http://dx.doi.org/10.18778/7969-538-6.08

Michał Pabiś-Orzeszyna
Uniwersytet Łódzki

Historia na naszych oczach? Kino 3D i retoryka rewolucji

Dotarliśmy do miejsca, w którym znalezienie dwuwymiarowej wersji wysokobudżetowego filmu graniczy z cudem. Dla tych, którzy cenią swoje oczy, okulary 2D są gotowe do użycia. Są prawdziwe i czekają tylko, aby spłaszczyć wszystko, co Hollywood rzuca w naszą stronę. […] *Tak więc następnym razem, gdy udacie się do lokalnego multipleksu i mieszczącej się w nim zaciemnionej jaskini trójwymiarowych cierpień, grzecznie podziękujcie za wielokrotnie używane okulary 3D. Z wdziękiem załóżcie swoje 2D Glasses i cieszcie się obrazem tak, jak natura tego chciała (bez Smerfa Lalusia lądującego na Waszych czołach)*[1].

(Brian Barrett, publicysta bloga technologicznego www.gizmodo.com o okularach 2D, które odwracają efekt polaryzacyjny)

1. Wstęp, czyli wiele hałasu o nic?

Obecność kina trójwymiarowego w książce o współczesnym filmie może wydawać się oczywista nie tylko dla tych, którzy wiedzą, jakiego rzędu zysk przyniosła globalna dystrybucja *Avatara* (reż. J. Cameron, 2009)[2], ale również dla tych, którzy zaglądają czasem do kin i widzą liczbę plakatów z inskrypcją

[1] Brian Barrett, *These 2D Glasses Make 3D Movies Watchable Again*, dostępne przez: http://gizmodo. com/5793752/these-2d-glasses-make-3d-movies-watchable-again [dostęp: 1.08.2014]. Pojawienie się na amerykańskim rynku okularów 2D spotkało się z szerokim i pozytywnym oddźwiękiem. Okulary takie można też interpretować jako interesujący przykład oddolnego oporu, szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę możliwość samodzielnego ich wykonania, a więc obecność w hackerskim paradygmacie kultury DIY (zrób-to-sam). Zob. Whitston Gordon, *DIY 2D Glasses Help You Avoid the Pain of 3D Movies*, http://lifehacker.com/ 5757835/diy-2d-glasses-help-you-avoid-the-pain-of-3d-movies [dostęp: 15.08.2014].

[2] Film Camerona jest najbardziej dochodową produkcją w historii kina. Według serwisu www. boxoffice mojo.com, Avatar przyniósł zysk w wysokości 2 787 965 087 amerykańskich dolarów. Dla porównania, kwotę tego samego rzędu Google planuje wydać na udostępnienie Internetu wszystkim ludziom na świecie, zwracając uwagę, że obecnie dwie trzecie globalnej populacji tego dostępu nie ma. Zob. Alistair Barr, Andy Pasztor, *Google Invests in Satellites to Spread Internet Access*,

3D[3]. Z drugiej strony jest całkiem możliwe, że część czytelników i czytelniczek nie byłaby zmartwiona zupełnym brakiem tego artykułu, oczekując ewentualnie, że – skoro już jest – utwierdzi ich w kasandrycznym przekonaniu o bliskim końcu trójwymiarowego epizodu.

W pewnym sensie stając po stronie sceptyków, postaram się uniknąć poetyki obwieszczania rewolucji w dziejach kina, zwiastowania przełomu kolejnego po „udźwiękowieniu" lat dwudziestych i trójwarstwowym Technicolorze lat trzydziestych (taką postępową narrację proponuje większość przedstawicieli przemysłu, na przykład Sławomir Idziak czy Jeffrey Katzenberg, szef DreamWorks Animation, który pięć lat temu zarządził, aby wszystkie filmy tego studia powstawały w 3D)[4]. W pierwszej części tego tekstu zasugeruję, że zarówno opowieść Katzenberga, jak i ogólniej – dominujący nurt dyskusji na temat dzisiejszej odsłony stereoskopii jest bardzo silnie zakorzeniony w pewnych toposach teorii filmu (w czymś, co można nazwać „Świętym Graalem immersji" lub efektem realności) oraz w schematach filmowej historiografii (w technologicznym determinizmie oraz w retoryce „kamieni milowych"). Moim zdaniem odpowiednie ujęcie tej debaty – zasilanej paliwem z różnych źródeł – może skłaniać do podejrzeń, iż zamieszanie wokół 3D to nic więcej, jak tylko amalgamat filmoznawczych obsesji oraz marketingowych chwytów przemysłu rozrywkowego.

