

نوشتن تاریخ سینما اسکوپ نیز مثل نوشتن هر تاریخ دیگری لزوماً با مراعات اصول اساسی تاریخ نگاری و روش شناسی تاریخی آغاز می‌شود. پیش از نوشتن هر تاریخی باید این نکات را روشن کرد که تاریخ از کجا آغاز می‌شود و کجا به اتمام می‌رسد، به چه رویدادهایی می‌توان اجازه ورود به این قلمرو را داد، چه عواملی را می‌توان به عنوان عناصر تعیین کننده مشخص ساخت و نیز اینکه تغییر تاریخی را باید چگونه عرضه کرد - و به عبارت دیگر تاریخ را چگونه می‌توان در قالب کلمات برای دیگران توصیف کرد.

مباحثات جدید در عرصه روش شناسی و رابطه آن با نوشتن تاریخ به طور اعم و تاریخ تکنولوژی به طور اخص، انجام این کار را بسیار سهل تر از پیش ساخته است<sup>۱</sup>. اما این مباحثات هنوز تا آنجا پیش نرفته است که بتواند بگوید

تاریخ را چگونه باید نوشت. نظریه پردازان و تاریخ نگاران معاصر می‌پذیرند که تاریخ نگاری سنتی، تجربه گرا و تکنولوژیک به واسطه آنکه تکنولوژی را از دیگر عوامل (مثل اقتصاد و ایدئولوژی) جدا می‌سازد، موجب می‌شود تکنولوژی از حوزه وسیعتر نیروهایی که خود لزوماً بخشی از آنهاست خارج گردد.<sup>۲</sup> با این وجود، تلاشهای کثونی برای تدوین تاریخی «ماتریالیستی» از سینما یا تکنولوژی فیلم که تجربه گرایانه نباشد و عوامل متعدد دخیل در پدیده را نیز از نظر دور ندارد، به دلیل فقدان استحکام نظری، قصور در تقویت نگرشهای نظری با شواهد تاریخی و یا به هر دو دلیل، به شکست انجامیده‌اند.<sup>۳</sup> آنچه ضروری است، تدوین و تکمیل دقیق تاریخی ماتریالیستی است که هیچ گاه توسط نظریه پردازانی از قبیل ژان - لویی کومولی واقعاً تحقق نیافته است.

کومولی متون متعارف تاریخ سینما را به دلیل داشتن روش تجربی و در عین حال پیروی از برداشتی ایده‌آلیستی محکوم و مردود می‌شمارد و به دنبال نوعی تاریخ‌نگاری ماتریالیستی است. از نظر کومولی، تاریخ ماتریالیستی از این تصور اجتناب می‌کند که سینما و تاریخ آن را می‌توان تنها با مشاهدات تجربی شناخت و اینکه سناریوی تکامل سینما را می‌توان با کندوکاوی ایده‌آلیستی در گذشته نوعی زنجیره پویا که ما را سراسر است و بر اساس قانون علت و معلول مستقیماً به زمان حال برساند بنا نهاد.

مشخصات تاریخ‌نگاری ماتریالیستی را تا حدودی می‌توان با مردود شمردن چند فرضیه نشان داد: (۱) رد مفهوم علیت خطی؛ (۲) رد دیدگاهی که برای تاریخ حکمتی غایی قایل است؛ (۳) رد این تصور که سینما به طور خود به خودی و مستقل از عوامل تکنولوژیک، اقتصادی و ایدئولوژیک رشد کرده است؛ (۴) رد داروینیسیم سینمایی - به عبارت دیگر رد این تصور که اشکال و تکنیکهای سینمایی واجد نوعی تکامل تدریجی‌اند؛ و (۵) رد ماهیت گرایسی تاریخی - یعنی رد این تصور که تکامل تدریجی سینما، ماهیت و جوهر آن را آشکار خواهد ساخت.<sup>۲</sup> رد این فرضیات در واقع به معنای رد کامل آرا و اندیشه‌های آندره بازن است که کومولی با دقت به بررسی نوشته‌های او می‌پردازد و مقاله «اسطوره سینمای تام» او به خصوص عصاره آن اشتباهاتی را نشان می‌دهد که در نگرش ایده‌آلیستی به تاریخ فیلم یافت می‌شود. بازن برای مثال در «اسطوره سینمای تام» مدعی است که سینما «پدیده‌ای ایده‌آلیستی» است و تکامل آن ملهم از رؤیایی است که همه مخترعان سینما در تحقق آن دست

داشته‌اند، یعنی «رؤیای ساختن توهمی تام و تمام از جهان خارج»<sup>۵</sup>. از نظر او تکامل سینما، تکاملی است غایت شناختی که از طریق «رتالیسم‌ذاتی» خود سینما هدایت می‌گردد.<sup>۶</sup> اما تاریخ‌نگاری ماتریالیستی در جستجوی تکامل غیرخطی است؛ این روش تاریخ‌نگاری مبتنی بر این فرض است که شکل سینمایی را نوعی جبر باواسطه (و نه خود به خودی) که با تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی پیوند دارد تعیین می‌کند؛ و تاریخ را زنجیره‌ای غیرخطی از گسستهایی می‌داند که تناقضات موجود در شکل بندیهای اجتماعی را انعکاس می‌بخشند.

با این حال، تاریخ ماتریالیستی سینما نیز مثل تاریخ ایده‌آلیستی آن، حالتی از بازنمایی است و به عنوان یک بازنمایی، توانایی چندانی در توجیه و توضیح پیچیدگی تغییرات تاریخی ندارد.<sup>۷</sup> در واقع، بر طرحهای تاریخی بازن ایده‌آلیست و کومولی ماتریالیست، علمی‌رغم اتخاذ پیشفرضهای کاملاً متفاوت درباره ماهیت تغییر تاریخی، ایراد مشترکی وارد است. این طرحها از لحاظ روش شناسی تنها داده‌هایی را می‌توانند تولید کنند که برای تولید آن برنامه‌ریزی شده‌اند. البته همه انواع روش‌شناسی، حتی آن نوعی که در همین مقاله به کار گرفته شده، به عیب مشابهی دچارند؛ آنها تنها در طریقی به کار می‌آیند که خود را تکمیل کنند. روش شناسی، چشم‌اندازی فراهم می‌کند که برای مشاهده پدیده ضروری است و علاوه بر آن دستگاهی نیز برای تفسیر آن پدیده عرضه می‌دارد؛ اما به هیچ چشم‌انداز دیگری اجازه ورود نمی‌دهد. به این ترتیب، روش شناسی ایده‌آلیستی، تنها جوهر خطی بودن تاریخ را عیان می‌سازد، در حالی که روش شناسی ماتریالیستی

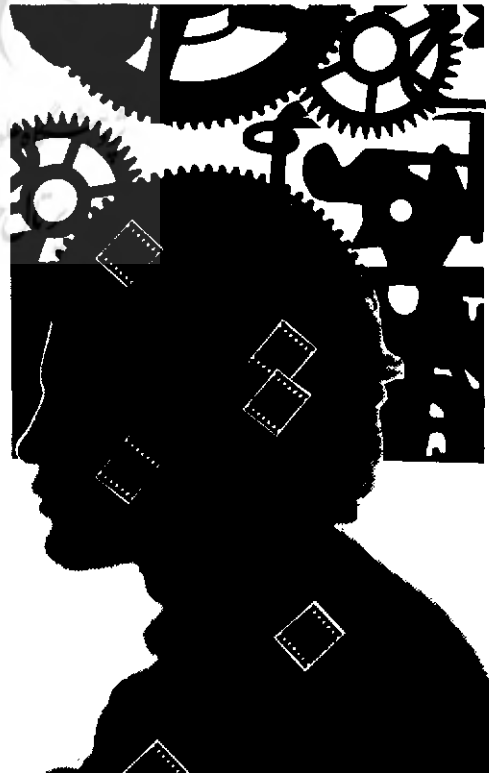
تنها تناقضات و گسسته‌های موجود در تغییر تاریخی را آشکار می‌کند. خلاصه اینکه هر دو نظرگاه، سناریویی از پیش تعیین شده را به مواد خام موجود تحمیل می‌کنند.

برای ارائهٔ مثالی از این جبرگرایی روش شناختی، به مسئلهٔ تأخیر در اختراع سینما توجه کنید، تأخیری که بازن و کومولی هر دو به آن پرداخته‌اند و این «واقعیت» تاریخ فیلم را به شیوه‌های سرایا متفاوت تفسیر کرده‌اند. بازن تأخیر در اختراع سینما را گواهی بر ماهیت ایده‌آلیستی آن می‌داند و آن را به «مقاومت سرسختانهٔ ماده در برابر ایده» نسبت می‌دهد.<sup>۸</sup> از نظر کومولی، این تأخیر نشانه‌ای است دال بر وجود منشأ سینما در کنش و واکنش پیچیدهٔ عوامل ناهماهنگی که در آن، تکامل تکنولوژی منشأ بحران ایدئولوژیکی است که به نوبهٔ خود

پیدایش ضرورت اقتصادی را به تأخیر می‌اندازد.<sup>۹</sup> تاریخ‌نگاری ایده‌آلیستی، این تأخیر را با ماهیت تکامل تدریجی سینما به سوی «رئالیسم ذاتی» آن تفسیر می‌کند. (در واقع، بازن تکامل تکنیکی را به فرایندی تعبیر می‌کند «که آرام آرام واقعیتی در ورای اسطورهٔ اولیه می‌سازد.»)<sup>۱۰</sup> اگر تصویری داروینیستی از تغییر داشته باشیم و آن را نه نوعی انقلاب بلکه نوعی تکامل بپنداریم، در این صورت دستگاه سینما ابداعی به حساب می‌آید که نه با چند گام بلند بلکه در نتیجهٔ حرکتی ذره ذره تحقق می‌یابد. در نظر ایده‌آلیستها، عصارهٔ سینما، آرام آرام خود را عیان کرده است.

مورخ ماتریالیستی مثل کومولی، این تأخیر را با کنش و واکنش متقابل ضرورت‌های اقتصادی، ایدئولوژیک و تکنولوژیک تفسیر می‌کند. نتیجه این‌که تاریخ‌نگاری ماتریالیستی را به دلیل ملاحظهٔ عوامل تعیین‌کنندهٔ متعدد شاید بتوان نسبت به تاریخ‌نگاری ایده‌آلیستی برتر دانست؛ سینما محصول سه عامل تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی است، نه برآیند یکی از این عوامل. این عوامل هماهنگ با یکدیگر عمل نمی‌کنند، بلکه اغلب در مقابل هم قرار می‌گیرند و این نکته‌ای است که به دستگاه نظری ماتریالیستی، انعطافی می‌بخشد که دستگاه نظری ایده‌آلیستی فاقد آن است.

اما تفسیرهای ایده‌آلیستی و ماتریالیستی از اختراع سینما که گوشه‌هایی از آن را ذکر کردیم هنوز هم چیزی نیستند جز تجسم یافته‌های از پیش تصور شده‌ای در مورد سلسله‌ای از رویدادها. ایده‌آلیستها، این تأخیر را به مثابه خصیصهٔ ماهوی خطی بودن تاریخ تعبیر می‌کنند؛ این تأخیر چیزی نیست جز تأیید تکامل مرحله به مرحله غایت





شناختی، که لزوماً به تدریج و طی مدت زمانی طولانی رخ می‌دهد. به عبارت دیگر، آنها این تأخیر را در واقع تأخیر نمی‌دانند، بلکه آن را یکی از خصایص خطی بودن تاریخ به شمار می‌آورند. ماتریالیستها، مسلح به این اندیشه که تغییر، حاصل تکامل غیرخطی و ناهموازی است که فعل و انفعال نیروهای متضاد در سطح زیرین رویدادها را باز می‌تاباند، این تأخیر را حجتی بر حقانیت اندیشه خویش تلقی می‌کنند. دقت و موشکافی در رویدادها نشان می‌دهد که هر رویداد حاصل فرایندهایی دیالکتیکی است که وقوع آن را موجب می‌شوند و تناقضات اساسی موجود در هستی را ثابت می‌کنند.

ماتریالیسم به واسطه توجه به عوامل تعیین‌کننده متعدد، اگر با دقت به کار گرفته شود، نسبت به ایده‌آلیسم مزایایی دارد.<sup>۱۱</sup> اما تاریخ‌نگاری ماتریالیستی کومولی به نوعی مکتب تحویل<sup>۱۲</sup> از نوع ایده‌آلیستی آن گرایش دارد که در آن تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی همچون عوامل تعیین‌کننده‌ای ملاحظه می‌شوند که از یکدیگر قابل جداسازی‌اند و هر کدام ماهیتاً، نه چند پاره، بلکه یکپارچه‌اند. برای مثال، ایدئولوژی نزد کومولی همیشه یگانه است و نه چندگانه چنانکه در نظر آلتوسر چنین است. کومولی عملکردهای ایدئولوژی را تنها در حد ارضای یک تقاضا تقلیل می‌دهد - تقاضا برای رئالیسم بیشتر، یا به عبارت دیگر «برای دیدن زندگی چنانکه هست».<sup>۱۳</sup>

اگر چنانکه جان هس<sup>۱۴</sup> می‌گوید «ایدئولوژی پیکره نسبتاً نظام یافته‌ای از ایده‌ها، گرایشها، ارزشها و ادراکها و نیز حالات تفکری (معمولاً ناخودآگاه) که مختص طبقه یا گروه اجتماعی خاصی در زمان و مکان خاص است باشد»<sup>۱۵</sup> در

این صورت می‌توان گفت که به تعداد طبقات و گروههای اجتماعی و زمان و مکانهای متفاوت، ایدئولوژیهای متفاوت وجود دارد. اما کومولی کنش و واکنش پیچیده عوامل متعدد (و اغلب متعارض) ایدئولوژیها را به حد عملکرد یگانه یک ایدئولوژی تغییر ناپذیر تقلیل می‌دهد.

به همین شکل، تقاضاهای اقتصادی متفاوت به سطح یک تقاضای اقتصادی واحد - یعنی کسب سود - تقلیل می‌یابد.<sup>۱۶</sup> از نظر کومولی، صنعت فیلم مثل یک تمامیت اقتصادی واحد عمل می‌کند و کسب سود، خواسته واحد آن است. اما «تقاضای اقتصادی» کومولی باید به تناسب، به تقاضاهای اقتصادی کوچکتر و بالقوه متعارض تقسیم گردد. کومولی به این نکته که تقاضاهای اقتصادی صنعت سینما به مثابه یک کل، در بیشتر مواقع با هم متفاوت‌اند توجه نمی‌کند. اهداف اقتصادی تولید و نمایش با یکدیگر تفاوت دارند، به خصوص پس از توافق‌نامه ۱۹۴۸ که تولید را از پخش و نمایش جدا می‌ساخت، حتی خود نمایش نیز به واسطه آنکه از رده‌های مختلفی تشکیل می‌شود با خود مغایرت دارد. برای مثال، اگر پیدایش سینما اسکوپ را بتوان پاسخی به تقاضایی اقتصادی دانست، این تقاضا را باید به خودی خود، حاصل عوامل تعیین‌کننده پیچیده‌ای دانست. در واقع، وجود دو نوع نسخه پخش متفاوت برای اولین فیلمهای سینما اسکوپ - نسخه‌هایی با همراهی چهار باند صدای استریو مغناطیسی و نسخه‌هایی با یک باند صدای اپتیک - گواهی است بر تقاضاهای اقتصادی متفاوتی که این تکنیک می‌بایست آنها را برآورده سازد. نسخه‌های سینما اسکوپ همراه با چند باند نوار صدا به کار نمایش

دهندگانی می‌خورد که به دنبال کیفیت برتر بودند (مثلاً صاحبان سینماهای بزرگ، درجه یک، شهری)، اما مطلوب دیگران (صاحبان سینماهای کوچکتر) نبود، که از عهده خرید تجهیزات گران قیمت صدای استریو بر نمی‌آمدند و سرانجام کمپانی فوکس را ناچار ساختند که سیاست خود مبنی بر تولید فقط فیلمهای استریو را کنار نهد و تولیدات خود را با صدای اپتیک تک بانندی در اختیار آنها بگذارد.

روش شناسی به کارگرفته شده در این مقاله، عمدتاً متکی به مواضع نظری ماتریالیستی است که براساس آن تغییرات تکنیکی حاصل کنش و واکنش عوامل متعدد است. به علاوه به مقولاتی از تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی تکیه می‌کند که ماتریالیسم به عنوان عناصر تعیین کننده اصلی تغییرات تاریخی برگزیده است. البته این مقاله با ماتریالیسم کومولی، که به مکتب تحویل گرایش دارد، متفاوت است که عملکردهای تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی را یکپارچه و تک وجهی می‌بیند. به عبارت دیگر، تقاضاهای فردی برای مثلاً روشی اقتصادی یا نوعی ایدئولوژی را ماهیتاً نامتجانس می‌داند. باز هم به عبارت مفهومی‌تر می‌توان گفت که عوامل تعیین کننده اصلی تکنولوژی، اقتصاد و ایدئولوژی هر کدام خود برآیند عناصری دیگرند.

