

Iwona Morozow

Uniwersytet Wrocławski

Etnografia w badaniach filmu i kultury produkcji

*Rolą antropologa jest być upartym nudziarzem,
który wypytuje o sens dowcipu [...].*

Nigel Barley

Tradycja wykorzystywania metod etnograficznych w studiach nad filmem w Polsce nie jest rzeczą znaną, choć takie propozycje pojawiły się niedawno chociażby u Marcina Adamczaka, projektującego swoje badania kultury produkcji na przykładzie przede wszystkim rodzimej kinematografii (2014). Koncepcja Adamczaka w dużej mierze posiłkuje się zresztą dorobkiem Edwarda Zajička, którego poznański filmoznawca uznaje za prekursora naukowej refleksji na temat produkcji i ekonomii filmu (Adamczak, 2014, s. 8-9; Zajiček, 2009). Podczas dalszych poszukiwań okazuje się, że choć współcześnie propozycja zastosowania etnografii w badaniu kina jawi się jako nowatorska, wcale nie jest pomysłem nowym. Pierwsze studium, w którym zastosowano wiedzę antropologiczną do badania kina i kultury filmowej, pojawiło się na początku lat pięćdziesiątych XX wieku w Stanach Zjednoczonych. To właśnie wtedy eksperymenty z metodą i terenem doprowadziły etnolog Hortense Powdermaker do samego Hollywood. W pionierskiej pracy *Hollywood, the Dream Factory* (1951) badaczka dokonała antropologicznej analizy fabryki snów, opartej na rocznych badaniach – wywiadach i obserwacjach uczestniczących prowadzonych za kulisami wśród aktorów, scenarzystów, reżyserów, producentów, na planach filmowych i spotkaniach gildii. Powdermaker w interesujący sposób podjęła się próby badawczej tego zagadnienia filmoznawczego, które dziś określać można badaniami kultury produkcji. Jednak o ile jej pionierstwo na gruncie antropologii jest niepodważalne, to w tej sferze ba-

dawczej pozycję winna dzielić z Leo C. Rostenem, który dekadę wcześniej podjął się podobnego zadania w celu położenia „Hollywood pod mikroskopem nauki społecznej”, co w ambicji amerykańskiego badacza miało przełożyć się na solidny opis naukowy, uwzględniający także nieformalną sferę świata kina, obyczaje, plotki i kulisy. Czynnikiem umożliwiającym Rostenowi wcielenie w życie tego zamysłu badawczego był fakt, że krótko po skończonych studiach pracował dla niewielkiej wytwórni jako scenarzysta (1941).

Interesujące aspekty można zaobserwować, porównując obie wspomniane prace – Rostena, przeprowadzone z pozycji *insidera*, i Powdermaker, *outsidera*, który musi radzić sobie z ekskluzywnością środowiska. W przeciwieństwie do swojego poprzednika, który z dumą rozpisywał się w swojej pracy na temat możliwości, jakie rozpościerają się przed nim dzięki krótkiemu epizodowi w Hollywood (1941), antropolożka była przekonana, że to właśnie status „obcego” działa na jej korzyść, gdyż eliminuje osobiste interesy i więzi emocjonalne. Powdermaker nie wzięła jednak pod uwagę, że taki status powoduje również niezrozumienie pewnych elementów przemysłu (na przykład znaczenia cenzury), przez co wiele z jej sądów można uznać za naiwne i ideowe. Ponadto innym problemem badaczki było wciąż jeszcze silne przekonanie o statusie antropologii jako dyscypliny badającej odległe kultury, co uniemożliwiło modyfikację kategorii i w rezultacie zaowocowało przeniesieniem wypracowanych na kulturach plemiennych metod i pojęć, bez uwzględniania charakterystyki nowej sytuacji. Praca przysłużyła się więc nieco „egzotyzacji” rodzimego dla niej Hollywoodu (1951). Książka Powdermaker była w efekcie – jak pisał Gordon Gray – produktem swoich czasów, przez co cechuje ją (z dzisiejszej perspektywy) trywialne podejście do mediów jako środka służącego przede wszystkim manipulacji (2010, s. 99). Mimo wszystko dziwi, że – zarówno wtedy, jak i dziś – nowatorstwo Powdermaker nie wywołało jeżeli nie euforii, to choć większego zainteresowania w środowiskach akademickich. Bez względu bowiem na niedociągnięcia pracy nie można odmówić autorce pomysłowości i odwagi, które zaowocowały wkrótce dalszymi dociekaniem, a w końcu uprawomocnieniem na gruncie antropologii subdyscypliny specjalizującej się w badaniach kina i kultury filmowej. Nie można również umniejszać wkładu autorki na polu tak zwanych *film studies*. Elementem, który interesuje mnie w tym miejscu najbardziej, jest oczywiście próba zastosowania tradycyjnych metod etnograficznych do badań kina, co – zwłaszcza przy dzisiejszych paradygmatach funkcjonujących na polu filmoznawstwa – oferuje szereg możliwości poznawczych, które muszą być uprzednio rozważone.

