

keywords: visual autoethnography, Instagram, Orientalism, research scholarship in China