**تولد و تأخیر.** هنری کرتین عدسی هایپرگونار خود، یعنی پایه و اساس سینمای مبتنی بر عدسی آنامورفیک [یعنی سینما اسکوپ] را در ۱۹۲۷ - ۱۹۲۸، احتمالاً در پاسخ به تلاش طاقت فرسای آبل گانس در تهیه سیستم سه دوربینی پولی ویزن در فیلم ناپلئون (۱۹۲۷)، «اختراع» کرد. چرا صنعت سینما استفاده از این

ابداع تکنیکی را بیست و پنج سال به تأخیر انداخت؟ به عبارت دیگر، چه چیزی می‌تواند این تأخیر در پیدایش سینما اسکوپ و دیگر سیستمهای نمایش پرده عریض را توضیح دهد؟ آیا این تأخیر را می‌توان حجتی دانست بر حقانیت یکی از نظریه‌های ایده‌آلیستی یا ماتریالیستی درباره تغییرات تاریخی؟ یا این تأخیر را صرفاً باید یک واقعیت تجربی به حساب آورد؟

پس از اینهمه تجارب متعدد در استفاده از پرده عریض در اواخر سالهای ۱۹۲۰ و اوایل سالهای ۱۹۳۰، از جمله سیستم پولی ویزن آبل گانس، ابداع عدسی هایپرگونار کرتین که در فیلم برافروختن آتش<sup>۱۷</sup> کلود اوتان لارا و صحنه‌های جنگی فیلم زندگی با شکوه ژانداوک<sup>۱۸</sup> (۱۹۲۹) اثر مارکو دگاستین<sup>۱۹</sup> مورد استفاده قرار گرفت<sup>۲۰</sup> و دیگر فرایندهای پرده عریض، چه چیزی مانع از این شد که صنعت سینما تکنیک پرده عریض را به کار گیرد؟

هر نوع بررسی علت تأخیر در استفاده از یک ابداع فنی باید با تشریح شرایط مسلط در زمان عرضه آن ابداع آغاز شود. به عبارت دیگر، ابداع سیستم چند دوربینی، عدسی آنامورفیک و فرایندهای فیلم عریض در اواخر سالهای بیست و اوایل سالهای سی از چه عواملی منشأ می‌گیرد؟ پس از پاسخ به این پرسش، می‌توان به علت این تأخیر بیست و پنج ساله در استفاده از سیستمهای پرده عریض پی برد.

علاقه گانس به تصویر بسیار عریض سیستم پولی ویزن، مستقیماً ناشی از ماهیت حماسی موضوع فیلم اوست؛ پهنای زیاد این سیستم، کوششی است برای یافتن ابعاد تصویری متناسب با اهمیت قهرمان فیلم او که هویت و دلاوریهای

تاریخ نگاری ماتریالیستی  
سینما در جستجوی تکامل  
غیرخطی است؛ این روش  
تاریخ نگاری مبتنی بر این فرض  
است که شکل سینمایی را نوعی  
جبر با واسطه (ونه  
خودبه خودی) که با تکنولوژی،  
اقتصاد و ایدئولوژی پیوند دارد،  
تعیین می کند؛ و تاریخ را  
زنجیره ای غیرخطی از  
گسستهایی می داند که تناقضات  
موجود در شکل بندیهای  
اجتماعی را انعکاس می بخشند.

از هویت تمامی ملت لاینفک است. در واقع، پرده  
سه تکه را می توان تا حدودی ملهم از سیستم سه  
رنگی فرانسه دانست که گانس در چند صحنه فیلم  
از قرمز و آبی آن سود برده است.<sup>۲۱</sup> به این ترتیب  
پسولی ویژن به یک الزام ایدئولوژیک پاسخ  
می دهد. توجه داشته باشید که کترین تنها زمانی  
می توانست عدسی هاپیرگونار خود را بسازد که  
«پیشرفت صنعتی به حدی می رسید که توان  
ساخت سطوح منحنی را با دقت فوق العاده به  
دست آورده باشد» و صنعت تنها چند سال پیش از  
ابداع این عدسی به چنین دقتی دست یافته بود.<sup>۲۲</sup>  
اگر چه سیستم پولی ویژن و فیلمبرداری با عدسی  
آنسامورفیک (که هر دو در ۱۹۲۶ - ۱۹۲۷ در  
فرانسه ابداع شدند) تنها اندکی پیش از چرخش  
سینما به سینمای ناطق به وجود آمدند (سینمای  
ناطق در اروپا در ۱۹۲۹ - ۱۹۳۰ به وجود آمد)؛  
علاقه کمپانیهای آمریکایی به سیستمهای پرده  
عریض، مستقیماً به ورود صدا ارتباط دارد. مثلاً  
کمپانی فوکس، قطع ۷۰ میلیمتری را قطعی  
می دانست که بر روی نوار فیلم فضای بیشتری در  
اختیار باند صدا قرار می داد (در این قطع، ناحیه  
مربوط به صدا، نسبت به فیلمهای ۳۵ میلیمتری،  
پهنایی دو برابر و نیم داشت). در نتیجه، فیلم قطع  
عریض کیفیت بهتری را برای صدا ممکن  
می ساخت. ورود صدا به عرصه سینما، کیفیت  
تصویر را نیز به مخاطره انداخت. هنگامی که  
کمپانی فوکس در ۱۹۲۶ باند صدای اپتیکی را به  
تصویر افزوده بخش قابل توجهی از ناحیه مربوط  
به تصویر فیلم ۳۵ میلیمتری از کف رفت. نسبت  
ابعاد معمولی ۱ به ۱/۳۳ عصر صامت به نسبت  
ابعاد تقریباً ۱ به ۱ تغییر کرد و در نتیجه حدود ۲۵  
درصد از فضای تصویر کاسته شد. تصویر مربع



شکل جدید، اگر چه از طرف ایزنشتین به خاطر توان بالقوه پویایی که داشت مورد ستایش قرار گرفت؛ مشکلاتی را برای متصدیان ضبط صدای سرصحنه به بار آورد، زیرا در این حال با «افزایش» ارتفاع تصویر، صدابرداران در استقرار میکروفون بر بالای سر بازیگران دچار مشکل می شدند.<sup>۲۳</sup> در عین حال، فیلمبرداران نیز تمایلی به تصویر مربع شکل تازه نشان نمی دادند و طالب برگشت به همان نسبت ابعاد ۱ به ۱/۳۳ قبلی بودند که از لحاظ زیبایی شناختی برایشان خوشایندتر می نمود. در نتیجه، آکادمی علوم و هنرهای سینما رأی به بازگرداندن همان نسبت ابعاد ۱ به ۱/۳۳ پیشین داد؛ برای دستیابی به این نسبت ابعاد، بالا و پایین قاب تصویر را در دوربین فیلمبرداری و در دستگاه نمایش با تیغه های مخصوصی می پوشاندند. این نسبت ابعاد به نام نسبت ابعاد یا دهانه آکادمی نامیده شد و تا ۱۹۵۳ به عنوان اندازه استاندارد باقی ماند.

اما این استاندارد جدید نمی توانست همه فضای تصویر بالقوه موجود در فیلم ۳۵ میلیمتری را به کارگیرد. در واقع قاب تصویر ۱/۳۳ عصر صامت، فضای تصویریش ۳۱ درصد از قاب تصویر دوره ناطق و با همان نسبت ابعاد بیشتر بود. در اصل، علی رغم فضای تصویری کمتری که در اختیار بود، این توقع نیز وجود داشت که به هنگام نمایش، تصویر همان پرده ای را پوشاند که پیش از این در عصر صامت با فضای تصویری به مراتب پهن تر پر می شد.

به عبارت دیگر، در ابداع و استفاده از قطع پرده عریض دست کم دو عامل تعیین کننده دخیل بودند. اولاً، تکنولوژی لازم برای انجام این کار در دسترس بود و ثانیاً، پهنای تصویری که به خاطر

سینما اسکوپ فرایندی است تحت تأثیر عوامل اقتصادی و تکنولوژیک متعددی که هر یک از آنها، خود بر ایند عوامل تعیین کننده دیگری است. در ضمن سینما اسکوپ فرایندی ابداعی است در جهت ارضای نیازهای ایدئولوژیک گروه خاصی از تماشاگران که پیش از این مورد خطاب نبوده اند.

افزایش فضای صدا از کف رفته بود، هم از نظر فیلمسازان و هم از دید مهندسان صنعت فیلم، نوعی افت و استهلاک به شمار می‌آمد و همین امر به تقاضایی دامن می‌زد که در نظر کومولی احتمالاً یک تقاضای «ایدئولوژیک» به شمار می‌آید. کاهش پهنای تصویر و افزایش احتمال رؤیت دانسه‌بندی آن در فرایند جستجو برای کسب واقعگرایی بیشتر، گامی به عقب محسوب می‌شد. چندان روشن نیست که چرا تمایل اقتصادی کم و بیش نیرومندی برای حمایت از قطع پردهٔ عریض وجود داشت. هیچ کدام از فیلمهای پردهٔ عریض از لحاظ فروش موفقیت فوق‌العاده‌ای به خاطر نمایش پردهٔ عریضشان کسب نکردند. این امر به خصوص با موفقیت مالی اولین فیلمهای ناطق به طور کلی و موفقیت این است سینه رامان<sup>۲۴</sup> و خرقة<sup>۲۵</sup> در حدود بیست و پنج سال بعد کاملاً در تضاد است.

به طور کلی، عوامل اقتصادی پیچیده‌تر از آن هستند که نظریهٔ ماتریالیستی بیان می‌دارد. مثلاً، در چرخش سینما از صامت به ناطق، عامل اقتصاد را اغلب عاملی اکید می‌دانند. که البته درست هم هست. اما منتقدانی مثل کومولی عوامل تعیین‌کنندهٔ اقتصادی را از زاویه‌ای بسیار سهل‌انگارانه نگاه می‌کنند. آنها کل صنعت سینما را دارای اهداف اقتصادی مشترکی می‌پندارند. معدودی از مورخان سینما به خود زحمت توجه به این نکته را داده‌اند که در اواخر سالهای بیست، صنعت سینما به عنوان یک کل واحد، در سودآوری رکوردهای تازه‌ای برجای گذاشته است. این موفقیت تا حدود زیادی دلیل عدم توجه جدی کمپانیهای فیلمسازی به دفارست<sup>۲۶</sup> و دیگران را توضیح می‌دهد. در واقع این تمایل

کمپانیهای بزرگی مثل آ. تی. اند. تی. آر. سی. آ.، وسترن الکتریک، وستینگهاوس و بعضی دیگر بود که عامل اقتصادی را شکل می‌داد، نه تمایل صنعت سینما. این کمپانیها در مقام دارندگان حقوق امتیاز اصلی تکنولوژی صدا، علاقهٔ فراوانی به گسترش بازار خود در صنعت سینما و فروش تجهیزات مربوط به صدا داشتند. همین ضرورت، همراه با نیاز کمپانی برادران وارنر به تثبیت موقعیت خود در صنعت سینما و نیاز ویلیام فوکس که می‌خواست با کسب حق امتیاز لوز<sup>۲۷</sup> و در اختیار گرفتن حقوق امتیاز برخی دیگر حرف اول را در عرصهٔ سینما بزند، بود که نقش مسلط را در انتقال سینما از صامت به ناطق برعهده گرفت. اما طی این دوره، این کمپانیهای بزرگ نبودند که ارائهٔ تکنولوژی پردهٔ عریض را برعهده گرفتند؛ در واقع احتمال ندارد حق امتیازی مربوط به تکنولوژی پردهٔ عریض را یافت که بهره‌برداری از آن مورد علاقهٔ کمپانیهای بزرگ بوده باشد. فرایندهای پردهٔ عریض از ابتدای قرن وجودداشتند و مثل اصول آنامورفیک [از شکل - اندازی تصویر و تصحیح آن در مرحلهٔ نمایش - م]، مالکیت آن متعلق به عموم بود. اگر چه می‌شد برای فرایندهای خاص / فرمولهای عدسی و ویژه، حق امتیاز فردی کسب کرد؛ فکر اولیه‌ای که این ابزار براساس آن ساخته می‌شد امتیاز پذیر نبود و می‌شد به راحتی نسخه‌ای المثنی از آنها درست کرد. خلاصه اینکه در زمان بهره‌برداری از تکنولوژی پردهٔ عریض، هیچ‌گونه تمایل اقتصادی وجود نداشت. کمپانی ایستمن کداک که در این مرحله از تاریخ در تولید فیلمهای خام موقعیتی انحصاری داشت، هیچ انگیزه‌ای اقتصادی برای تولید فیلمهای عریض احساس نمی‌کرد و از نظر

این کمپانی تولید فیلمهای عریض براساس سفارشهای محدود مقرون به صرفه نبود. (سالها بعد در ۱۹۵۳، ایستمن سعی کرد با ورود به بازار فیلمهای رنگی و کنار زدن کمپانی تکنی کالر، که در این عرصه مسلط بود، نقش قاطعی در ورود به عرصه سینما اسکوپ برعهده گیرد.) علاوه بر این، هیچ شرکت عمده تولیدکننده وسایل اپتیکی هم وجود نداشت که خود را درگیر تولید عدسیهای آنامورفیک یا عدسیهای زاویه باز مخصوص نمایش کند (آن چنانکه در سالهای ۱۹۵۰، این کار را شرکت بوش اند لومب<sup>۲۸</sup> و دیگر شرکتهای تولید کننده عدسی در اروپا انجام می دادند.) به این ترتیب، بهره برداری از تکنولوژی عدسیهای جدید و به خصوص دوربین فیلمبرداری با فیلمهای عریض در اختیار افراد مستقلی باقی ماند که نمی توانستند نقش قاطعی در بازار برعهده بگیرند. علاوه بر این تهیه کنندگان و نمایش دهندگانی هم وجود نداشتند که بتوانند برای فیلمهای پرده عریض بازاری به وجود آورند. ساختار عمودی [و گستردگی] صنعت سینما و سرمایه کلانی که برای چرخش از صامت به ناطق لازم بود، دو عنصر مهمی بودند که ورود هر تکنیک جدید پرهزینه دیگری را محدود می کرد، به خصوص تکنیکی (مانند تغییر در ابعاد پرده) که مستلزم تغییر در معماری و ساختمان سالنهای سینما می شد.<sup>۲۹</sup> به این طریق، علت تأخیر روشن می شود - ضرورتی اقتصادی برای سیستم پرده عریض وجود نداشت؛ در واقع، مستلزم چنان هزینه هنگفتی بود که بودجه محدود کمپانیها و صاحبان سینماها از عهده آن بر نمی آمد.

در زمان پیدایش تکنولوژی فیلمهای پرده عریض در سالهای ۱۹۵۰، همه این عوامل وارونه

بر طرحهای تاریخی بازن  
ایده آلیست و کومولی  
ماتریالیست، علی رغم اتخاذ  
پیشفرضهای کاملاً متفاوت  
درباره ماهیت تغییر تاریخی،  
ایراد مشترکی وارد است. این  
طرحها از لحاظ روش شناسی  
تنها آن داده هایی را می توانند  
تولید کنند که برای تولید آن  
برنامه ریزی شده اند.

شدند. کمپانیهای قدرتمند اقتصادی، از جمله فوکس (یکی از کمپانیهای عمده صنعت سینما)، ایستمن کداک، بوش اند لومب و آن دسته از سازندگان ابزار و تجهیزات که از تکنولوژی ضبط مغناطیسی بهره‌برداری می‌کردند، با شور و شوق تمام پا به عرصه تکنولوژی سینما اسکوپ گذاشتند. در ضمن، این بار برخلاف دوره انتقال به ناطق، صنعت سینما به مثابه یک کل، خود را با کاهش شدید درآمد رودرو می‌دید. تعداد تماشاگران هفتگی فیلم از رقم نود میلیون نفر در ۱۹۴۸ به پنجاه و یک میلیون در ۱۹۵۲ کاهش یافت. همین کاهش تعداد تماشاگران، درآمد خالص صاحبان سینما را از سیصد و بیست و پنج میلیون دلار در ۱۹۴۱ به چهل و شش میلیون دلار در ۱۹۵۳ تقلیل داد.<sup>۳۰</sup> از ۱۹۴۶ تا آوریل ۱۹۵۳، بیش از پنج هزار سالن سینما تعطیل شدند.<sup>۳۱</sup> این رقم چیزی بیش از بیست درصد کل سینماهای سرپوشیده را شامل می‌شد.<sup>۳۲</sup> حجم کل درآمد صنعت سینما، بدون پرداخت مالیات، از رقم یک صد و چهل و دو میلیون دلار در ۱۹۴۸ به هشتاد میلیون دلار در ۱۹۵۳ رسید.

نه تنها صنعت سینما به عنوان یک کل از لحاظ اقتصادی با مشکل مواجه بود، بلکه کمپانی فوکس قرن بیستم، مبتکر سیستم سینما اسکوپ، نیز می‌دید که سود سالیانه‌اش از بالاترین رقم سالهای پس از جنگ یعنی از بیست و دو میلیون و ششصد هزار دلار در ۱۹۴۶ به پایینترین رقم یعنی به چهار میلیون و سیصد هزار دلار در ۱۹۵۱ تنزل یافته است.<sup>۳۳</sup> بحران مالی فوکس و دیگر کمپانیهای فیلمسازی در ۱۹۵۲-۱۹۵۳، الزامات اقتصادی جدیدی پدید آورد. برای کمپانی فوکس، ابداع سینما اسکوپ واکنشی بود به این بحران، که

موفقیت یا عدم موفقیت آن، آینده فوکس و کل صنعت سینما را رقم می‌زد. با در نظر داشتن این ضرورت اقتصادی باید دید که سینما اسکوپ توانست این انتظار را برآورده سازد یا نه.