Rostena na pewno należy pochwalić za koncepcję zaprojektowanych badań, które miały charakter zespołowy, zostały przeprowadzone przez socjologa, ekonomistę, statystyka i specjalistę od zasobów ludzkich. Ponadto imponuje operowanie różnorodnymi, przystosowanymi do specyfiki terenu narzędziami – kwestionariuszami, obserwacjami, analizami dokumentów – a także wzięcie pod uwagę danych rynkowych i zwrócenie uwagi na wartość plotek, niesformalizowanych reguł i hollywoodzkich zwyczajów. Niestety, pomimo ambitnego projektu, efekt badawczy sprowadzał się jedynie do analiz statystycznych i niewiele wnoszących danych (na

przykład na temat liczby potomstwa pracowników branży) i przybrał formę bliższą dziennikarstwu niż naukowemu opracowaniu (Adamczak, 2014, s. 30).

Z prób Rostena i Powdermaker płynie pewna lekcja dla badacza, który chce podjąć się podobnego wyzwania, czyli zbadania kinematografii od kulis. To konieczność rozważenia konkretnych problemów metodologicznych jeszcze w fazie planowania samego projektu. Należy do nich potrzeba zmierzenia się z konsekwencjami wynikającymi z pozycji *outsider/insider* i związanym z tym nastawieniem środowiska do badacza, a także zastanowienie się nad stopniem jawności badań (przez wzgląd na ekskluzywność środowiska i panującą w branży poufność). Bez względu na wybór pozycji badacza należy nie tylko rozeznaczyć się w branży, ale też przemyśleć kwestie języka, pojęć, kategorii, wyboru materiałów i ustanowienia ich znaczenia dla wartości poznawczej projektu (w celu uniknięcia grożącej takim badaniom formy publicystycznej czy wręcz tabloidowej).

Powyższe projekty doczekały się udanej odpowiedzi przeszło 60 lat później, kiedy to inna badaczka – Sherry Ortner – powróciła do Hollywood z nowym konceptem badań etnograficznych (2010). Również i tu nie było łatwo, choć efekt – ze względu na świadomą modyfikację projektu – uchronił badaczkę przed porażką. Interesującym aspektem był tu nacisk na przedmiot badawczy, którym z jednej strony była fabryka snów, a z drugiej specyficzny dla antropologii element autoetnograficzny (refleksyjny), który wyraźnie przedstawiał charakter i kontekst zarówno zdobytej wiedzy, jak i doświadczenia. Badaczka za pomocą metaetnograficznej refleksji opisała trudności swojego doświadczenia badawczego, punktując wątpliwości co do przyjętej metody i wyboru przedmiotu badań w artykule na łamach „Etnography” (2010). Ponadto Ortner poczyniła w nim dość interesujące nawiązania do innych studiów, jak chociażby do Laury Nader – antropolożki analizującej dominujące instytucje – oraz do Johna Thorntona Caldwell, którego badania skupiały się na kulturze produkcji. Artykuł Ortner opowiadał o możliwości antropologicznego zainteresowania fabryką snów, która – jako królowa przemysłu – produkuje określone dobra i opowiada konkretne historie, cały czas poszukując skuteczniejszego sposobu na poruszanie (emocjonalnie i wewnętrznie) ludzi i najczęściej odnosząc w tym sukces (2010, s. 212). To, co chyba najistotniejsze w kontekście tej publikacji, to model tak zwanego *interface ethnography* (2010, s. 219), co w tym konkretnym przypadku przekłada się na badania prowadzone podczas publicznych wydarzeń (festiwali, konwentów, konferencji prasowych), które Ortner zdecydowała się zastosować przez wzgląd na panującą w branży poufność – powodującą, że insiderzy chcą mówić wyłącznie o produkcji, nie są zaś zainteresowani zdradzaniem szczegółów procesu, który prowadzi do jego powstania (2010, s. 226).