به موجب این سناریوی کم و بیش فشرده، سرانجام در ۱۹۵۲ - ۱۹۵۳ با پیدایش نیاز اقتصادی، حلقه مفقوده عناصری که جمع آنها می‌توانست باعث پذیرش سیستم پرده عریض در صنعت سینما در دوره انتقال به ناطق شود، نیز پدیدار گشت. برخی تجزیه و تحلیل‌هایی که در باره پیدایش سیستمهای پرده عریض در سالهای پنجاه صورت گرفته است، مثلاً تاریخ نگاریهای تجربی کنت مک گوان<sup>۳۴</sup> و باری سالت<sup>۳۵</sup> همین سناریوی ساده را دنبال می‌کنند و این دهه را دوره‌ای می‌دانند که در آن تنها گردوغبار تکنیک‌هایی که پیش از این تکامل یافته بودند زدوده شده و به اشتباه آن را آخرین گامی به شمار می‌آورند که صنعت سینما به جلو برداشته است.<sup>۳۶</sup> اما چنین تحلیلی، این واقعیت را نادیده می‌گیرد که میان سیستم سینما اسکوپ ۱۹۵۳ و تکنولوژی عدسی آنامورفیک که در سالهای ۱۹۲۰ ابداع شد صرفاً شابهتی سطحی وجود دارد و این دو تنها با فرمول عدسی ویژه‌ای که توسط کترین ابداع شده با یکدیگر پیوند دارند. تحلیل فوق این واقعیت را نیز می‌پوشاند که سیستم سینما اسکوپ ۱۹۵۳ را تکامل تکنولوژیک پس از جنگ ممکن ساخته است؛ این سیستم در واقع تلخیصی است از تکنیکهای فوق‌العاده پیشرفته و متکی به دستاوردهای جدید در تولید فیلمهای خام، ضبط صدا، طراحی کامپیوتری عدسیها و سیستمهای تلویزیونی مخصوص سالنهای سینما. سینما اسکوپ تنها یک عدسی نبود، بلکه برآیند

تکنولوژیهای متعددی بود مرکب از تکنیک فیلمبرداری آنامورفیک پرده عریض و نمایش آن (بر پرده‌ای ویژه با قدرت بازتاب بسیار زیاد و با جهت بازتاب کنترل شده)، رنگ و نوار صدای مغناطیسی چهارباندی. تفاوت‌های میان دو سیستم اواخر سالهای ۱۹۲۰ و اوایل سالهای ۱۹۵۰ به مقولات مختلفی از تکامل تکنولوژی عدسیها، طراحی فیلم و رنگ، صدا و جنس پرده‌های نمایش مربوط می‌شود.

۱) [تکامل تکنولوژی عدسیها] اگر چه به فرمول عدسی ابداعی کترین و عدسیهای مختلفی که او در حدود ۱۹۳۷ ساخت متکی بود، تقلید و نسخه‌برداری از عدسیهای او توسط کمپانی بوش اند لومب و اصلاحات اولیه در طراحی آن (به دلیل ضرب‌الأجلهای تولید در زمانی فوق‌العاده کم) تنها به مدد طراحی کامپیوتری عدسی ممکن شد. «تنها در زمان باورنکردنی سه هفته، مهندسان [کمپانی بوش اند لومب] با کمک کامپیوترهای شرکت آی. بی. ام فرمول پنج عدسی لازم برای سیستم سینما اسکوپ را به دست آوردند... زیرا محاسبات پیچیده «پرتویابی»<sup>۳۷</sup> با دست و بر روی میز طراحی مستلزم چندین ماه کار بود.<sup>۳۸</sup> برنامه محاسبات پرتویابی را شرکت آی. بی. ام تنها چند سال قبل یعنی در ۱۹۵۰ نوشته بود.<sup>۳۹</sup>

۲) فیلم جدیدی که ارل اسپونیل<sup>۴۰</sup>، لورن گریگنون<sup>۴۱</sup> و هربرت براگ<sup>۴۲</sup> برای سینما اسکوپ طراحی کردند سوراخهای حاشیه کوچکتری نسبت به فیلمهای قبلی داشت. این سوراخهای حاشیه، بعدها در صنعت سینما به «سوراخهای حاشیه فوکس» معروف شدند، اصطلاحی که منشأ پیدایش این فیلمها یعنی فوکس را مشخص می‌ساخت (و یادآور مباحثاتی بود که فوکس

حول آنها به راه انداخت). این سوراخهای کوچکتر حاشیه فیلم، تنها به مدد چرخش صنعت سینما از فیلمپایه‌های نیترا تی به فیلمپایه‌های استاتی، که در ۱۹۴۸ آغاز شده بود، ممکن گردید. در فیلمپایه‌های نیترا تی، به دلیل احتمال چروک - خوردگی فیلم در مرحله ظهور و مراحل بعد از آن، ناچار بودند از سوراخهای حاشیه بزرگتری استفاده کنند؛ اما این ضرورت با پیدایش فیلمهای انعطاف‌پذیر استاتی رفع شد.<sup>۴۳</sup>

۳) عدسیهای سینما اسکوپ را نمی‌توان بر دوربینهای سه نواره تکنی کالر نصب کرد. کمپانی تکنی کالر نیز در ابتدا مایل نبود نوارهای نقاله [مخصوص دوربین خود] را که در فرایند چاپ برای انتقال ماتریس (یا قالب)های انتقال رنگ به کار می‌رفت برای تطابق با سوراخهای حاشیه فوکس تغییر دهد. در حالی که اتکای تکنی کالر به یک منشور تقسیم‌کننده نور و نیز استفاده از صافیهای رنگی، مقدار نوری را که به فیلم می‌رسید تا حدودی کاهش می‌داد؛ اضافه کردن عدسیهای آنامورفیک به این سیستم که خود در انتقال مؤثر اطلاعات نوری (بدون افت) چندان موفق نبود، تنها می‌توانست کیفیت تصویر را باز هم نازلتر کند. عرضه فیلم نگاتیو و پزیتوو تک نواره سه رنگ در ۱۹۵۰ ابداعی کمپانی ایستمن، که به زودی در ۱۹۵۳ جای خود را به فیلم ریزدانه‌تر و حساستر دیگر ایستمن بخشید، فوکس را قادر ساخت که با استفاده از عدسی سینما اسکوپ در دوربینهای سیاه و سفید متعارف، تصویری با وضوح و قدرت تفکیک بیشتر به دست آورد؛ و وضوحی که در جبران افت تصویری که در بعضی از نواحی عدسی آنامورفیک ناگزیر بود، عامل بسیار مهمی به شمار می‌آمد.<sup>۴۴</sup>

۴) اگر چه سیستم فانتاساوند<sup>۲۵</sup> کمپانی دیزنی، صدای استریوی اپتیکی را در ۱۹۴۰ - ۱۹۴۱ به سالنهای سینمای داخل کرده بود، صدای استریو مطلوب و با کیفیت عالی تنها پس از پیدایش ضبط مغناطیسی امکان پذیر شد که در هالیوود در ۱۹۴۶ و با استفاده از تکنولوژی آلمانی که پس از جنگ در تملک آمریکا در آمده بود ابداع شد و پس از اینکه لورن رایسدر در ۱۹۴۹ - ۱۹۵۰ کمپانی پارامونت را متقاعد ساخت که همه تجهیزات ضبط صدای صحنه و دیگر مراحل پس از تولید را به سیستم مغناطیسی تبدیل کند، این سیستم به سرعت به استاندارد ضبط و میکس صدا تبدیل شد (البته نه برای سیستم پخش صدا در سالنهای سینما). از دیگر ابداعات مربوط به این عرصه، عرضه دستگاه ضبط و پخش صدای چند بانندی مغناطیسی برای سیستم سینه راما در ۱۹۴۷ - ۱۹۴۸ توسط هازارد ریوز<sup>۲۶</sup> و دستگاه مکمل آن یعنی دستگاه چسباندن نوارهای مغناطیسی در حاشیه فیلم بود.<sup>۲۷</sup>

۵) در ۱۹۲۸ - ۱۹۳۰ شرکت آلمانی زیمانس هالسکه<sup>۲۸</sup> در زمینه ساخت پرده‌ای که سطح آن با ورقه‌های نازک آلومینیومی به طرز خاصی پوشیده می‌شد، تجاری کسب کرده بود و همین تجارب بعدها منشأ ابداع پرده‌ای شد که اینک برای نمایش سینما اسکوپ به کار می‌رود. کمپانی فوکس تحقیق درباره این تکنولوژی آلمانی را دنبال کرد و با استفاده از تجاری که خود در زمینه ایدو فور<sup>۲۹</sup> (نوعی سیستم نمایش تلویزیونی در سالنهای سینما) کسب کرده بود، موفق به اختراع ماده مخصوصی با قدرت انعکاس فوق العاده شد. فوکس این ماده را همراه با هزاران قطعه «بسیار کوچک آینه مانند مقرر»، به عنوان

پوششی برای پرده سینما به کار برد.<sup>۳۰</sup> یک نمونه اولیه از پرده‌های موسوم به «میراکل میرر» که در سیستم نمایش سینما اسکوپ به کار می‌رود در آزمایشگاه الکترونیک کمپانی فوکس واقع در خیابان چهل و پنجم نیویورک تولید شد؛ کمی بعد، در ژوئن ۱۹۴۸ پرده مشابه دیگری در سالن سینمای فوکس نصب گردید تا برای نمایش نبرد لوییز - والکوت<sup>۳۱</sup> که از طریق تلویزیون مدار بسته پخش می‌شد، مورد استفاده قرار گیرد.

به این ترتیب روشن است که سینما اسکوپ، فتحی کهنه در آوردگاهی تازه نیست. آن محصول دوره‌ای نیست که در آن «ابداع شد»، بلکه حاصل دوره‌ای است که در آن سرانجام اصلاح شد. شکلی که این ابداع به خود گرفت توسط نیروهایی تعیین می‌شد که تولید (مجدد) آن را در سالهای ۱۹۵۰ تسریع کردند. سینما اسکوپ ۱۹۵۳ نمی‌توانست در زمان انتقال از صامت به ناطق به وجود آید. تکنولوژی و شرایطی که این سیستم سرانجام در آن تکامل یافت، با تکنولوژی و شرایط قبل متفاوت بود. به قول هراکلیتوس، ماتریالیست عصر باستان، «نمی‌توان در یک رودخانه دوبار شنا کرد، چرا که جریان آب آن دایم در گذر است».<sup>۳۲</sup> دیدن رود «کهن» در رود «جدید»، چیزی نیست جز دادن هویتی جعلی به آن.

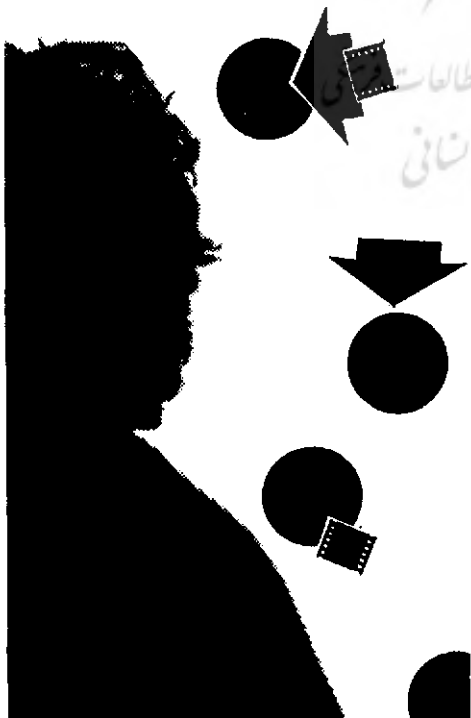
به همین دلیل، هر کوششی که بخواهد علت «تأخیر» اختراع یا تکامل سیستم سینما اسکوپ را بجوید، مثل تاریخ نگاران تجربه گرا، تاریخ را بی‌جهت به پندار بافی تبدیل کرده است. چنین روشی، تاریخ را برحسب سناریویی ازلی «به قالب می‌ریزد» که تحت اختیار فرضیات از پیش موجود در باب تغییرات تاریخی است. به عبارت دیگر، اصطلاح «تأخیر»، به غلط، نوعی دیرآمدن

چیزی از قبل موجود را به ذهن می آورد، که در مورد اختراع سیستم سینما اسکوپ (یا هر ابداع تکنولوژیک دیگر و از جمله به اصطلاح «اختراع سینما») صدق نمی کند.<sup>۵۳</sup>

سیستم سینما اسکوپ، هم برحسب تکنولوژی به کار گرفته شده در آن و هم به دلیل شکل بسیار دقیقی که تکنولوژی آن باید به خود می گرفت، نمونه ای اعلا از تأثیر متقابل عوامل متعدد در یک پدیده است. این سیستم نه تنها حاصل تکنولوژیهای متفاوتی است که هر کدام در واکنش به یک نیاز متفاوت طراحی شده اند، بلکه به علاوه، آن دستگاه سینما اسکوپیی که توسط واحد تحقیق و پیشرفت کمپانی فوکس در واقع سرهم سوار شد از مجموعه عوامل تعیین کننده ای شکل گرفت که در پی ارضای نیاز به وجود سیستمی بودند که در بازار روز قادر به رقابت باشد.<sup>۵۴</sup> به این ترتیب می توان گفت تکامل سیستم سینما اسکوپ پاسخی بود به دیگر تکنولوژیهای سینما در آن عصر، از جمله سینه راما و سیستم سینمای سه بعدی که موفقیت آنها باعث می شد این سیستم سعی کند به تقلید از آنها پردازد و در عین حال از عیوب اساسی آنها نیز برکنار باشد. سینما اسکوپ به عنوان واکنشی به یک نیاز آشکارا چند وجهی برای نوعی دستگاه نمایش جدیدتر و جذابتر که بتواند مثل سیستمهای سینه راما و سینمای سه بعدی بار دیگر سیل تماشاگران را به سالنهای سینما بکشد، تحت تأثیر عوامل منفی و مثبت به وجود آمده است. سینما اسکوپ از سویی به عنوان سیستمی که به تماشاگران خود پرده ای عریض ارائه می کند شبیه چشم اندازهای سینه راما اما بدون عیوب فنی و هزینه های زیاد آن و از سوی دیگر به عنوان

محصولی کاملاً متفاوت از دیگر سیستمهای رقیب مانند سینمای سه بعدی و سیستمهای پرده عریض جعلی که از طرف کمپانیهای دیگر در اصل برای رقابت با تلویزیون به وجود آمده بودند به بازار عرضه گردید. به این ترتیب در بطن سیستم سینما اسکوپ، هم «تعبیری» وجود داشت (که هنوز هم به عیان می توان دید) از شرایط اقتصادی بازاری که این سیستم در پی تسلط بر آن بود و هم تجزیه و تحلیل نیازهایی که این سیستم برای دستیابی به موفقیت باید در پی ارضای آنها می بود.

انگیزه اصلی ابداع سیستم سینما اسکوپ موفقیت سیستم سینه راما بود که به تازگی در ۳۰ سپتامبر ۱۹۵۲ در سینما برادوی افتتاح شده بود. اگر چه سینه راما سرانجام در ۱۹۶۰ برای تولید فیلم با کمپانی متروگلدوین مایر به توافق دست

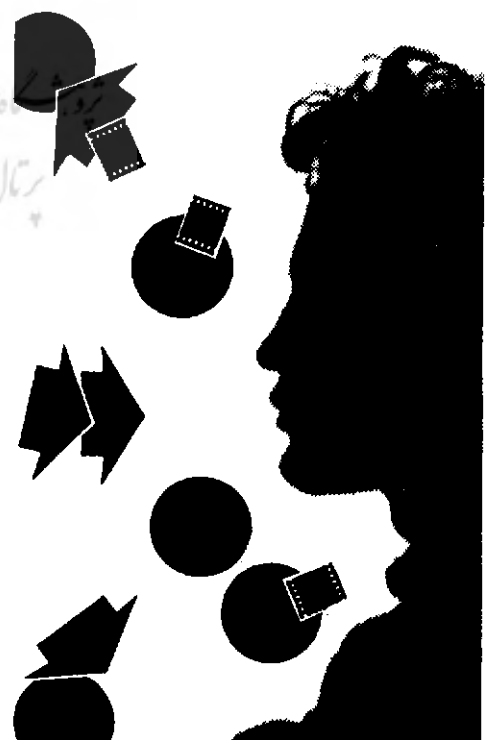


یافت<sup>۵۵</sup>؛ در بیشتر سالهای ۱۹۵۰، به مدار سنتی کمپانیهای بزرگ تولید راه پیدا نکرد و اساساً با درگیر ساختن گروهی از سینماهای نمایش دهنده در تولید فیلم، جهت کلی توافق نامه اخیر را نیز نقض کرد. سینهراما علی رغم همراهی برخی از مشهورترین مدیران اجرایی هالیوود از جمله مریان سی کوپر و لوییس ب. مایر، در نظر کمپانیهای بزرگ تولید، در وهله اول (به غلط) تهدید غیرمستقیمی نسبت به تولیدات خود آنها به شمار می آمد که نه پرده عریض داشتند و نه صدای استریو فونیک<sup>۵۶</sup>. سینه راما از همان آغاز نگرش تماشاگران را تغییر داد؛ از سینهراما به بعد، فیلم اگر هم با سیستم پرده عریض تهیه نمی شد، دست کم باید با این سیستم نمایش داده می شد. موفقیت سینهراما، قطعهای متعارف فیلم (مثلاً نسبت ابعاد ۱ به ۱/۳۳ که اینک با تلویزیون یکی

دانسته می شد) را منسوخ کرد. با ادامه چنین استدلالی می توان نتیجه گرفت که سینهراما این خطر را داشت که «میلیونها دلار ارزش فیلمهای «تخت» چه در جریان گردش و چه در خزاین هالیوود بی رنگ شود».<sup>۵۷</sup>

واکنش اولیه بخشی از استودیوها، تولید فیلمهای پرده عریض جعلی با بزرگتر کردن فیلمهایی که با استاندارد معمولی ۱ به ۱/۳۳ گرفته شده بودند به نسبت ابعادی از ۱ به ۱/۶۶ تا ۱ به ۱/۸۵ و نیز بزرگنمایی کردن تصویر روی پرده با استفاده از عدسیهای زاویه باز در دستگاه نمایش بود. در بهار ۱۹۵۳، کمپانی پارامونت، فیلم شین را که فیلمی با نسبت ابعاد ۱ به ۱/۶۶ به نظر می آمد به بازار فرستاد.<sup>۵۸</sup> کمپانی یونیورسال نیز فیلم خلیج رعد<sup>۵۹</sup> را به عنوان یک فیلم پرده عریض پخش کرد و از نمایش دهندگان فیلم خواست که این فیلم را بر روی پرده ای که اندکی خمیده باشد نمایش دهند که این خود تقلیدی آشکار از پرده نمایش سینهراما بود.<sup>۶۰</sup> کمپانی فوکس بارها و بارها این ترفند را به باد انتقاد گرفت و این فیلمها را چنانکه به واقع نیز بودند، تنها نوعی بزرگ کردن ساده تصویر دانست و خود حاضر نشد که اجازه دهد فیلمهای تخت موجود در انبارهایش به این شیوه پخش شود.<sup>۶۱</sup> تایم با لحنی خشک و عبوس نوشت که «انقلاب پرده عریض روز به روز بیشتر به قرائت فهرستی از موجودیهای یک انبار شبیه می شود».<sup>۶۲</sup>

فردوالر<sup>۶۳</sup>، مخترع سیستم سینهراما، چندین سال تمام هم و غم خود را به کار برد تا استودیوهای عمده را به سیستم ابداعی خود علاقه مند کند و البته در این راه موفق هم نشد. اگرچه برخی از مدیران اجرایی استودیوها از





تصویر در مرحله نمایش، تصویری می‌ساخت که پهنای آن ۲/۶۶ برابر ارتفاع آن بود. در عین حال، گروه مهندسان کمپانی فوکس، امکانات کاربرد صدای چندباندی مغناطیسی و پرده منحنی را نیز که از مشخصات سیستم سینه‌راما بود مورد بحث قرار دادند.<sup>۶۱</sup> اگر چه سیستم سینما اسکوپ نهایی براساس یک تکنیک متفاوت فیلمبرداری و با فیلمی کاملاً جدید طراحی شده بود که تکنیک فیلمبرداری سه نواره سینه‌راما را به یک نوار و صدای مغناطیسی هفت بانندی آن را به چهارباند تقلیل داده بود؛ آشکارا بر اساس نمونه سینه‌راما ساخته شد. اما در یک مورد بسیار اساسی با سینه‌راما کاملاً تفاوت داشت - این سیستم براساسی طراحی شده بود که کل صنعت سینما آن را می‌پذیرفت. سینه‌راما یک واقعه ویژه بود، نوعی فرایند نمایش ویژه که به تعدادی از سینماهای بزرگ در شهرها منحصر می‌شد. (در سال ۱۹۵۹، تنها بیست و دو سالن مجهز به ابزار نمایش سینه‌راما وجود داشت. این رقم را مقایسه کنید با تعداد سینماهای سینما اسکوپ در پایان سال ۱۹۵۶ که شمار کل آنها در سراسر جهان به بیش از چهل و یک هزار بالغ می‌شد.<sup>۶۲</sup>) مهم نیست میزان موفقیت این بیست و دو سینما چقدر بوده است، این سینماها نمی‌توانستند چنان درآمدی ایجاد کنند که کل صنعت فیلم را، که سالیانه به طور متوسط بیش از چهارصد فیلم به نمایش می‌گذاشت، سر پا نگه دارد با وجود اینکه تعداد تماشاگران هفتگی فیلم در سالهای پس از جنگ به شدت افت کرده بود؛ تعداد اندک سینماهای سینه‌راما در آمریکا، حتی جوابگوی همین تعداد تماشاگر نیز نبودند.

هزینه راه‌اندازی یک سیستم سینه‌راما

جمله اسپریوس اسکوراس<sup>۶۳</sup> مجذوب این سیستم شده بودند؛ نظر کلی بر این بود که این سیستم ارزش تجاری چندانی ندارد.<sup>۶۵</sup> اما موفقیت فیلم این است سینه‌راما برخی از مدیران اجرایی را به قبول این سیستم تشویق کرد. در نیمه‌های اکتبر ۱۹۵۲، آل لیشتمن<sup>۶۶</sup>، مدیر فروش کمپانی فوکس، این فیلم را در سینما برادوی دید و «متأسف شد که [کمپانی فوکس] این سیستم را نپذیرفته است».<sup>۶۷</sup> چند روز بعد، لیشتمن گروه مهندسان کمپانی را که با پذیرش سینه‌راما مخالفت کرده بودند، برای بحث در مورد آن فراخواند و از آنان خواست که طرح سیستم پرده عریضی را تهیه کنند که قادر به رقابت با سیستم سینه‌راما باشد.<sup>۶۸</sup> مهندسان کمپانی فوکس، کار را با بررسی مجدد طرحهای قبلی خود در مورد فرایندهای فیلم عریض آغاز کردند، از جمله فرایند ۷۰ میلیمتری گرانسور<sup>۶۹</sup> و یک سیستم ۵۰ میلیمتری همراه با صدای اپتیک چند بانندی.<sup>۷۰</sup> اما در اوایل نوامبر، براگ با یادآوری طرحهای کترین بر روی عدسیهای آنامورفیک، پیشنهاد کرد که برای به دست آوردن جلوه پرده عریض می‌توان از فشردن و دوباره باز کردن اپتیکی مدد گرفت و برای بررسی امکان ساخت عدسیهای استوانه‌ای با کمپانی بوش اند لومب تماس گرفت. چند روز بعد در تماس با خود کترین معلوم شد چند عدد از عدسیهای هایپرگوناوار اولیه هنوز هم موجود است، به این ترتیب با صرفه‌جویی در زمان لازم برای تراش عدسیها، آزمایشهای اولیه آغاز شد.

عدسی هایپرگوناوار، که نسبت ابعادی فشرده شده و حدود ۱ به ۲ دارد، قادر بود [در مرحله فیلمبرداری] نسبت ابعادی حدود ۱ به ۲/۷۷ سینه‌راما را به دست آورد که هنگام باز شدن مجدد



پوشگاه علوم انسانی و معارف اسلامی  
سال پنجم بهار ۱۳۸۵



کاهش تعداد صندلیها؛ این مشکل به هزینه‌ی دائماً رو به تزاید نیروی کار ماهری مربوط می‌شد که برای این سیستم لازم بود. در واقع، هزینه‌ی به کارگیری سیستم سینه‌راما، چیزی بیش از پنجاه درصد کل هزینه‌ها را می‌بلعید.<sup>۷۵</sup> سیستم سینه‌راما مستلزم ساختن سه اتاقک نمایش بود که در هر کدام از آنها باید یک مهندس کنترل تصویر کار می‌کرد و به علاوه، یک اتاقک مربوط به صدا که در آن هم یک مهندس صدا باید بر پخش هفت نوار صدای مغناطیسی استریوی فیلم نظارت می‌کرد. در سینما برادوی نیویورک، پخش یک فیلم سینه‌راما مستلزم کار هفده متصدی دستگاه نمایش بود. بی‌جهت نبود که روی برور<sup>۷۶</sup> از اتحادیه‌ی متصدیان دستگاه نمایش، سینه‌راما را به عنوان راه حل سینما در مقابله با تلویزیون ستایش می‌کرد؛ آن هم در زمانی که روزانه به طور متوسط سه سینما برای همیشه تعطیل می‌شد.<sup>۷۷</sup> این

برحسب تخمینهای متفاوت مطبوعات، چیزی بود میان هفتاد و پنج تا صد و چهل هزار دلار و در عین حال، راه‌اندازی این سیستم در یک سالن سینما، ناگزیر باعث کاهش تعداد صندلیها می‌شد.<sup>۷۳</sup> مثلاً تعداد صندلیهای سینما برادوی نیویورک در جریان تبدیل از سیستم معمولی به سیستم نمایش سینه‌راما از هزار و ششصد صندلی به هزار و سیصد صندلی کاهش یافت.<sup>۷۴</sup> راه‌اندازی سینه‌راما در یکی از سینماهای لوس‌آنجلس منجر به حذف حدود هزار و سیصد صندلی شد (با ارقام دقیقتر، تعداد صندلیها از ۲۷۵۶ به ۱۴۶۸ صندلی رسید)، رقمی که بالاتر از کل ظرفیت بیشتر سینماهای موجود بود. (میانگین ظرفیت سینماها در آن موقع، رقمی حدود ۷۵۰ صندلی بود.) البته، مشکل مالی اصلی سیستم سینه‌راما نه زمان و سرمایه‌ای بود که باید صرف تبدیل سالنهای سینما به سیستم جدید می‌شد و نه



بر آن، تغییرات متناوب مقدار روشنایی هر یک از دستگاههای نمایش نیز این عیب را علنی‌تر می‌ساخت. حتی کسانی که خود به تبلیغ و ترویج این سیستم مشغول بودند نیز از بعضی عیوب آن خیر داشتند. مثلاً مایک تاد<sup>۸۱</sup> خود یک بار اعوجاج اپتیکی در خطوط افقی تصاویر طرفین را تشریح کرد.<sup>۸۲</sup> عدم رضایت او از این سیستم منجر به ابداع روش تاد آ.ا. شد، فرایندی کاملاً براساس سیستم سینه‌راما؛ اما به قول خود او با این تفاوت که «در آن، هر سه تصویر از یک روزنه بیرون می‌آیند».<sup>۸۳</sup>

طبعاً، مخالفان هم با این سیستم تازه مشکلاتی داشتند. در گزارشی پرطول و تفصیل دربارهٔ سیستم سینه‌راما، لورن گریگنون، یکی از مهندسان کمپانی فوکس از «اعوجاج غیرقابل علاج تصویر» شکوه کرده، به این نکته اشاره کرد که تنها «در نقاط محدودی از سالن نمایش

سیستم شغل‌های تازه‌ای برای آن دسته از اعضای این اتحادیه که بیکار شده بودند فراهم می‌کرد.<sup>۷۸</sup> این افزایش هزینه‌ها مانعی بر سر راه گسترش این سیستم به شمار می‌آمد؛ کمابیش اینکه افتتاح یک سینمای سینه‌راما در شیکاگو به دلیل تقاضای اتحادیهٔ فوق مبنی بر به کارگیری یک گروه کامل هفده نفره متصدی دستگاه نمایش، آن هم با دستمزد هفت دلار و پانزده سنت برای هر ساعت، ماهها به تعویق افتاد. (کمپانی سینه‌راما به اتحادیه پیشنهاد چهار دلار برای هر ساعت و آن هم حداکثر برای دوازده متصدی دستگاه نمایش را داده بود).<sup>۷۹</sup>

سینه‌راما، نه تنها سیستمی پرهزینه بود، بلکه از لحاظ فنی نیز عیوبی داشت.<sup>۸۱</sup> در این سیستم، خطوط اتصال تصاویر، یعنی محلی که تصاویر سه دستگاه نمایش در کنار هم قرار می‌گرفتند، نه تنها به شکل آزاردهنده‌ای مرئی بودند، بلکه علاوه



پروژه شکار علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
سال ۱۳۹۰

می‌توان تصویر قابل قبولی دید» و نظر داد که «حل مشکلات فنی تابش بکسان از سه دستگاه نمایش و سه نوار فیلم مجزا، آن هم به طریقی که خطوط اتصال تصاویر مطلقاً قابل تشخیص نباشد، کاری است بسیار دشوار».<sup>۸۴</sup>

هر چند مایک تاد با سیستم تاد آ.ا. به دنبال نوعی سیستم بهتر و در عین حال ساده‌تر سینه‌راما بود، کمپانی فوکس با سینما اسکوپ سیستمی طراحی کرد شبیه سینه‌راما که در آن همه جنبه‌های خارق‌العاده این سیستم مشهود بود - پرده نمایش بزرگ و منحنی آن؛ نسبت ابعاد آن؛ و نیز صدای استریوی چند بانندی آن.<sup>۸۵</sup> این تلاش کمپانی فوکس، در ساختن نسخه‌ی المثنایی از سینه‌راما، چندان هم از نظر دور نماند. نشریه دلی ورایتی<sup>۸۶</sup> این روش را «سیستم سه بعدی تازه‌ای که کم و بیش از سینه‌راما تقلید می‌کند»<sup>۸۷</sup> توصیف کرد و با زلی کراوتر<sup>۸۸</sup>، منتقد نیویورک تایمز در گزارشی درباره این سیستم، آن را با سینه‌راما مقایسه کرد<sup>۸۹</sup> و یک گزارشگر امور تجاری به آن لقب سینه‌رامای فقرا داد<sup>۹۰</sup> و کارگزاران کمپانی سینه‌راما این تقلید را صادقانه‌ترین نوع تملق دانستند.<sup>۹۱</sup> حتی محتوای فیلم اولین برنامه نمایش سینما اسکوپ نیز، بیشتر موضوعاتی بود خاص سینه‌راما، مثلاً صحنه‌هایی از ورزشهای زمستانی در سان‌والی و چشم‌اندازهای نیویورک، اسکله و خیابانهای آن و نیز قطعات مستندی از مسابقات اتومبیلرانی، نماهایی از نشستن و برخاستن هواپیماها و صحنه‌هایی از تمرین یک ارکستر<sup>۹۲</sup>. اما این فیلم حاوی صحنه‌هایی از خرقة، چگونه می‌توان یک شوهر پولدار به دست آورد<sup>۹۳</sup> و آقایان موطلاییها را ترجیح می‌دهند<sup>۹۴</sup> نیز بود.<sup>۹۵</sup>

اگر سینه‌راما برای سینما اسکوپ هم عاملی

منفی بود و هم مثبت، سینمای سه بعدی از همان ابتدا سینما اسکوپ را در راهی منفی هدایت کرد و نمونه‌ای از کارهایی به دست داد که نباید انجام گیرند. اگر چه فوکس در ابتدا سینما اسکوپ را نوعی سیستم سه بعدی توصیف می‌کرد و تذکر می‌داد که این سیستم «بعد سوم را چنان خوب می‌نماید که گویی اشیاء و اشخاص فیلم، در میان تماشاگران حضور دارند»<sup>۹۶</sup> و در تبلیغ آن می‌گفت «معجزه تازه‌ای که می‌توان آن را بدون عینک دید»<sup>۹۷</sup>؛ خیلی زود و به خصوص پس از کاهش محبوبیت سیستم سه بعدی در میان تماشاگران، از این سیاست دست برداشت و بر تمایزات آن با سیستم سه بعدی انگشت گذاشت. کمپانی فوکس می‌خواست جلوه سه بعدی سینه‌راما را بیش از هر چیز با استفاده از پرده نمایش عظیم منحنی (برای پرکردن آن نواحی که با دید پیرامونی<sup>۹۸</sup> ادراک می‌شوند) و صدای استریو فونیک آن تقلید کند. اما فوکس از همان اولین روزهایی که سینما اسکوپ را به اشتباه نوعی سیستم سه بعدی جلوه می‌داد، سعی داشت نشان دهد که سینما اسکوپ از بزرگترین عیب سیستم سه بعدی میراست - چرا که سینما اسکوپ را می‌شد بدون عینک تماشا کرد. مهمترین عاملی که هر سه سیستم سینما اسکوپ، سینمای سه بعدی و سینمای پرده عریض به آن متکی بودند، جنس پرده نمایشی با قدرت بازتاب فوق‌العاده بود. صافیهای پولارویدی در سیستم سه بعدی (هم بر روی دستگاههای نمایش و هم در عینکهای مخصوص تماشاگران) و نیز اندازه دهانه کوچک دستگاه نمایش سیستمهای پرده عریض، درخشندگی پرده نمایش را بسیار با اهمیت ساخته بود.<sup>۹۹</sup> فوکس خود پرده‌ای مخصوص ابداع کرده بود که قطبی

ناشده بود و بنابراین می‌شد فیلمهای سه بعدی را نیز بر روی آن نمایش داد. ۱۰۰ فوکس این پرده‌های میراکل میرر را «پرده‌های همه‌کاره» می‌خواند و با این اصطلاح نشان می‌داد که سینماها می‌توانند هر نوع فیلمی را بر روی آن نمایش دهند.

از نظر کمپانی فوکس، اولین نقص سیستم سه بعدی فقدان کنترل بر کیفیت آن بود. سیستم سه بعدی که از یافتن تهیه‌کنندگان فیلمهای رده «الف» درمانده بود، خود را در اختیار تهیه‌کنندگان فیلمهای رده «ب» از قبیل آرک اوبولر<sup>۱۱</sup> قرار داد و در نظر مردم سیستمی مناسب فیلمهای تجارتي شناخته شد. به عبارت دیگر، سیستم سه بعدی ترفندی برای فروش بیشتر بود و در تبلیغات، خود نیز بر این جنبه تأکید داشت. جری والد<sup>۱۲</sup>، مدیر تولید کمپانی کلمبیا، در تصدیق این جنبه از سیستم سه بعدی با مباحثات می‌گفت «حال

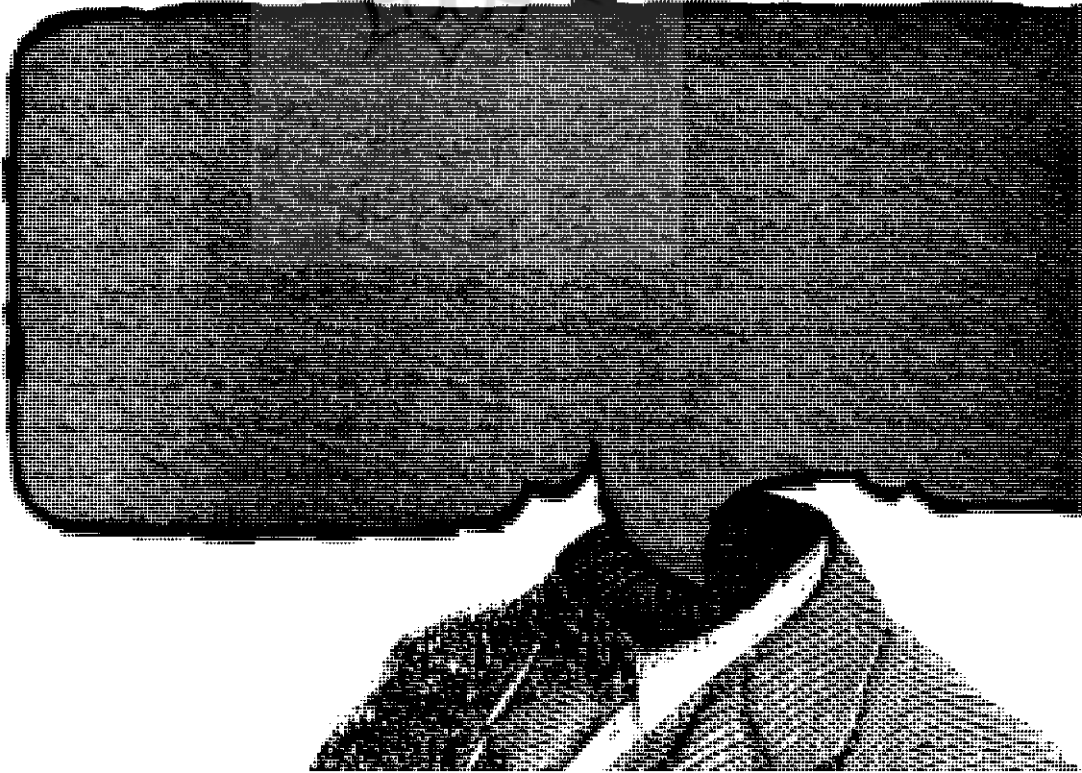
ترفندی در اختیار داریم... تا جایی که جوابمان را ندهند هر چه را که دلمان بخواهد به طرفشان پرتاب می‌کنیم»<sup>۱۳</sup>. در عین حال، دوربینهای فیلمبرداری سیستم سه بعدی بی‌وقفه به اجاره شرکت‌های مستقل در می‌آمد. طبیعی بود که کمپانی مبتکر سیستم سه بعدی در قرارداد خود با این تولیدکنندگان ماده‌ای بگنجانند که براساس آن، شرط اجاره، تصویب فیلمنامه‌های آنها بود؛<sup>۱۴</sup> اما استفاده از دیگر فرایندهای سه بعدی از جانب تهیه‌کنندگان ضعیفتر باعث می‌شد که باز هم تولید این گونه فیلمها ادامه پیدا کند. فوکس که با سینما اسکوپ خود شانس ماندن نداشت، ناچار سیستم ابداعی خود را با یک فیلم عظیم معرفی کرد، خرقره، که در صدر محصولات آن سال استودیو قرار داشت و شرط تصویب فیلمنامه را برای همه فیلمهایی که با این سیستم تولید می‌شدند اجباری

سیستم سینما اسکوپ هم  
بر حسب تکنولوژی به کار گرفته  
شده در آن و هم به دلیل شکل  
بسیار دقیقی که تکنولوژی آن  
باید به خود می‌گرفت، نمونه‌ای  
اعلا از تأثیر متقابل عوامل متعدد  
در یک پدیده است.