Propozycja Ortner jawi się jako niezwykle inspirujący przykład antropologicznych badań nad współczesnym kinem z kilku powodów. Po pierwsze, badaczka oparła je na empirii jako na kluczowej metodzie badawczej dla antropologii. Po drugie, rozszerzyła przedmiot badawczy z filmu jako takiego na rzecz analizy całej kultury filmowej. Wyłaniająca się zatem w tym miejscu propozycja badawcza mogłaby polegać na empirycznym badaniu przestrzeni lokalnej produkcji filmowej

w oparciu o wypracowane na gruncie dyscypliny i odpowiednio dobrane metody, a przez aplikowanie wiedzy i tradycji etnograficznej umożliwić interdyscyplinarne badania nad filmem w poszerzonym kontekście. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że wokół tego typu zagadnienia zbudować należy rzetelnie przemyślany terenowy projekt etnograficzny, który – tak jak w przypadku Ortner – musi być w każdej chwili gotowy na modyfikacje związane z ewolucjami problemów badawczych. Należy być świadomym trudności związanych z wejściem do środowiska – rozważyć opcję drobnego „podstępu” czy otwartości, co nigdy dla antropologa nie jest decyzją łatwą, lecz bywa wymuszone zwłaszcza w przypadku elitarnego środowiska (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 7, 77-83). Następnie należy dobrać odpowiednie metody w zależności od założonego problemu badawczego (obserwację lub obserwację uczestniczącą wśród osób tworzących plan filmowy, pogłębione wywiady nieustrukturyzowane lub badania o charakterze kwestionariuszowym; do tego należy dodać decyzję na temat prowadzenia dzienników oraz uwzględnienia swoistego aspektu działania w kulturze) i określić swoją pozycję w terenie (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 131-162). W końcu pozostaje kwestia przyjęcia odpowiedniego wizerunku – akceptowalnego, byle nie irytującego ignoranta (jak ujął to Lofland) – i uniknięcia przy tym zakładanego często w terenie bycia niekompetentnym (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 107). Badania etnograficzne, jak świetnie pokazuje na swoim przykładzie Ortner, są bowiem wejściem w inną, obcą kulturę, przez co należy je traktować jako element „uczenia się”, o czym pisała Laura Bohannom (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 109-110). Proces ten należy traktować indywidualnie, czasami wykraczając poza podręcznikowe metody i zachowując otwartość, a także będąc przygotowanym na ciągłe zmiany.

Podobny pomysł, również dostrzegający potencjał etnograficznych badań jakościowych, pojawił się i w polskim filmoznawstwie za sprawą Marcina Adamczaka. Filmoznawca projektujący szeroko zarysowane, zespołowe badania nad kulturą produkcji pisze o etnografii jako o możliwym narzędziu pogłębiającym dotychczasowe analizy polityczne i ekonomiczne rodzimego rynku filmowego. Taki model badań pozwala dotrzeć do wielu dotychczas słabo dostrzeganych elementów związanych z kinem, ponadto oferuje spojrzenie na film w nowym wymiarze, uwzględnia całą sieć społecznych relacji i mechanizmów, w które jest uwikłany, umożliwiając również badanie określonego wycinka rzeczywistości społecznej (2014).

Poznański badacz nie projektuje swoich empirycznych strategii w oparciu o postulaty przedstawicieli brytyjskich studiów kulturowych (powołując się między innymi na Nicka Couldry'ego, Meaghan Morris, Johna Fiske), którzy po dokonaniu diagnozy dotychczasowej tradycji u progu XXI wieku głosili potrzebę zmiany perspektywy na „wewnętrzną” i unikania pankulturalistycznych paradygmatów. Adamczak podobną potrzebę zmiany dostrzega na gruncie badań filmoznawczych, gdzie brakuje już zaufania do Wielkich Teorii; formalistycznym analizom z Wisconsin przypisuje nieuwzględnianie istotnego przecież kontekstu (ekonomicznego, społecznego, produkcyjnego itd.). W efekcie nowoczesne badania nad filmem kierują swoją uwagę na analizy ekonomiczne i instytucjonalne. Pośród nich istnieje jednak biała

plama, którą dla badacza są studia nad mikrostrukturami świata produkcji filmowej, „oddolnym” poziomem rzeczywistych realizacji, planem filmowym czy telewizyjnym studium – nie zaś tylko analizy ilościowe, badania marketingowych strategii i korporacyjnych struktur. Wszystko to ma doprowadzić do wszechstronnego obrazu współcześnie rozwijającego się przemysłu audiowizualnego (w jego różnych skalach). W ten sposób empirycznie można badać już nie tylko popularną w studiach kulturowych i w antropologii mediów (w zachodniej tradycji) recepcję tekstów czy konsumpcję kultury, ale dowartościować również drugą stronę, związaną z wytwarzaniem, produkcją, opisem konkretnych środowisk pracy, ich wewnętrznych relacji, rytuałów, narracji, stref kontaktu, praktyk i wartości (Adamczak, 2014, s. 24).

Jak zatem takie badania miałyby wyglądać w praktyce? „Projekt ów opiera się na «etnograficznych» badaniach funkcjonowania przemysłu medialnego i realiów procesu produkcji, koncentrując uwagę na studiach środowiska pracy tegoż przemysłu, jego wewnętrznych relacjach, rytuałach, narracjach, strefach kontaktu, praktykach i wartościach” (Adamczak, 2014, s. 24). W rezultacie badania te mają uzupełniać „holograficzny obraz” dzisiejszej kultury audiowizualnej, wzbogacając istniejące analizy gotowych produktów na ekranie (bez względu na przyjętą optykę, szkołę) o to, co poza nim, „u dołu” czy „na froncie”. Przydatne miałyby być tu cztery metody badawcze: analiza tekstów i dokumentów, wywiady z pracownikami (zarówno kreatywnymi, jak i technicznymi), obserwacja uczestnicząca na planie filmowym (ewentualnie na etapie pre- i postprodukcji) oraz analiza ekonomiczna i instytucjonalna (Adamczak, 2014, s. 24-25). Celem tak skonstruowanych badań w opinii Adamczaka jest ich znaczenie w aspekcie teoretycznym i hermeneutycznym względem sztuki filmowej (2014, s. 256). Mogą one prowadzić bowiem do pełniejszego opisu i zrozumienia kinematografii opartego na wiedzy empirycznie ugruntowanej, dalekiej od Wielkich Teorii czy podejść neoformalno-kognitywnych (2014). Perspektywa estetyczna ustępuje tu miejsca antropologicznej i kulturoznawczej refleksji nad współczesnym kinem. Poprzez długotrwałe obserwacje uczestniczące i wywiady pogłębione pozwala zestawić na przykład klasyczny paradygmat autorski z rzeczywistym procesem powstawania obrazu filmowego, który jawi się jako zdecydowanie bardziej skomplikowany i kolektywny (Adamczak, 2014, s. 259). To z kolei przekłada się na bardziej adekwatną, złożoną i indywidualną sytuację badawczą, którą można – a wręcz należy – poddawać porównaniom. To próba uzupełnienia dociekań nad różnymi aspektami kina – w tym regułami zatrudnienia, sposobami nabywania doświadczenia, roli przypadku – i nakreślenia w ten sposób znaczenia, jaką posiada ta „nieobecna, a wiele determinująca siła” (Adamczak, 2014, s. 258) pozaekranowej rzeczywistości.