کرد. زانوک با مباحث اعلام داشت که «سینما اسکوپ» (اسباب بازی) تازه‌ای نیست که خیلی زود آدم را خسته کند. این واقعیت که اولین فیلم سینما اسکوپ ما خورقه است، با چهار میلیون دلار هزینه نگاتیو، گواهی است بر اطمینان ما به پایداری و دوام آن. ما، همه محصولات عظیم آتی خود را نیز با سیستم سینما اسکوپ تهیه خواهیم کرد. ما می‌توانستیم با تولید و عرضه سریع یک فیلم کم‌خرج و جمع‌وجور به طریقه سینما اسکوپ، سود سریعی عاید خود کنیم؛ اما هم به خاطر مصالح صاحبان سینماها و هم به خاطر مصالح تماشاگران سینما در تمام دنیا، این فکر را کنار گذاشتیم.<sup>۱۰۵</sup> تبلیغات مکرر روزنامه‌ها درباره ده میلیون دلار سرمایه‌گذاری فوکس برای ابداع سیستم سینما اسکوپ و نیز صدها میلیون دلار سرمایه‌گذاری کل صنعت سینما برای تجهیز

سینماهای سینما اسکوپ این سیاست را که باعث می‌شد سینما اسکوپ نوعی «نمایش طبقاتی» به حساب آید تداوم می‌بخشید.<sup>۱۰۶</sup>

مباحثات مختلف در نشریات تخصصی سینما و نیز در نشریات غیرتخصصی نشان می‌دهد که سینما اسکوپ، سینه‌راما و سیستم سه بعدی واقعاً «نمایشهایی طبقاتی» هستند که هر یک مخاطبان ویژه‌ای دارند. سینه‌راما که تبلیغات آن حول شعار یک تجربه ویژه دور می‌زد برای مخاطبانی جذاب بود که در رده تماشاگران روزمره سینما قرار نداشتند. صاحبان سینه‌راما با مراسم اولین نمایش خود به عمد چنین جوی را دامن زدند، زیرا در حالی که هیچ کدام از شخصیت‌های برجسته صنعت سینما را به آن مراسم دعوت نکرده بودند، «رهبران برجسته عرصه تجارت جهانی، دوستان نزدیک صاحبان کمپانی، ...





رهبران برجسته بازار نشر و رادیو [از یاران لاول توماس<sup>۱۰۷</sup>، تهیه‌کننده فیلم]... آهنگسازان، سفرنامه نویسان، [و] دانشمندان برجسته به آن مراسم خوانده شده بودند<sup>۱۰۸</sup>». سیاست بازاریابی کمپانی نشان داد که سینه‌راما بیش از این که هم‌اوردی برای صنعت سینما باشد، رقیبی است برای تئاتر و در واقع عمده‌تأ برای مخاطبانی طراحی شده است که عرفاً تماشاگر تئاترند.<sup>۱۰۹</sup> نمایش افتتاحیه ویژه سینه‌راما، تماشاگران بالقوه‌ای برای یازده تا چهارده نمایش هفتگی آن فراهم ساخت و روش ویژه فروش بلیت آن از طریق پست نیز که تقلیدی بود از روش فروش بلیت در تئاتر، برای اولین بار در عرصه صنعت سینما صورت می‌گرفت.<sup>۱۱۰</sup> مدیر کمپانی سینه‌راما در نیویورک، واحد بازاریابی ویژه‌ای در اختیار داشت که هدف آن کار بر روی سازمانهای سنتی تجارتي و دیگر تشکیلات بزرگ و نیرومند بود و نشریه ورایتی تذکر می‌داد که سینه‌راما «سفارشهای انبوهی از کلوبها، کلیساها، مؤسسات بازرگانی و مدارس»<sup>۱۱۱</sup> دریافت می‌کند. سرانجام اینکه، سینه‌راما یک روش انقلابی نیز در فروش بلیت به صنعت سینما شناساند، یعنی پرداخت قیمت بلیت ورودی فیلمهای سینه‌راما با کارتهای اعتباری.<sup>۱۱۲</sup>

سینه‌راما، علاوه بر آنکه روشی نامتعارف در عرصه سینمای سرگرم‌کننده محسوب می‌شد، جانشین رادیکالی نیز برای فیلمهای سابق هالیوود بود. در واقع، پنج فیلم اولیه سینه‌راما، فیلمهای مستندی درباره سیرو سیاحت بودند، گونه‌ای از سینما که کمپانیهای بزرگ فیلمسازی آن را فرعی و حاشیه‌ای می‌دانستند و تولیدات و روشهای بازاریابی خود را کمتر برپایه آن قرار می‌دادند. این

نکته بدین معنا بود که سینه‌راما نه روایت داشت و نه از هنرپیشگان بنام سود می‌برد؛ در واقع، سینه‌راما تنها خوشایند تماشاگرانی بود که از سینما چشمداشتی متفاوت از تماشاگران سنتی آن داشتند.

هم تکنولوژی سینه‌راما و هم محتوای فیلمهای سینه‌راما پاسخی بود به نیازهای ایدئولوژیک تماشاگرانی از طبقه متوسط و بالای اجتماع. این تکنولوژی تماشاگران را با صدا و تصویر در میان می‌گرفت و آنها را در تجربه‌ای شرکت می‌داد که دستیابی به آن در سینماهای نمایش‌دهنده فیلمهای معمولی ممکن نبود، اساساً سالن سینمای سینه‌راما به محلی برای تماشای اشیا و عملیات عجیب و محیرالعقول تبدیل می‌شد، درست مثل تماشای یک نمایشگاه بسین‌المللی یا سواری خوردن در یک پارک تفریحات. همان طور که یکی از نوشته‌های تبلیغاتی این است سینه‌راما در غرب میانه بیان می‌داشت «اگر از دیترویت دیدن می‌کنید، سینه‌راما را از یاد نبرید».<sup>۱۱۳</sup> خود فیلمها، برای خیل عظیم تماشاگران عصر پس از جنگ احساس شرکت در تجارب گوناگون و هیجان‌انگیزی را به وجود می‌آوردند، گشت و گذاری در عجایب هفتگانه جهان معاصر آن هم لمیده بر یک صندلی دسته‌دار راحت و خیره به چشم‌اندازهای افسون‌کننده‌ای از مناظر آمریکا، امری که حاصل افزایش توجه به گذران اوقات فراغت در سالهای پس از جنگ بود و نمود آن را می‌شد در رونق دوباره پارکها و افزایش علاقه به سیرو سیاحت عیان دید.<sup>۱۱۴</sup>

سینما اسکوپ، متوجه مخاطبان سنتی‌تری بود، تماشاگرانی که قبلاً مرتب به تماشای فیلم

می‌رفتند و عاشق و شیفته سینمای روایی بودند؛ اما از تماشای فیلمهای یکنواخت خسته شده بودند. فوکس برای جذب دوباره این تماشاگران، سینما اسکوپ را از طریق یک سلسله نمایشهای عمومی در لوس آنجلس و در زمان مراسم توزیع جوایز اسکار که در آن سران صنعت سینما، از جمله مدیران کمپانیهای فیلمسازی، تهیه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان فیلم دعوت شده بودند، معرفی کرد و با استقبال گرمی هم مواجه شد که چگونگی این استقبال، بارها و بارها در نشریات منتشر شد.<sup>۱۱۵</sup> در عین حال، سینما اسکوپ در کانون یک سلسله تبلیغات بسیار وسیع نیز قرار گرفت. مارتین کیگلی<sup>۱۱۶</sup> می‌گوید «حتی تبلیغات برای سینما اسکوپ را ... می‌توان بدون عینک خواند».<sup>۱۱۷</sup> فعالیتهای تبلیغاتی کمپانی برای متقاعد کردن مردم و دست‌اندرکاران صنعت سینما به اینکه سینما اسکوپ برخلاف سیستم سه بعدی حقه‌ای برای «به دست آوردن پول باد آورده نیست»<sup>۱۱۸</sup> در مراسم نخستین نمایش خرقه در سالن مجلل روکسی<sup>۱۱۹</sup> در نیویورک به اوج رسید. در این مراسم، کمپانی از مدعوین خواست که با لباس رسمی شرکت کنند. دلیلی وراثتی این نکته را چنین نشان داد: «خرقه، اولین فیلم در تاریخ نمایشها و سرگرمیهای جهان با تماشاگران شیک و خوش پوش<sup>۱۲۰</sup>». در میان شش هزار و پانصد نفری که به این مراسم دعوت شده بودند، برخی از «برجستگان و بلندپایگان اجتماع و حوزه‌های سینما و تئاتر» نیز قرار داشتند، از جمله آقا و خانم لیلاند هایوارد، جوشوا لوگان، سوفی تاکر، رابرت مریل، مری مارتین، ایرنه دان، شارل بویر، جوزف کاتن، لرتا یانگ، مارلن دیتريش، اوا گاردنر، فرانک سیناترا، ادی فیشر (در معیت ملکه

زیبایی سال آمریکا)، شهردار نیویورک (و رؤسای پلیس و آتش‌نشانی)، آقا و خانم واندربیلت، آقا و خانم پالی، آقا و خانم هرست، نیکولاس شنک مدیر کمپانی لو، بارنی بالابان (از کمپانی پارامونت)، رودلف بینگ، میلتون برل، سید سیزار و نیز برنارد گیمبل و مارشال فیلد.<sup>۱۲۱</sup> از طرف دیگر، فیلم سه بعدی شیطان بوانا<sup>۱۲۲</sup> از آرک اوپولر نیز در دو سینما در لوس آنجلس (و نه در نیویورک که همه فیلمها معمولاً برای اولین بار در آنجا به نمایش در می‌آمدند) افتتاح شد. ستارگان دعوت شده به نخستین نمایش این فیلم نیز عبارت بودند از بسیاری از هنرپیشگان فیلمهای رده «ب» - از جمله بروس بنت، چارلز کابورن، لو کاستلو، جان آیرلند، هوارد کیل، ری میلاند، رابرت میچم، آلدو ری، رونالد ریگان، دانارید و دیگر بازیگران درجه دومی که سرانجام برخی از آنها (مانند کاستلو، آیرلند، کیل، میلاند، میچم و رید) در یک فیلم سه بعدی بازی نیز کردند. مسلماً، هنگامی که کمپانی وارنر محصول سه بعدی خود، خانه مومی<sup>۱۲۳</sup>، را افتتاح کرد، گروه وسیعی از مدیران اجرایی و ستارگان را در این عرصه شناسانده بود؛ اما در آن موقع، تولید فیلمهای ارزان قیمت سه بعدی نیز کاملاً جا افتاده بود. با توجه به اینکه استفاده از اصول فیلمبرداری سینمای سه بعدی برای همگان آزاد بود، تهیه‌کنندگان بسیاری هر کدام دوربینهای فیلمبرداری خاصی برای خود ابداع کردند (که برای جلوگیری از دعوای حقوقی، از نظر طراحی اندکی تفاوت داشتند) و تعداد زیادی فیلم سه بعدی ارزان قیمت روانه بازار گردید، از جمله مردی در تاریکی<sup>۱۲۴</sup> (از کمپانی کلمبیا)، موجودی از کرات دیگر<sup>۱۲۵</sup> (یونیورسال)، پلکان

مارپیچ<sup>۱۲۶</sup> (کمپانی آلید آرتیستز) و هیولای آهنی<sup>۱۲۷</sup> (کمپانی مدالیون)<sup>۱۲۸</sup>

سینمای سه بعدی نیز مثل سینه‌راما و سینما اسکوپ طبقه خاصی از تماشاگران را مدنظر داشت. مثلاً تبلیغات خانه مومی عمدتاً متکی به رقاصان نیمه لخت و یک هیولای مهیب و ترسناک بود<sup>۱۲۹</sup>. برنامه افتتاحیه این فیلم در لوس آنجلس، به سلسله برنامه‌های شبه افتتاحیه‌ای تبدیل شد که میان ساعات نیمه شب تا ساعت ده بعد از ظهر برگزار می‌شد. هر یک از آنها به تماشاگران ویژه‌ای اختصاص داشت، البته این ویژگی عمدتاً به شغل این تماشاگران مربوط می‌شد؛ اولین برنامه با نام کنایه‌آمیز «خانه ارواح» و مخصوص دارندگان مشاغل مخفی در نیمه شب آغاز می‌شد و با این برنامه‌ها ادامه می‌یافت؛ نمایش مخصوص هوانوردان (ساعت ۲ نیمه

شب)، نمایش شیرفروشان (۴ صبح)، نمایش مخصوص موقع صبحانه (۶ صبح)، نمایش زنان شاغل (۸ صبح)، نمایش ویژه مقامات کشوری و روزنامه‌نگاران (۱۰ صبح)، نمایش مخصوص هنگام نهار (ظهر)، نمایش ویژه زنان خانه‌دار پیشاهنگ و فروشندگان (۲ بعدازظهر)، نمایش دانش‌آموزان (۴ بعدازظهر)، نمایش ویژه ستارگان فروشنده (۶ بعدازظهر)، نمایش ویژه ستارگان سینما (۸ بعدازظهر) و نمایش ویژه شب زنده‌داران (۱۰ بعدازظهر)<sup>۱۳۰</sup>. در کمپانی وارنر نیز این بحث وجود داشت که سیستم سه بعدی و راههای استفاده از آن با تصویری که این کمپانی از خود در ذهن تماشاگران جاانداخته بود، یعنی کمپانی سازنده فیلم برای طبقه کارگر، متناسب باشد.

در عین حال، آن عصری که سیستم سه بعدی را از سیستمهای سینه‌راما و سینما اسکوپ متمایز می‌ساخت - یعنی «جلوه ورود اشیا و اشخاص فیلم به فضای سالن» - را نیز می‌توان نوعی خطاب ایدئولوژیکی کاملاً متفاوت در نظر گرفت.<sup>۱۳۱</sup> در فیلمهای سه بعدی به نظر می‌آمد که اشیای درون فیلم واقعاً به فضای سالن سینما وارد می‌شوند و فرایند متعارف همذات پنداری یعنی این تصور عام که تماشاگر به «فضای فیلم وارد می‌شود» را نقض می‌کنند. تماشاگر با فیلم سه بعدی، کنش و واکنش خامتری نسبت به آنچه در سینمای روایی متداول تجربه می‌کرد داشت؛ در این سیستم، تماشاگر بارها و بارها تأثیر خارقالعاده تکنولوژی را بر خود تجربه می‌کرد. لذتی که تماشاگر از دیدن یک فیلم سه بعدی می‌برد، لذتی بود که از پسزمینه تکنولوژیک فیلم - یعنی از علنی بودن تکنولوژی و ادراک آن علنی

هر نوع بررسی علت تأخیر در استفاده از یک ابداع فنی باید با تشریح شرایط مسلط در زمان عرضه آن ابداع آغاز شود.

سیستمهای مشابه آن شود. اما خوشبختانه، دربارهٔ فوکس، اگر چه تکنولوژی عدسیهای آنامورفیک نیز در مالکیت عمومی بود؛ ساخت عدسیهای استوانه‌ای آن قدر پیچیده بود که هر ماجراجویی را به هوس ساختن عدسیهای آنامورفیکی مخصوص خود نیندازد. به عبارت دیگر، سرهم‌بندی کردن یک عدسی آنامورفیک آن قدر آسان نبود که سرهم‌بندی کردن چند دوربین به قصد ساختن ابزار ساختن یک فیلم سه بعدی. به این ترتیب، فوکس می‌توانست کنترل خود را بر کیفیت فیلمهای ساخته شده با سیستم سینما اسکوپ اعمال کند. برای مثال، کارل دادلی<sup>۱۳۳</sup> نمونهٔ مشابهی از عدسی کرتین را برای سیستمی که خود «ویستاراما» نامید ساخت؛<sup>۱۳۴</sup> اما این عدسی، آشکارا حتی از نمونهٔ اولیهٔ عدسیهای کرتین نیز نامرغوبتر بود<sup>۱۳۵</sup> و تنها در تولید فیلمی

**تاریخ ماتریالیستی سینما نیز مانند تاریخ ایده‌آلیستی آن، حالتی از بازنمایی است و به عنوان یک بازنمایی، توانایی چندانی در توجیه و توضیح پیچیدگی تغییرات تاریخی ندارد.**

بودن - مایه می‌گرفت. سیستم سه بعدی با تجاوز به فضای متعلق به تماشاگر، انفعال تماشاگر را به شدت تقویت می‌کرد و به جای شرکت دادن تماشاگر در رویداد و یا حتی نشان دادن او در موضع یک شاهد، او را به موضع یک قربانی در قربانگاه نمایش عقب می‌راند و کاری می‌کرد که تماشاگر از وقوف بر قربانی بودن خویش احساس لذت کند.

در یک منظر کلی‌تر، سیستم سه بعدی را می‌توان وسیله‌ای برای ارضای نیاز تماشاگران وابسته به طبقهٔ مزد بگیر آمریکا به سرگرمیهای فریب‌آمیز و غیرواقعی دانست که او بر تو آکو، آن را در پیدایش و تکامل بخشهایی از فرهنگ بورژوازی آمریکا در سالهای پس از جنگ بسیار تعیین کننده می‌داند.<sup>۱۳۶</sup> سیستم سه بعدی با تقلید از فضای سه بعدی می‌خواهد به ما بیاوراند آن توهمی که این سیستم در ما به وجود می‌آورد واقعیت از فضای واقعی است و در واقع، بدیل عمیقاً فریب‌آمیزی را از واقعیت به ما عرضه می‌کند. از این نظر، سیستم سه بعدی تجسم عینی فعل و انفعال بخشهای «عامیانه» فرهنگ بورژوازی آمریکاست، فرهنگی که در آن نمایش واقعیت، جای خود واقعیت را می‌گیرد.

اگر حتی این نکته را نیز در نظر نگیریم که هم روشهای بازاریابی سیستم سه بعدی «عامیانه» بوده است و هم مخاطبان آن «عوام»، این واقعیت که تکنولوژی آن، تکنولوژی گران قیمتی نبوده و علاوه بر این حق امتیاز آن نیز مالکیت خاصی نداشت و متعلق به عموم بود و بنابر این هرکسی که می‌خواست می‌توانست یک فیلم سه بعدی بسازد باعث می‌شد که این سیستم از همان ابتدا و به عنوان فرایندی با کیفیت مطلوب نتواند خود را تثبیت کند و یا مانع از استفادهٔ دیگران از

انگیزه اصلی ابداع سیستم سینما اسکوپ، موفقیت سیستم سینه‌راما بود. سینه‌راما از همان آغاز نگرش تماشاگران را تغییر داد؛ از سینه‌راما به بعد، فیلم اگر هم با سیستم پرده عریض تهیه نمی‌شد، دست کم باید با این سیستم نمایش داده می‌شد.

از کمپانی برادران وارنر به نام فرمان<sup>۱۳۶</sup> به کار گرفته شد. (این فیلم با توافق فوکس به عنوان یک فیلم سینما اسکوپ پخش شد).<sup>۱۳۷</sup>

فوکس با ارائه سیستم نمایش تک نواره که آن را تنها یک متصدی دستگاه نمایش نیز می‌توانست به کار اندازد، در سیستم سه بعدی نیز مثل سیستم سینه‌راما بخش عظیمی از هزینه نیروی کار لازم برای این سیستم را که مستلزم کار دو نفر متصدی دستگاه نمایش برای هر یک از دستگاههای چپ و راست و یک نفر متصدی صدا بود حذف کرد. در سیستم سینما اسکوپ، استفاده از یک نوار ۳۵ میلیمتری، هزینه چاپ نسخه‌های مثبت را نیز به حداقل رساند.

کوشش کمپانی فوکس در شناساندن سینما اسکوپ به عنوان محصولی «با کیفیت بالا» را می‌توان پاسخی دانست هم به محتوای نازل فیلمهای سه بعدی و هم کیفیت بد نمایش آنها.

گزارش هالیوود ریپورتر<sup>۱۳۸</sup> دربارهٔ شیطان بوانا این عنوان را بر خود داشت: «فیلم سه بعدی به چشم آسیب می‌رساند». <sup>۱۳۹</sup> نویسنده مقاله شکوه می‌کرد که «سیستم سه بعدی فشار وحشتناکی به چشم وارد می‌کند و این حالت ناخوشایند را تا مرز تهوع ادامه می‌دهد»<sup>۱۴۰</sup>. عدم تطابق دستگاههای نمایش سیستم سه بعدی، همزمان نبودن دقیق تصاویر چپ و راست، عدم وضوح کامل، تغییر مداوم مقدار روشنایی دستگاه نمایش و قدرت انعکاس ناچیز پرده نمایش، از معایب سیستم سه بعدی بود<sup>۱۴۱</sup>، که تماشاگرانی را که از عینک پولاروید مخصوص این سیستم استفاده نمی‌کردند بیشتر آزار می‌داد. <sup>۱۴۲</sup> سیستم سینما اسکوپ فوکس نه تنها سعی داشت این عیوب را (که عمدتاً به «سیستم دونواری» سینمای سه بعدی مربوط می‌شد) رفع کند، بلکه در پی آن بود که عیوب موجود در سیاست نمایش فیلم را نیز اصلاح کند. بدین خاطر، فوکس برای جلوگیری از نمایش فیلمهای با کیفیتی نازل، تنها به سینما دارانی اجازهٔ نمایش فیلمهای سینما اسکوپ را می‌داد که سالنهایشان توسط شرکتهایی که از فوکس مجوز داشتند تجهیز شده باشد.

در حالی که سیستم سه بعدی از جلوهٔ ورود اشیا و اشخاص فیلم به فضای سالن به شکلهای مختلفی سود می‌برد و تماشاگر را در انفعال بیشتری قرار می‌داد، سیستم سینما اسکوپ نیز مثل سینه‌راما به دنبال ارضای ضرورت مشارکت هر چه بیشتر بخشهایی از تماشاگران پس از جنگ در تجربهٔ فیلم و درگیر ساختن عمیقتر آنها در ساختن روایت فیلمهای خود بود. داریل زانوک در مقاله‌ای برای نشریهٔ هالیوود ریپورتر به درستی می‌نویسد «تعداد شرکت کنندگان [در



عصر تلویزیون] در پارکهای تفریحات، نمایشگاهها و کارناوالها، - یعنی آن اشکالی از سرگرمی که مستلزم مشارکت بیشتر شرکت کنندگان است - به نحوی بی سابقه افزایش یافته است» و سینما اسکوپ «پاسخی است درست» به ضرورت ایجاد «سرگرمیهای مبتنی بر مشارکت استفاده کنندگان»، زیرا سینما اسکوپ تماشاگر را در تجربه فیلم شرکت می دهد.<sup>۱۳۳</sup> سینما اسکوپ در ایجاد رئالیسم بیشتر [در سینما] آن قدر نقش ندارد که در فرایند درگیر کردن تماشاگر در رویدادی که شاهد آن است.<sup>۱۳۴</sup> به عبارت دیگر، سینما اسکوپ وسیله ای است برای رفع یک نیاز خاص تاریخی، یعنی نیاز به نوعی سینما که قادر باشد در بازار تازه پس از جنگ بنا سرگرمیها و تفریحات گوناگونی که در دسترس مصرف کنندگان قرار دارد، به نحوی مؤثر رقابت کند.

سرگذشتی که از تکامل سینما اسکوپ نقل کردیم، کم و بیش از همان سناریو تخیلی تولد، تأخیر و سرانجام تحقق، آغاز می شود. این بررسی ویژه، سینما اسکوپ و تبعات آن را در صنعت سینما در چهار چوب شرایط اقتصادی و تکنولوژیک آشفته عصر ظهور و گسترش آن می نگرد. بررسی سیستم سینما اسکوپ با توجه به زمینه های آن، نشان داد که سینما اسکوپ فرایندی است تحت تأثیر عوامل اقتصادی و تکنولوژیک متعددی که هر یک از آنها، خود بر این عوامل تعیین کننده دیگری است. این مقاله، در ضمن، سینما اسکوپ را فرایندی می بیند ابداعی و در جهت ارضای نیازهای ایدئولوژیک گروه خاصی از تماشاگران که پیش از این مورد خطاب نبوده اند. به گواهی سرگذشت سینما اسکوپ، انقلاب تکنولوژیک چند گانه ای که در

اوایل سالهای ۱۹۵۰ در سینمای هالیوود رخ داد، هر نوع تفسیر تحویل گرایانه را که بخواهد پیدایش سینما اسکوپ را با نوعی جبرگرایی ساده تکنولوژیک، اقتصادی و یا ایدئولوژیک توضیح دهد مردود می‌شمارد. این عوامل را، که در توضیح تغییر تاریخی این زمانه نقشی چنین قاطع دارند، نه می‌توان از یکدیگر جدا کرد و نه می‌توان آنها را چنان نگریست که گویی ماهیتی یکپارچه دارند.

این مقاله سعی دارد نشان دهد که سرگذشت واقعی سینما اسکوپ را نمی‌توان نوشت مگر با این دید که سینما اسکوپ حاصل جمع کنش و واکنش عوامل متعددی است که بی‌شک برخی از آنها در این مقاله از قلم افتاده‌اند. این بررسی تاریخ سینما اسکوپ، تنها به یک وجه از وجوه متعدد تکامل اولیه سیستم سینما اسکوپ می‌پردازد. تاریخ‌نگاری در غایت، شکلی است از اسطوره‌سازی و این بررسی نیز تنها بررسی یک اسطوره از میان خیل اسطوره‌هایی که ما نه فقط در مورد سینما اسکوپ، که درباره کل سینما ساخته‌ایم و هنوز هم به ساختن آنها ادامه می‌دهیم.

هم روشهای بازاریابی سیستم سه‌بعدی «عامیانه» بود و هم مخاطبان آن «عوام». از طرفی تکنولوژی آن، تکنولوژی گران قیمتی نبود و علاوه بر این حق امتیاز آن نیز مالکیت خاصی نداشت و متعلق به عموم بود. به همین دلایل این سیستم از همان ابتدا و به عنوان فرایندی با کیفیت مطلوب نتوانست خود را تثبیت کند و یا مانع از استفاده دیگران از سیستمهای مشابه آن شود.

● در اینجا شایسته است نشکر خود را از اعضای شرکت-کننده در سمینار فیلم دانشگاه کلمبیا ابراز کنم که دست نویس اولیه این مقاله را گوش دادند و توصیه‌های آنها در بازبینی مقاله برای چاپ بسیار سودمند بود؛ وجود دیوید رادویک، دانا هولان و لسا جیکوبز در بازبینی مقاله برایم بسیار مغتنم بود. همچنین باید مراتب سپاس خود را از بنیاد ملی موقوفات برای کمک به مسائل بشر دوستانه نیز ابراز کنم.



داشتن عوامل اقتصادی، ایدئولوژیک و تکنولوژیک ممکن نیست؛  
 نوئل کارول («خطاب به پیروان نظریه هیث»، اکتبر، ۲۳ [زمستان  
 ۱۹۸۲]، ص ۱۶۰) خاطر نشان می‌کند که تاریخی که هیث در پی  
 آن است «تاریخی است که هنوز به وجود نیامده. هیث خود نیز  
 هنوز کار بر روی چنین موضوعی را آغاز نکرده است. او فقط سعی  
 دارد برخی از عوامل دخیل در تاریخ را از هم جدا کند». تامپسون و  
 بوردول نیز به همین شکل بحثهای کومولی را دربارهٔ حالت کانونی  
 عمیق وانتقال به مرحلهٔ ناطق، مثل اثر بورج، «کلی گویی و فاقد  
 شواهد معتبر» می‌دانند (۶). (م)

## پاورقیها

- ۱۳ پاورقیهایی که با (م) مشخص شده است، از مؤلف می‌باشد.
- ۱ - برای مثال نگاه کنید به مقالهٔ پاتریک اوگل در مورد تکامل  
 تکنولوژی حالت کانونی عمیق («تأثیرات زیبایی شناختی و فنی  
 مؤثر در تکامل فیلمبرداری حالت کانونی عمیق»، **اسکرین**، مال  
 سیزدهم، شمارهٔ ۱ [۱۹۷۲]: صص ۴۵ - ۷۲)، و نیز به نقد عبوب  
 نظری همین مقاله در نوشته‌های از کریستوفر ویلیامز یکی از اعضای  
 هیئت تحریریه («مسئلهٔ حالت کانونی عمیق: نظراتی در مورد مقالهٔ  
 اوگل»، **اسکرین**، مال سیزدهم، شمارهٔ ۱ [۱۹۷۲]: ۷۶). ویلیامز  
 خطاظر نشان می‌کند که اوگل به نقش عوامل اقتصادی و  
 ایدئولوژیک در تکامل تکنیک حالت کانونی عمیق توجه چندانی  
 ندارد؛ و توصیه می‌کند که خواندن مقالهٔ چند بخشی ژان - لویی  
 کومولی، «تکنیک و ایدئولوژی» (کایه دو سینما، شمارهٔ ۲۲۹  
 [مه و ژوئن ۱۹۷۱]؛ شمارهٔ ۲۳۰ [ژوئیه ۱۹۷۱]؛ شمارهٔ ۲۳۱  
 [اوت و سپتامبر ۱۹۷۱]؛ شمارهٔ ۲۳۳ [نوامبر ۱۹۷۱]؛ شمارهٔ  
 ۲۳۴ / ۲۳۵ [دسامبر ۱۹۷۱ - ژانویه ۱۹۷۲] و شمارهٔ ۲۴۱  
 [سپتامبر و اکتبر ۱۹۷۲]) می‌تواند او را از افتادن در دام  
 تاریخ‌نگاری ایده‌آلیستی نجات دهد. (م)
- ۲ - ر.ک. به ریموند ویلیامز، **تلویزیون، شکلی از تکنولوژی  
 و فرهنگ** (نیویورک: انتشارات شوکن بوکر، ۱۹۷۵)، صص ۹ -  
 ۱۴. استفن هیث در نقد اثر باری سالت در کتاب خود (**سؤالاتی  
 دربارهٔ سینما** [پلومینگتون، انتشارات دانشگاه ایندیانا، ۱۹۸۱]،  
 صص ۲۲۵ - ۲۲۷ و ۲۳۱ - ۲۳۳) با انکا به نظریات ویلیامز  
 می‌گوید سینما «تکاملی تحت نفوذ عوامل متعدده است که  
 نمی‌توان آن را صرفاً یا جبرگرایی تکنولوژیکی (عامل اقتصادی)  
 توضیح داد و در واقع طالب نوعی تاریخ‌نگاری ماتریالیستی است که  
 کومولی در سلسله مقالات خود دربارهٔ تکنیک و تکنولوژی به آن  
 دست زده است. (م)
- ۳ - کوپستین تامپسون و دیوید بوردول در اثرشان («خطی بودن،  
 ماتریالیسم و بسررمی سینمای آمریکا در بدو پیدایش»،  
**وایدانگل**، سال پنجم، شمارهٔ ۳ [۱۹۸۳]) بررسی نوئل بورج  
 دربارهٔ مراحل آغازین سینما را به خاطر درک ایده‌آلیستی و غایت  
 گزایانه و نیز فقدان شواهد تاریخی مشخص به باد انتقاد گرفته‌اند.  
 اگر چه هیث اصرار دارد که مطالعهٔ دستگاه سینما جز با در نظر
- ۴ - طرح مشابهی از گرایش ماتریالیستی در تاریخ‌نگاری را  
 می‌توان در مقالهٔ تامپسون و بوردول («خطی بودن...» صص ۵ -  
 ۶) دید. (م)
- ۵ - آندره بازن، «اسطورهٔ سینمای نام» در مجموعهٔ **سینما  
 چیست؟**، ترجمه به انگلیسی از هیو گری، جلد ۱ (برکلی،  
 انتشارات دانشگاه کالیفرنیا، ۱۹۶۷)، صص ۱۷ و ۲۰. (م)
- ۶ - منبع قبل، ص ۲۱. (م)
- ۷ - تاریخ ماتریالیستی وابده‌آلیستی فیلم به این دلیل «حالتی از  
 بازنمایی» هستند که فرضیاتی که در نوشتن این تاریخها در نظر  
 گرفته شده‌اند، تعیین‌کنندهٔ شیوه یا شیوه‌هایی است که در آن،  
 تغییر تاریخی، هم مورد تفحص قرار می‌گیرد و هم عرضه  
 می‌شود؛ یعنی در این نوع تاریخ‌نگاری، مورخ تنها «به دنبال» آن  
 داده‌ها و مختصاتی است که در نوشتن تاریخ [مبتنی بر یک دیدگاه  
 خاص] به کار می‌آیند. (م)
- ۸ - بازن، «اسطوره...» ص ۱۷. (م)
- ۹ - ژان - لویی کومولی، در **فیلمها و روشها**، جلد ۲، تدوین بیل  
 نیکولو (برکلی، انتشارات دانشگاه کالیفرنیا، ۱۹۸۵)، صص ۵۲ -  
 ۵۵. (م)
- ۱۰ - بازن، «اسطوره...» ص ۲۱. (م)
- ۱۱ - شبیه همین ارزش را می‌توان به تاریخ‌نگاری «رتالیستی»  
 رابرت آلن و دوگلاس گومری نسبت داد که ریشه در کنکاش  
 دربارهٔ همذات‌پنداری با آنچه آنان «سازوکارهای زایا» می‌خوانند  
 دارد. این ساز و کارها نه تنها وجوه متعددی دارند، بلکه از لحاظ  
 نظری تعداد آنها را نیز باید نامحدود به شمار آورد. اما برای اینکه  
 این سازوکارهای زایا ارزش عملی داشته باشند باید از تعداد آنها  
 کم کرد، کاری که لزوماً مثل آن گزینه‌هایی که قبلاً صورت  
 گرفته‌اند، به چیزی نمی‌توان تعبیر کرد جز گزینش اختیاری. ر.ک.  
 به آلن و گومری، **تاریخ سینما: نظریه و عمل** (نیویورک،  
 انتشارات نايف، ۱۹۸۵)، صص ۱۵ - ۱۶. (م)
- 12 - reductionism
- ۱۳ - کومولی، در **فیلمها و روشها**، ص ۵۵. (م)
- 14 - John Hess
- ۱۵ - «مقدمه‌ای بر فیلم و ایدئولوژی»، **جامپ کات**، شمارهٔ ۱۷