W tym kontekście etnografia wydaje się kluczowym i interesującym punktem badań i ujawnia pewien wspólny trop z inną, istniejącą już tradycją antropologii wizualnej, która to właśnie marginalizowanemu w głównym nurcie badań procesowi produkcyjnemu poświęcała sporo uwagi. W końcu choćby Jay Ruby, pisząc o kinie antropologicznym (wtóruje mu również wielu innych antropologów wizualnych), podkreślał, że każdej praktyce filmowania towarzyszyć musi jeszcze me-

tapraktyka, analizująca każdy krok antropologa w terenie (2002). Myśl ta zwraca uwagę na znaczenie samego procesu filmowania i tworzenia tekstów audiowizualnych, na jego społeczne umiejscowienie. Zamiast na gotowym tekście skupia się na procesie tworzenia filmu, który jest podstawą do rozumienia całości projektów własnych czy inicjowanych.

W związku z powyższym w interesującym nas wątku tradycji subdyscypliny sięgnąć można przede wszystkim do filmujących antropologów i tych „nadzorujących” różnego rodzaju projekty filmowe i medialne. Dla wielu proces produkcji liczy się o wiele bardziej niż gotowa narracja, gdyż wyraźnie pokazuje to, co w nim społeczne. Produktem w tego typu badaniach lub projektach w efekcie nie jest jeden, ale przynajmniej dwa teksty (film i refleksja), które, istniejąc w komplementarnym związku, tworzą dla siebie nawzajem właściwy kontekst. Dla filmujących antropologów zatem plan filmowy, podobnie jak ostateczny produkt, staje się przedmiotem namysłu – szczegółowo i subiektywnie opisywany jest proces przygotowawczy (planowanie badań), okres zdjęciowy (wraz z całym towarzyszącym mu kontekstem) oraz postprodukcja. Poprzez tę praktykę przemawia oczywiście pewna intencjonalność, która uzasadnia wartość aspektu produkcyjnego i ma więcej wspólnego z chęcią zrozumienia kultury czy społeczeństwa niż faktycznym zainteresowaniem medium. W klasycznym studium Sola Taxa i Johna Adaira, *Through Navaho Eyes*, chodziło w istocie o zbadanie kulturowo zapośredniczonego systemu komunikacyjnego (1972, s. 25). Jeanu Rouchowi zależało na udowodnieniu upodmiotowienia swoich bohaterów i podkreśleniu kolektywnego charakteru tworzonych „głosu” (Ruby, 2000, s. 195-219; Sikora, 2012, s. 132-153). Z kolei dla Sarah Pink proces tworzenia filmu stał się osobną wartością, niezależną, a nawet ważniejszą od samego efektu w postaci filmu lub materiału filmowego. Bez względu jednak na różnice wszystkie trzy przykłady pokazują, jak proces produkcyjny uzupełnia wiedzę na temat obrazu, zmieniając nawet jego odbiór (Pink, 2009) i, co ważne, być może nie w sposób bezpośrednio intencjonalny, ale ma również swój wkład w rozwój wiedzy na temat filmu.

W ten sposób badanie nad filmem w zakresie antropologii wizualnej – choć w zupełnie innej skali (z uwagi na lokalny kontekst produkcji) i wymiarze (bo motywowane etyką badawczą) – proponują realizowanie projektu, w którym przedmiot badawczy jest o wiele bardziej złożony (niż rysują to tradycyjne formalistycznie zorientowane badania), i jednocześnie podkreślają znaczenie procesualnego wymiaru powstawania filmu, wpisując się w trend przyjmujący jego inny status ontyczny. To podejście polegające na procesualnym, empirycznym badaniu filmu jako fenomenu społecznego, osadzonego lokalnie, stanowiącego odzwierciedlenie wiedzy wspólnoty, będącego inspirującą bazą źródłową dla filmoznawcy – etnografa ruszającego w teren lub na plan filmowy.