(۱۹۷۸): ۱۴. (م)

۱۶ - کومولی در فیلمها و روشها، ص ۵۵. (م)

17 - Construire un fue

18 - La Marveilleuse vie de Jeanne d'Arc

19 - Marco de Gastyne

۲۰ - کوین براونلو، ناپلئون، فیلم کلاسیک آبل گانس

(نیویورک، انتشارات ناپف، ۱۹۸۳) ص ۱۵۹. احتمالاً نه فیلم ناپلئون اولین نمونه در استفاده از عدسی کورتین است و نه این نکته کاملاً روشن است که این عدسی اساساً برای استفاده در سینما طراحی شده باشد. حق امتیازهای اولیه عدسی هایپرگونا نشان می‌دهد که این عدسی به عنوان بخشی از فرایند رنگ ترکیبی در کاربرد سینمایی طراحی شده است. هربرت براگ مباحثه‌ای را با کورتین به خاطر می‌آورد که در آن مخترع فرانسوی می‌گوید که «اولین انگیزه او برای ساختن این عدسی در نیمه‌های سالهای بیست در نمایشگاه نوره پاریس شکل گرفت، جایی که او از عدسی هایپرگونا برای روشن کردن تابلوی بسیار بزرگ در ورودی نمایشگاه استفاده کرده است» (براگ، در نامه‌ای به الکس آلدن، ۸ ژانویه ۱۹۸۴). البته این عدسی بعدها در ساختن «نوعی منظره باب پرامون نما برای وسایل نقلیه جنگی» ارتش فرانسه نیز به کار گرفته شد (ر. ک. به سخنان آلبرت آرنولف در مراسم یاد بود هنری کورتین از مجموعه اسپونیل، کتابخانه دانشگاه کلمبیا). (م)

۲۱ - براونلو، ناپلئون، ص ۱۵۳. (م)

۲۲ - نگاه کنید به سخنان آرنولف درباره کورتین، منبع قبل، ص ۶. (م)

۲۳ - سرگئی ایزنشتین، «مریخ پویا»، از کتاب مجموعه مقالات و یک سخنرانی، گردآوری و ترجمه جسی لیدا (پریستون)، انتشارات دانشگاه پریستون، ۱۹۸۲) صص ۴۸ - ۶۵. (م)

24 - This is Cinerama

25 - The Robe

26 - De Forest

27 - Loews

28 - Bausch & Lomb

۲۹ - ساختار عمودی به این معنا بود که هزینه تبدیل سیستم را باید خود کمپانیهای فیلمسازی می‌پرداختند؛ اگر چه هزینه تبدیل، همیشه عامل مهمی است، وقتی کسی دیگر باید هزینه آن را تقبل کند، چنین نیست، مثل تبدیل در سالهای ۱۹۵۰ زمانی که استودیوها از لحاظ اداری از سینماهای نمایش دهنده جدا شدند. اگر چه استودیوها می‌توانستند خیلی ساده، در زمانی که تولید و بخش مدیریت واحدی داشت صاحبان سینما را «مجبورکننده» که سیستم پرده عریض را بپذیرند (برخلاف تجربه سخت سالهای ۱۹۵۰، زمانی که استودیوها و سالنهای سینما، مالکیت واحدی

نداشتند)؛ اما هزینه‌های اضافی در کنار مشکلات اقتصادی ناشی از بحران، انجام این انتقال را بسیار مشکل می‌کرد. توجه داشته باشید که پارامونت در اوایل سالهای ۱۹۳۰ به دادگاه احضار شده و فوکس ورشکست شده بود و هر دو مورد به مشکلاتی مالی مربوط بود که از گسترده شدن بیش از حد و هزینه‌های انتقال از سیستم صامت به ناطق ناشی می‌شد. (م)

۳۰ - کوبت اشتاین برگ، حقایق حلقه‌های خیری (نیویورک، انتشارات وینتیج، ۱۹۷۸)، ص ۳۷۱. فریمین لینکلن، «بازگشت دوباره فیلم»، فورچون، فوریه ۱۹۵۵، ص ۱۲۸. (م)

۳۱ - گاری آر. اِگرتون، سیستم نمایش فیلم آمریکایی و تجزیه و تحلیلی از ساختار بازار فیلم در سالهای ۱۹۶۳ تا ۱۹۸۰ (نیویورک، انتشارات گارلند، ۱۹۸۳)، ص ۱۶. تنها در نگزاس، حدود ۵۰۰ سینما تعطیل شدند. در حالی که در نیویورک ۳۴۳ سینما و در کالیفرنیا ۳۴۴ سینما؛ و در نیوجرسی، حدود ۴۰ درصد کل سینماها. (م)

۳۲ - اِگرتون، سیستم نمایش فیلم آمریکایی، ص ۳۲. (م)

۳۳ - لینکلن، «بازگشت دوباره فیلم»، ص ۱۲۹. (م)

34 - Kenneth MacGowan

35 - Barry Salt

۳۶ - کنت مک گوان، در آن سوی پرده نمایش سه سینما سینه‌واما، سه بعدی و سینما اسکوپ را «اسامی جدید برای روشهای کهنه» توصیف می‌کند، ص ۳۴۹. باری سالت، تاریخ و تجزیه و تحلیلی از سبک و تکنولوژی فیلم (لندن، انتشارات استار ورد، ۱۹۸۳)، ص ۳۱۶. (م)

37 - ray - tracing

۳۸ - «سینما اسکوپ در عمل»، بالکو نیوز (برای کارکنان شرکت اپتیک بوش اند لومب) ژوئیه - اوت ۱۹۵۳، ص ۳. (م)

۳۹ - ویلیام اچ. پرایس، «عدسیهای فیلمبرداری» سائیتیفیک آمریکا، شماره ۲ (اوت ۱۹۷۶): ص ۸۱. (م)

40 - Earl Sponable

41 - Lorin Grignon

42 - Herbert Bragg

۴۳ - آرل اسپونیل، هربرت براگ و لورن گریگنون، «مسائل طراحی فیلم سینما اسکوپ»، نشریه انجمن مهندسان سینما و تلویزیون، شماره ۲ (اوت ۱۹۵۴)، ص ۱. (م)

۴۴ - ار. تی. رایان، تاریخ تکنولوژی فیلم رنگی (نیویورک، انتشارات فوکال، ۱۹۷۷)، صص ۱۴۸ - ۱۵۱. همچنین، ر. ک. به نامه‌ای به تاریخ ۱۹ آوریل ۱۹۵۷ از اسپریوس اسکوراس به کی هاریسون (از اعضای شرکت فرانسوی تکنی کال) که در آن توضیح می‌دهد چرا کمپانی فوکس از تکنی کالر به فیلم رنگی ایستمن رد آورد. مجموعه اسپونیل. (م)

(۱۹۵۳م).

59 - Thunder Bay (از: آنتونی مان)

۶۰ - **دیلی ورایتی**، ۲۰ مه ۱۹۵۳: ص ۱ (م)

۶۱ - **دیلی ورایتی**، ۱۰ ژوئن ۱۹۵۳، ص ۸ در ۷ مه ۱۹۵۳، ژانوک به جک وارنر نوشت که «اگر به تماشای یک فیلم پرده عریض بروید، [امیدوارم] آن را تنها یک بزرگنمایی صرف نبینید ... من در بزرگنمایی این سیستم، تفاوت ناچیزی با بزرگنمایی در

هر درایون سینمایی دیده‌ام». بابگانی کمپانی برادران وارنر، دانشگاه کالیفرنیا جنوبی. (م)

۶۲ - **تایم**، ۸ ژوئن ۱۹۵۳، ص ۷۰ (م)

63 - Fred Waller

64 - Spryos Skouras

۶۵ - اسکوراس در تابستان ۱۹۵۰، خود در یکی از نمایشهای سینراما در لانگ آیلند حضور داشت، او نگران بود که میادا مهندسان کمپانی فوکس، سیستم سینراما را نپذیرند. اول اسپونیل در یادداشتی به اسکوراس به تاریخ ۱۳ اکتبر ۱۹۵۰ نوشت که «فرایند سینراما محدودیتهای تکنیکی فراوانی دارد و به شکل فعلی ابدأ مورد توجه فوکس قرن بیستم قرار نمی‌گیرد». از مجموعه اسپونیل. (م)

66 - Al Lichtman

۶۷ - یادداشت اسپونیل به اوتو ای. کوگل، ۲۸ مه ۱۹۵۶، مجموعه اسپونیل. (م)

۶۸ - به موجب یادداشت اسپونیل به کوگل، این جلسه در ۲۰ اکتبر ۱۹۵۲ و در حضور لیشتمن، مایکل، براگ، اسپونیل، فریدمن، هالبرین و گرگتون برگزار شد. مجموعه اسپونیل. (م)

69 - Grandeur

۷۰ - منشأ فرایند ۵۵ میلیتری به آزمایشهای فوکس در ۱۹۳۱ و ۱۹۴۴ - ۱۹۴۶ بر می‌گردد، یعنی زمانی که صدای استریوی اپتیک به جزئی از سیستم تبدیل شد. (م)

۷۱ - همین که فوکس سرانجام کمپانی هارلی اسکوبین را که در عرضه نصب پرده‌های سینراما فعالیت می‌کرد خرید و با هازارد ریزو، مهندس صدای کمپانی سینراما برای تولید دستگاههای چسباندن نوارهای مغناطیسی قرارداد بست، نشان می‌دهد مدیران اداری کمپانی به امکانات بالقوه این سیستم توجه کامل داشته‌اند. (م)

۷۲ - مایکل ناد جونور و سوزان مک کارتی ناد، در کتاب **ملک با ارزش: زندگی‌نامه مایکل تاد** (نیویورک، انتشارات آربور هاوز، ۱۹۸۳)، ص ۲۴۴، تعداد سینماهای سینراما را هفده عدد ذکر می‌کنند و به این نکته نیز اشاره دارند که هر چند این است **سینراما** تنها در هفده سینما نمایش داده شد؛ در پایان اکران، از لحاظ تعداد تماشایگر، سومین فیلم تاریخ سینما بود. رقم بیست و دو سینما از ویژه‌نامهٔ دهمین سالگرد نشریه **دیلی** (۲۱ ژانویه

45 - Fantasound

46 - Hazard Reeves

۲۷ - هازارد ریزو، «تکامل سیستم ضبط مغناطیسی استریو برای فیلم» (۱)، **نشریه انجمن مهندسان سینما و تلویزیون**، ۹۱ (اکتبر ۱۹۸۲)، صص ۹۵۰ - ۹۵۲. (م)

48 - Siemens Halske

49 - Eidophor

۵۰ - جیمز آر. بنفورد، «سیستم اپتیک سینما اسکوب»، **نشریه انجمن مهندسان سینما و تلویزیون**، ۶۲ (ژانویه ۱۹۵۴): ص ۶۷. (م)

51 - Louis - Walcott

۵۲ - فلیپ ویل رایت، **هراکلیتوس** (نیویورک، انتشارات آنتوم، ۱۹۶۴)، ورقهٔ ۲۹. (م)

۵۳ - اگر چه کومولی: نکتهٔ اصلی را از «اسطورهٔ سینمای تام» باز گرفته است: اختراع سینما را نوعی «تأخیر» می‌داند؛ تاریخ نگاری عمیقاً ماتریالیستی هیچ گاه یک امر قبلی را با بعدی اشتباه نمی‌گیرد. زیرا این نگرش، تاریخ را فرایندی می‌بیند مرکب از تغییر و تعریف مجدد در پاسخ به فعل و انفعالات متعدد اقتصادی و اجتماعی. (م)

۵۴ - برای بحث مفصلتر دربارهٔ چگونگی تأثیر فشارهای اقتصادی متعارض بر تکنولوژی سینما اسکوب، ر. ک. به مقالهٔ خود من، «سینما اسکوب؛ جنبه‌های اقتصادی تکنولوژی» در **ولوت لایت تراپ**، شمارهٔ ۲۱ (تابستان ۱۹۸۵). (م)

۵۵ - **چگونه غرب تسخیر شد و دنیای اعیان‌انگیز برادران گرم**، نتیجهٔ فوری چنین ورودی بودند. (م)

۵۶ - سینراما به عنوان یک نمایش ویژه طراحی شده بود که باید در معدودی سالن سینما نمایش داده می‌شد؛ بنابراین این تهدید مستقیمی برای کل صنعت سینما که باید هزاران سالن نمایش را تغذیه می‌کرد به شمار نمی‌آمد. اگر چه تبلیغات مطبوعاتی سینراما (**دیلی ورایتی**، ۱۹ اکتبر ۱۹۵۲) خبر می‌داد که دومین فیلم بلند سینراما یک فیلم داستانی خواهد بود (مربوط به جنگهای داخلی آمریکا، به کارگردانی جان فورد و تهیه‌کنندگی مریان سی. کوپر)؛ سینراما، در واقع ده سال بعد نتوانست با دو فیلم **چگونه غرب تسخیر شد و دنیای اعیان‌انگیز برادران گرم** (هر دو محصول ۱۹۶۲) به عرصهٔ فیلمهای داستانی وارد شود. سینراما از لحاظ تولید و بازاریابی تنها می‌توانست به شکلی غیرمستقیم به رقابت با هالیوود برده‌د. (م)

۵۷ - «سینراما - تصویر عریض». **فورچون**، ژانویه ۱۹۵۳، ص ۱۴۶. (م)

۵۸ - **دیلی ورایتی**، ۶ آوریل ۱۹۵۳، دو ماه بعد پارامونت یک بار دیگر با **بزرگترین نمایش روی زمین** از این حقه استفاده و آن را با نسبت ابعاد «۱» به «۱/۶۶» بخش کرد (**دیلی ورایتی**؛ ۱۱ ژوئن

- ۱۹۶۲، ص ۲۶) که به سینه‌راما اختصاص داشت ذکر شده است. (م)  
 ۷۳ - **دیلی و روایتی**، ۲۹ آوریل ۱۹۵۳، ص ۳. (م)  
 ۷۴ - **دیلی و روایتی**، ۲ فوریه ۱۹۵۳، ص ۱۰. (م)  
 ۷۵ - **دیلی و روایتی**، ۳ مارس ۱۹۵۴، ص ۶. (م)

76 - Roy Brewer

- ۷۷ - **تایم**، ۸ ژوئن ۱۹۵۳، ص ۶۶. (م)  
 ۷۸ - **رک** به **دیلی و روایتی**، ۱۵ اکتبر ۱۹۵۲، ص ۴. (م)  
 ۷۹ - گزارش این مجادله و بحث میان اتحادیه و کمیته سینه‌راما، در گزارشی که می‌گفت گویا سینه‌راما قصد دارد به دلیل تقاضاهای اتحادیه، شیکاگو را تحریم کند در نشریه **دیلی و روایتی** ۱۳ ژانویه ۱۹۵۳ به اطلاع عموم رسید. سرانجام این مناقشه در اواخر آوریل و پس از اینکه اتحادیه تقاضای خود مبنی بر افزایش تعداد متصدیان دستگاه نمایش را در مقابل امتیاز افزایش دستمزد کنار گذاشت حل و فصل شد. **دیلی و روایتی**، ۲۲ آوریل ۱۹۵۳، ص ۹. (م)

۸۰ - لورن گریگنون در گزارش خود به فوکس (به تاریخ ۱۴ اکتبر ۱۹۵۲)، تحریفات اپتیکی متعددی را در سیستم سینه‌راما ذکر کرده بود. او نوشت که «اغواچ اپتیکی سینه‌راما به حدی است که فضاهای داخلی معمولی اصلاً نمود طبیعی پیدا نمی‌کنند؛ البته مواردی هم وجود دارد که این تحریفات کمتر به چشم می‌آید، مثلاً فضای داخل کلیساها. اما حتی در چنین صحنه‌ای هم، تغییر شکل پله‌ها، به محض اینکه دوربین رو به جلو حرکت کند کاملاً عینی می‌شود.» او به علاوه متوجه تحریف خطوط افقی نیز شده بود: خطوط افقی «چنان نمود می‌یابد که انگار کف اتاق، مدوراست... به نظر می‌آید که اشیاء یا اشخاص صحنه به یک سمت این اتاق مدور حرکت می‌کنند. این مسئله به خصوص در صحنه‌های اپرا بیشتر مشخص می‌شود.» مجموعه اسپونیل. (م)

81 - Mike Todd

- ۸۲ - **مایک ناد و سوزان ناد، ملک با ارزش**، ص ۲۱۹. این عیوب، تازمانی که سیستم به تصویر سه قسمتی متکی بود از بین نرفت. بازلی کراوتر در بررسی **دنیای اجهاب انگیز برادران گوریم** توجه داشت که این سیستم هنوز هم دچار عیب «منحنی جلوه دادن خطوط افقی است... و محل اتصال تصاویر نیز هنوز مرئی است.» نیویورک تایمز، ۸ اوت ۱۹۶۲. (م)  
 ۸۳ - **مایک ناد و سوزان ناد، ملک با ارزش**، ص ۲۴۵. (م)  
 ۸۴ - یادداشت گریگنون خطاب به اسپونیل، به تاریخ ۱۴ اکتبر ۱۹۵۲. مجموعه اسپونیل. (م)

۸۵ - **مایک ناد، پیدایش سیستم مگنا تئاتر کورپوریشن و ناد آ. او.** را در ۲۵ مارس ۱۹۵۳ کمی بعد از اولین نمایش عمومی سینما اسکوپ و پس از به خدمت گرفتن جوشنک که به تازگی از فوکس استعفا داده بود و اطلاعات کاملی از سیستم سینما اسکوپ داشت اعلام کرد. به گفته پسرش، به نظر می‌آید که ناد در نقشه تقلید از