Wspominając o tradycji antropologii wizualnej, warto podkreślić, że takie właśnie ontologiczne podejście do filmu zakłada się w jej obrębie nie tylko w kontekście analizowania filmów tworzonych przez antropologów, lecz również badania tak zwanego kina oddolnego czy też rdzennych mediów (Ginsburg, Abu-Lughod,

Larkin, 2002). W tym wypadku poprzez badania terenowe na planach tego typu produkcji dochodzi się do opisu i prób zrozumienia określonych zjawisk o charakterze filmowym. Patrząc na film zatem, badacz nie koncentruje się wyłącznie na gotowym, skończonym tekście filmowym, lecz niejako spogląda poprzez niego na jego kulturowy i społeczny fundament, analizując w ten sposób nie tylko skończony, wytworzony tekst kultury, ale także tworzący go swoisty mikroświat, którego tenże „wytwór” jest częścią.

Empiryczna wyprawa na plan filmowy wydaje się ekscytującą możliwością nie tylko dla znudzonego, gabinetowego filmoznawcy, ale i antropologa poszukującego nowych pól badawczych i coraz śmielej wkraczającego na grunt interdyscyplinarnych dociekań. Filmoznawca potrzebuje antropologa w rzeczywistości, w której jako przepis na badania terenowe wręcza się klasyczną pozycję „ojca badań terenowych” – Bronisława Malinowskiego – z poleceniem naśladowania:

Przed opuszczeniem Harvardu udałem się z wizytą do Kluckhohna. Mimo pewności siebie, jaką wyniosłem z zajęć na uczelni, to ostatnie spotkanie mocno mnie przygnębiło. Kiedy poprosiłem Kluckhohna o jakieś wskazówki czy porady, ten opowiedział mi anegdotę o dyplomacie, który zadał identyczne pytanie Kroeberowi. Podobno w odpowiedzi Kroeber zdjął z półki największe, najbardziej opasłe tomisko etnograficzne i powiedział: „Idź i naśladuj” (Nader, 1976, s. 98).

Ta krótka anegdotka perfekcyjnie ilustruje pewną nieuchwytność etnograficznego przygotowania na rzeczywistość terenową. Podręczniki i wskazówki oczywiście istnieją, lecz niewątpliwie dopiero doświadczenie pokazuje, jak względne bywają etnograficzne procedury badawcze. Z drugiej strony antropolog musi skorzystać z wiedzy filmoznawcy, by nie popełnić błędów Powdermaker i właściwie zbudować projekt badawczy. W tym miejscu zresztą – w związku z szeregiem czynników towarzyszących, składających się na współczesny świat filmowy (na przykład kwestii ekonomicznych) – okazuje się, że również i ten duet wymaga wsparcia. Wreszcie po skompletowaniu zespołu badacze zmierzają się z ekskluzywnością środowiska i koniecznością rozważenia swojej w nim pozycji. Ciekawą, ogólną propozycję na „funkcjonowanie” w terenie w książce *Obok ekranu* formułuje Marcin Adamczak, pisząc o byciu jak Donnie Brasco, czyli tytułowa postać z filmu Mike’a Newella opartego na wspomnieniach agenta FBI Joe Pistone’a. Tytułowy bohater przenika w szeregi mafijnej organizacji i zdobywa zaufanie jej szefa. Brasco spędza całe dni z nowymi kompanami, jedząc z nimi, pijąc, odpoczywając, marząc, żartując, pracując, dyskutując i oglądając telewizję. Odgrywając rolę mafiosa, nie tylko przenika do organizacji, ale też przejmuje kulturę, którą miał poznać – w pewnym sensie staje się gangsterem, a w jego postaci zaczynają wyraźnie zmagać się dwie osobowości (Adamczak, 2014, s. 35). Kwestia przybrania roli nie powinna oczywiście zastępować procesu analitycznego i krytycznego. Co prawda w terenie zawsze istnieje element odegrania roli, a badanie uczestniczące zakłada próbę głębszego wniknięcia w kulturę badaną. Nieodłączną częścią jest jednak element refleksyjny, który umożliwia rzetelną „spowiedź” z warunków badań i – zgodnie ze

współczesną etyką dyscypliny – ujawnia kulturowo i społecznie zapośredniczoną wiedzę oraz obecność dyskursu. W tak zaprojektowanej roli badawcza – w przeciwieństwie do Powdermaker, która obawia się pozycji uczestniczącej (w myśl za starym, dobrym scjentyzmem i ryzykiem zakłamania badań poprzez utratę obiektywizmu w wyniku zaangażowania) – dostrzegam nie tyle niebezpieczeństwo, co szansę rozprawienia się z niektórymi problemami i możliwość porzucenia kłopotliwej roli zewnętrznego i autorytarnego badacza i diagnosty na rzecz uczestnika badań. Taka procedura ma bowiem umożliwić zdobywanie wiedzy – nie tajemnej, lecz wielowymiarowej, w której poprzez „gatunki zmacone” prezentowane są dane, doświadczenie, refleksje, a czasem i intuicje (Adamczak, 2014, s. 37-38). Mając jednak nawet tak gotową charakterystykę roli do odegrania, pozostaje jeszcze kwestia dostępu do środowiska i odnalezienia swoich „odźwiernych”, co – jak pokazuje doświadczenie etnografów – nierzadko bywa rzeczą najtrudniejszą i powodem modyfikacji projektu, czego przykładem jest praca Sherry Ortner. Jak jednak pokazuje przykład badaczki, nawet nie do końca udana (według wstępnych założeń) empiria dostarcza wiedzy, przyczyniając się do lepszego zrozumienia funkcjonowania dzisiejszej rzeczywistości filmowej dzięki ujawnianiu tego, co niedostrzegane i lekceważone.

Filmoznawczy projekt badań kultury produkcji spotyka się z antropologią w punkcie, którym jest uzupełnienie i wzbogacenie badań nad filmem, unikające nadmiernych generalizacji, wprowadzające szeroko rozumiany „współczynnik humanistyczny” – już nie tylko w sensie abstrakcyjnym, bo przekładający się na konkretnych, pracujących nad filmem ludzi, oferujący wgląd w kulisy pracy nad filmem. Poprzez wykorzystanie tak zaprojektowanej do badań perspektywy można poszerzyć nie tylko sam status ontologiczny filmu, ale i pokazać, jak możliwe jest zmienić optykę podejścia do konkretnego tematu, kontekstu i wątku, a co za tym idzie – przyczynić się do wzbogacenia wiedzy o współczesnym kinie.

Bibliografia

- Adair, J., Worth, S. (1972). *Through Navajo Eyes: An Exploration in Film Communication and Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Barley, N. (2000). *The Innocent Anthropologist: Notes from a Mud Hut*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Ginsburg, F.D., Abu-Lughod, L., Larkin, B. (2002). *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Gray, G. (2010). *Cinema: A Visual Anthropology*. Oxford, New York: Berg.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (2001). *Metody badań terenowych* (tłum. S. Dymczyk). Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Nader, L. (1976). *The Kroeber Islanders: A Handbook of Anthropology at Berkeley*. Berkeley: University of California.
- Ortner, Sh.B. (2010). *Access: Reflections of studying up in Hollywood*. „Ethnography”, no. 11.

- Pink, S. (2009). *Etnografia wizualna. Obrazy, media i przedstawienie w badaniach* (tłum. M. Skiba). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Powdermaker, H. (1951). *Hollywood: The Dream Factory. An Anthropology Looks at the Movie Makers*. London: Secker & Warburg.
- Rosten, L.C. (1941). *Hollywood: the Movie Colony, the Movie Makers*. New York: Harcourt, Brace.
- Ruby, J. (2000). *Picturing Culture. Exploration of Film & Anthropology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sikora, S. (2012). *Film i paradoksy wizualności. Praktykowanie antropologii*. Warszawa: Wydawnictwo DiG.
- Zajček, E. (2009). *Poza ekranem. Polska kinematografia w latach 1896-2005*. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich.

Ethnography in the Study of Film and Production Culture

Using the ethnographic field methods in visual anthropology as a useful tool to understand and describe the process of filmmaking is a well-known practise. Of course, most of this research usually deals with a small, local production. But in fact there are also a few cases of implication of ethnography for the study of the mainstream cinema outside of the mentioned subdiscipline. Giving an examples of anthropologists and others who considered field research as a possible method to study film and production culture the author tries to look at possible gains but also problems associated with using ethnography in the film related research. What is more, the author pays attention not only to critical reading of given literature but also focuses on promising new perspectives which could strengthen and diversify the association of anthropology and film studies.