سینه‌راما، از فوکس جلوتر بود. او تحقیقات خود را برای ایجاد یک سیستم سینه‌رامای «تک سوراخ» شب بعد از افتتاح این است **سینه‌راما** آغاز کرد. **رک** به ناد و ناد، **ملک با ارزش**، ص ۲۲۵. (م)

86 - Daily Variety

- ۸۷ - **دیلی و روایتی**، ۲۷ ژانویه ۱۹۵۳، ص ۹. (م)  
 88 - Bosley Crowther  
 ۸۹ - **رک**. به بررسی مطبوعاتی **دیلی و روایتی**، ۲۷ آوریل ۱۹۵۳، ص ۲ و نیز **نیویورک تایمز**، ۲۵ آوریل ۱۹۵۳. (م)  
 ۹۰ - **فیلم بولتن**، ۹ مارس ۱۹۵۳، ص ۶. (م)

۹۱ - **لوس آنجلس تایمز**، ۴ فوریه ۱۹۵۳. وقتی فوکس، وارنر را متهم کرد که با انتخاب نام وارنر اسکوپ برای عدسی آنامورفیک خود، آشکارا قصد بهره‌برداری از نام سینما اسکوپ را دارد. جک وارنر جواب داد که حق امتیاز این نام، یک ماه پیش از معامله فوکس با کریتن به ثبت رسیده است و ضمناً با اشاره به شباهت واژه «سینه رامسا» به «سینما اسکوپ» آن را تلاشی برای بهره‌برداری از عنوان تجاری سینه‌راما عنوان کرد. این مطلب باعث شد که اصطلاح «سینه‌رامای فقرا» که به سیستم سینما اسکوپ اطلاق شده بود، در میان دست اندرکاران صنعت سینما بیشتر جا بیفتد. نقل از نامه جک وارنر به زانوک (به تاریخ ۷ مه ۱۹۵۳)، **بایگانی کمیته برادران وارنر**. (م)

- ۹۲ - **هاریسون رپورت** ۳۵، شماره ۱۲ (۲۱ مارس ۱۹۵۳). (م)

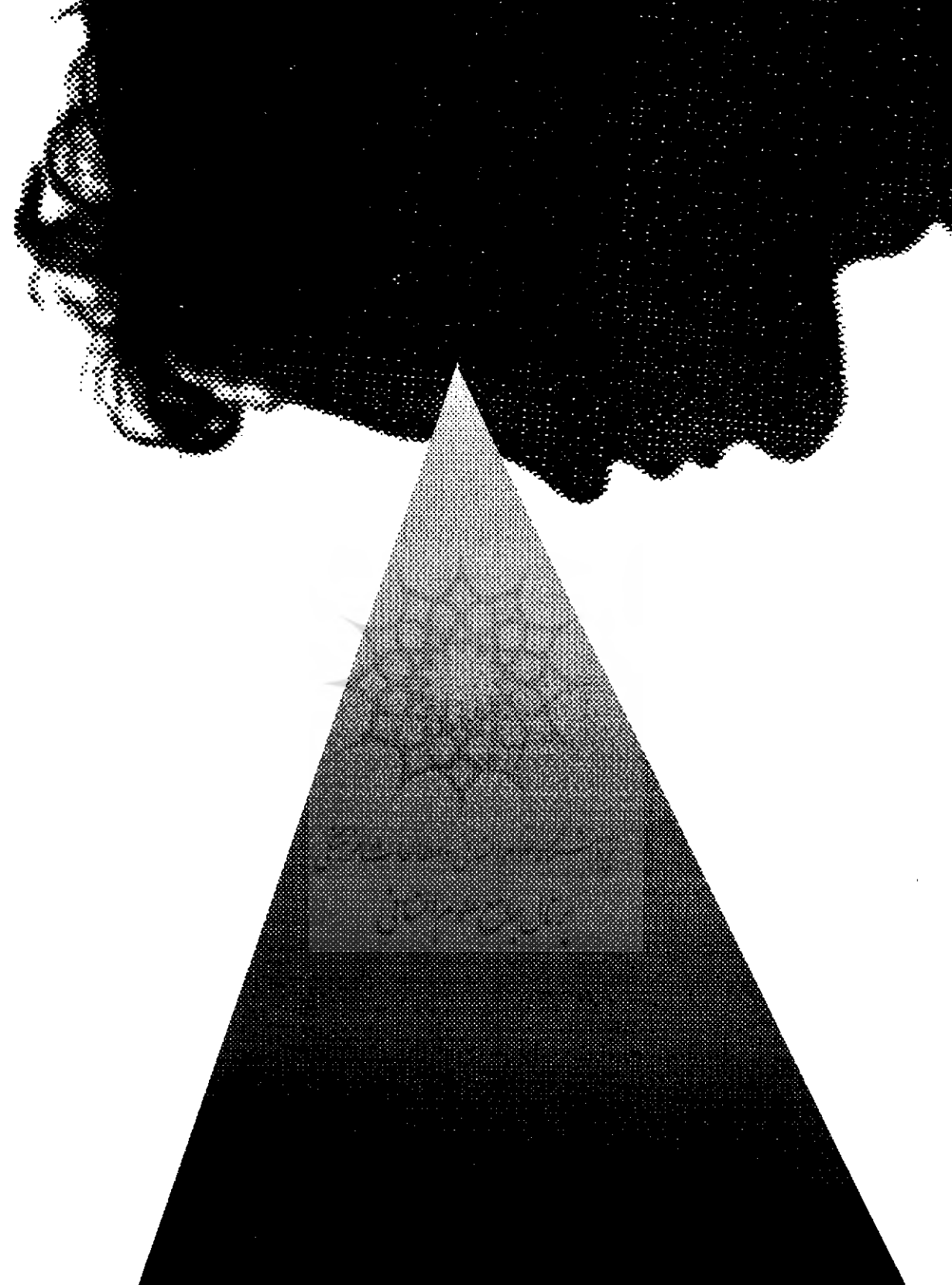
93 - How to Marry a Millionaire

94 - Gentlemen Prefer Blondes

- ۹۵ - این فیلم آخری، البته با سیستم معمولی فیلمبرداری و پخش شده بود؛ اما «صحنه‌هایی» از آن بازسازی شده و برای نمایش ویژه سینما اسکوپ، با این سیستم فیلمبرداری شد. (م)  
 ۹۶ - **دیلی و روایتی**، ۲ فوریه ۱۹۵۳، ص ۱. (م)  
 ۹۷ - اشاره‌ای است به مزیت سیستم سینما اسکوپ بر سیستمی سه‌بعدی که در آن، تماشاگر ناچار بود فیلم را با یک عینک مخصوص تماشا کند.

98 - Peripheral Vision

- ۹۹ - **ویلیام مولر در نامه‌هایی به جک وارنر درباره فیلمهای پس جوان از متروگلدوین مایر، موجودی از کرات دیگر از یونیورسال و قلعه تازی از کلمبیا** (دو فیلم آخر فیلمهای سه‌بعدی بودند)، توجه او را به درخشش ناچیز تصاویر روی پرده جلب می‌کند و آن را مشکل مشترک سیستمهای پرده عریض و سه‌بعدی در مرحله نمایش می‌خواند (۲۹ مه ۱۹۵۳). **بایگانی برادران وارنر**. (م)  
 ۱۰۰ - **هربرت براگ، تکامل سینما اسکوپ**، مجموعه اسپونیل. (م)



126 - The Maze

127 - Robot Monster

۱۲۸ - هال مورگان و دانیل سیمز، سیستم شگفت‌انگیز سه بعدی (نیویورک، انتشارات لیتل) صص ۵۷ - ۷۵. (م)

۱۲۹ - مورت بلومنستاک، «مبارزات خانه مومی»، نشریه نیواسکرین تکنیکز، صص ۹۷ - ۹۸. (م)

۱۳۰ - منبع قبل، ص ۱۰۱. (م)

۱۳۱ - برای مطالعه بیشتر دربارهٔ سیستم سه بعدی و جلوهٔ ورود اشیا و اشخاص فیلم به سالن نمایش، ر.ک. به ویلیام پال، «زیبایی شناسی جلوهٔ ورود اشیا و اشخاص فیلم به سالن نمایش» (متن چاپ شدهٔ سخنرانیهای کنفرانس انجمن مطالعات سینمایی، مونترال، مه ۱۹۸۷). (م)

۱۳۲ - «سفر در ماورای واقعیت»، در سفر در ماورای واقعیت (نیویورک، انتشارات هارکورت براس جواونویچ، ۱۹۸۳). اومبرتو اکو در توضیح فرهنگ بورژوازی، میان گروههای فرهنگی و جنزاییابی متفاوت تمایز قابل می‌شود و ماورای واقعیت را معادل فرهنگهای جدید و فاقد سنت نواحی کالیفرنیا و فلوریدا می‌داند. او فرهنگ این نواحی را با فرهنگ «اروپایی» تر شهرهایی با تاریخ کهن، مثلاً نیواورلئان متفاوت می‌داند.

استدلال اکو در مورد تکثیر و ازدیاد موزه‌های مومی، به خصوص در اینجا، کاملاً معتبر است و به ویژه در مورد فیلم خانه مومی. هم سینمای سه بعدی و هم موزه‌های مومی، نوعی بازنمایی واقعیت را به تماشاگر عرضه می‌کنند، واقعیتی که حقیقتاً چیزی نیست جز یک فریب (ر.ک. به اکو، ص ۸). (م)

133 - Carl Dudley

۱۳۴ - نیویورک وورلد تلگرام، ۱۳ اکتبر ۱۹۵۳، گزارش می‌داد که کارل دادلی حتی روی دست نمایش افتتاحیهٔ خرقة هم بلند شده بود و چهار ساعت قبل از افتتاح آن در نیویورک، فیلم ده دقیقه‌ای خود دربارهٔ سیر و سیاحت به نام آلوها نویی را در سینمای در بوفالو افتتاح کرد. (م)

۱۳۵ - دیلی واییتی (۲ ژوئن ۱۹۵۳، ص ۳) پس از نمایش ویستاراما گزارش داد که تصویر سینما اسکوپ «واضحتر» است. (م)

136 - The Command

۱۳۷ - دادلی سمی داشت از مقابلهٔ مستقیم با فوکس اجتناب کند و تولیدات ویستارامای خود را فقط به فیلمهای کوتاه، فیلمهای دربارهٔ سیروسیاحت و فیلمهای مستند اختصاص می‌داد. او به علاوه، فیلمبردارانی را برای تهیهٔ صحنه‌هایی که در قطع پردهٔ عریض وجود نداشت به اطراف دنیا می‌فرستاد. فوکس دادلی را رقیب عمده‌ای برای سینما اسکوپ محسوب نمی‌کرد. در واقع، حتی برای نمایش ویستاراما در نیویورک، یک جفت عدسی نمایش سینما اسکوپ نیز به او قرض داد. ر.ک. به نامهٔ زانوک به جک

101 - Arch Oboler

102 - Jerry Wald

۱۰۳ - مقاله «Strictly for the Marbles»، تایم، ۸ ژوئن ۱۹۵۳، ص ۶۷. (م)

۱۰۴ - دیلی واییتی، ۱۶ ژانویه ۱۹۵۳، ص ۷. (م)

۱۰۵ - هالیوود ریپورتر، ۱۳ فوریه ۱۹۵۳. (م)

۱۰۶ - نیویورک وورلد تلگرام، ۱۴ سپتامبر ۱۹۵۳، ص ۲۱. (م)

107 - Lowell Thomas

۱۰۸ - لبن فارنول، «پیدا کردن مشترک برای کالا: یادداشت‌هایی در معرفی سینه رامام»، نیواسکرین تکنیکز، گردآوری مارتین کیکلی جونور (نیویورک، انتشارات کیکلی، ۱۹۵۳)، ص ۱۴۲. (م)

۱۰۹ - دیلی واییتی (۲۸ اکتبر ۱۹۵۳) گزارش داد که سینه‌راما بخشی از «تماشاگران بالقوهٔ تئاتر» را ربوده، گروه تماشاگرانی که معمولاً به تئاتر می‌روند. (م)

۱۱۰ - فارنول، «پیدا کردن...»، ص ۱۴۴. (م)

۱۱۱ - ویکی واییتی، ۸ آوریل ۱۹۵۳. (م)

۱۱۲ - وال استریت جورنال، ۱۶ سپتامبر ۱۹۵۵. (م)

۱۱۳ - ویکی واییتی، ۸ آوریل ۱۹۵۳. (م)

۱۱۴ - برای مطالعه بیشتر در مقولهٔ ایدئولوژی سینه‌راما، ر.ک. به جان بلتون، «سینه‌راما، عصری جدید در سینما»، پرفکت ویزن، شمارهٔ ۴ (بهار ۱۹۸۸). (م)

۱۱۵ - دیلی واییتی، (۲۵ مارس ۱۹۸۳، صص ۴، ۲۲) نظر گروهی از مدیران اجرایی استودیو را نقل کرده است که «سیستم جدید را با عناوین «فوق العاده» و «شگفت‌انگیز» ستوده‌اند.» موشن پیکچر هرالده (۲۸ مارس ۱۹۵۳، ص ۱۲) از بخشی - کنندگانی نقل قول آورده است که سینما اسکوپ را «پاسخی به تلویزیون» و «بالاترین استاندارد سینما نامیده‌اند. (م)

116 - Martin Quigley

۱۱۷ - موشن پیکچر هرالده، ۱۳ اکتبر ۱۹۵۳، ص ۱. (م)

۱۱۸ - ر.ک. به سر مقالهٔ دلبو. آر. ویلکرسون در هالیوود ریپورتر، ۱۹ مارس ۱۹۵۳. (م)

119 - Roxy

۱۲۰ - دیلی واییتی، ۱۷ سپتامبر ۱۹۵۳، ص ۱. (م)

۱۲۱ - دیلی نیوز، ۱۷ سپتامبر ۱۹۵۳، نیویورک جورنال - آمریکن، ۱۷ سپتامبر ۱۹۵۳، ص ۲۰. از دیگر مدعوین، برادران رییس جمهور آمریکا، آرتر و میلتن آیزنهاور؛ هنری فورد دوم؛ دبوید راکفلر؛ والتر کرایسلر جونور؛ و اسقف شین بودند. (م)

122 - Bwana Devil

123 - House of Wax

124 - Man in the Dark

125 - It Came from Outer Space

وارنز به تاریخ ۱۸ ژوئیه ۱۹۵۳، بایگانی برادران وارنر. (م)  
138 - Hollywood Reporter

۱۳۹ - هالیوود ریپورتر، ۲۸ نوامبر ۱۹۵۲، ص ۳. (م)  
۱۴۰ - نویسنده مقاله، محتوای فیلم را نیز «قطعه ملال آور و درازگویی که تماشاگر را با حین به هلهله وامی دارد» ارزیابی می‌کرد. منبع قبل، ص ۱۵. (م)

۱۴۱ - مدیر مبادلات کمپانی یونایتد آرتیستز، در تشریح مشکلات و مسائل بخش و نمایش شیطان یوانا، به یکی از نمایندگان کمپانی برادران وارنر گزارش داد که «هر چقدر هم که کیفیت فیلم از نقطه نظر تولید خوب باشد، عدم دقت متصدیان دستگاه نمایش در تنظیم قابهای فیلم و همزمانی آنها می‌تواند تأثیر نمایش را به کلی خراب کند و البته اغلب هم چنین وضعی پیش می‌آید. اغلب پس از بازگرداندن فیلمها می‌توان دید که نوارهای لیدر، یک، دو و یا سه فریم با هم اختلاف دارند و همین نکته نشان می‌دهد که کل آن حلقه به شکلی ناهمزمان نمایش داده شده و در نتیجه، حرکت روی پرده شکل نامطلوبی داشته و باعث آزار چشم بینندگان فیلم می‌شود.» مجموعه اسپرنیل، این گزارش به تاریخ ۹ فوریه ۱۹۵۳ تنظیم شده است. (م)

۱۴۲ - مورگان و سیمز، سیستم شگفت‌انگیز سه بعدی، ص ۹۵. آمارگیری از ۱۰۵۶۷ نفر تماشاگر سیستم سه بعدی از فوریه تا ژوئن ۱۹۵۳ (البته این آمارگیری، تماشاگرانی را که از سیستم سه

بعدی حمایت نمی‌کردند نیز شامل می‌شد) نشان داد که ۵۸/۲ درصد، استفاده از عینک مخصوص را ناراحت کننده می‌دانستند، در حالی که ۴۱/۸ درصد این عقیده را نداشتند؛ ۸۲/۲ درصد گفتند که وجود عینک باعث نمی‌شود که باز هم به دیدن یک فیلم سه بعدی بیایند. دلیلی وراثتی، ۵ اوت ۱۹۵۳، ص ۹. (م)  
۱۴۳ - هالیوود ریپورتر، ۲۶ اکتبر ۱۹۵۳. (م)

۱۴۴ - جیمز اسپلبرگ در «سینما اسکوپ و ایدئولوژی» تجزیه و تحلیلی دارد درباره رابطه سینما اسکوپ با یک تفسیر مائزبالیستی فرضی از این شکل جدید که می‌گوید سینما اسکوپ، توهم عمیقتری از واقعیت به دست می‌دهد. او نتیجه می‌گیرد که سینما اسکوپ در واقع توهم عمیقتری از واقعیت به دست نمی‌دهد، بلکه واقعیت عمیقتری از توهم عرضه می‌کند. از نظر او، سینما اسکوپ به عنوان نوعی واقعیت سینمایی به بازار عرضه شده و درک واقف‌آبانه‌تری از توهم سینمایی ارائه می‌کند (ولوت لایت تراپ، شماره ۲۱ [تابستان ۱۹۸۵]، صص ۳۱ - ۳۲). (م)

□ جان بلتون در دیپارتمان انگلیسی در روتجرز، تدریس فیلم می‌کند.

سینما جورنال  
سال ۲۸، شماره ۱  
پاییز ۱۹۸۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