A więc wiele hałasu o nic? Rzeczywiście, gdy czytamy komentarze na temat 3D, nie tylko pojawia się uczucie *déjà vu*, odsyłające do lat pięćdziesiątych ówczesnych dyskusji oraz przepowiedni[5], lecz także szereg pytań o ewentualne – często nieświadome – uwikłanie dyskursu akademickiego w promocyjne działania Hollywood. A jednak daleki jestem od przekornego twierdzenia, że kino trójwymiarowe jest jedynie spekulacyjną bańką i w związku z tym nie warto brać udziału w rozmowach na jego temat. Taka przekorna odmowa byłaby w gruncie rzeczy przypadkiem fetyszystycznego wyparcia, które Octave Mannoni swego czasu ujął frazą: „je sais bien mais quand même" („wiem, ale mimo to…")[6]. Milczenie w sprawie kina trójwymiarowego – często przybierające formę ostentacyjnego *désintéressement* – to samooszukujące odwracanie wzroku od procesów, które realnie mają miejsce, niezależnie od tego, co sądzimy o dominującym języku ich opisu. Założenie okularów 2D – choć może przynieść chwilową ulgę – nie sprawi, że film 3D przestanie być trójwymiarowy.

---

http://online.wsj.com/articles/google-invests-in-satellites-to-spread-internet-access-1401666287 [dostęp: 8.08.2014].

[3] Statystyki dotyczące wzrostu liczby filmów realizowanych w 3D cytuje Adam Andrysek w niedawno opublikowanym artykule. Zob. idem, *Między kalkulacją a kreacją. Status współczesnego kina 3D*, „Kwartalnik Filmowy" 2014, nr 85, s. 166.

[4] Zob. Bruce Handy, *Jeffrey Katzenberg on 3-D: Depth Becomes Him*, "Vanity Fair", 29.03.2009, http://www.vanityfair.com/online/oscars/2009/03/jeffrey-katzenberg-on-3d-depth-becomes-him [dostęp: 1.08.2014].

[5] Na przykład w 1953 roku, w kwietniowym wydaniu magazynu "Popular Science" można było przeczytać, że „wielkie studio 20th Century Fox oznajmiło, iż niebawem wszystkie filmy będzie realizować w 3D". Zob. *How They Make Movies Leap At You*, "Popular Science" 1953, No. 4, s. 97.

[6] Zob. Octave Mannoni, *Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène*, Paris 1969.

Technologia 3D – oraz będąca jej składową retoryka technologicznej rewolucji – jest ewidentnie istotnym elementem globalnego przemysłu rozrywkowego, jednak zrozumienie jej miejsca w tym ekonomicznie skomplikowanym układzie oraz dostrzeżenie roli w zachodzących wciąż przemianach wymaga wyjścia poza obowiązujący porządek dyskusji. W drugiej części moich rozważań zasugeruję alternatywny sposób ujęcia tego, jak Hollywood funkcjonalizuje dziś kino trójwymiarowe. Będą to zatem powiązane ze sobą porządki retoryczne (historycznego wydarzenia, postautorskich odkrywców), podporządkowane realnie zachodzącemu procesowi globalnej cyfryzacji i konglomeryzacji kin oraz dominacji transmedialnych franczyz[7]. Digitalizacja i franczyzy to bowiem najistotniejsze współrzędne ekonomicznego paradygmatu kina współczesnego, upodrzędniające filmową stereoskopię, funkcjonalizujące dyskursy ją otaczające, tak aby wspierały one proces zanurzania widzów w uniwersa rozmaitych produktów. Sądzę, że obecnie kino trójwymiarowe w mniejszym stopniu służy doskonaleniu doświadczenia immersji, w większym zaś sprawnej dystrybucji tak zwanych *tent-poles*, a więc wysokobudżetowych filmów-lokomotyw oraz dalszej sprzedaży kubków z Wolverinem i innymi członkami drużyny X-Men.

2. Święty Graal immersji oraz historiozoficzne fiksacje

Większość widzów nie zdaje sobie sprawy z tego, że kiedy puszczasz im film 3D, to jest to przyjemne. Nie wiedzą tego, bo to sfera nieświadomości[8].

Chris Condon, reżyser *The Stewardesses* (1970)

Podział na zagorzałych zwolenników kina trójwymiarowego i jego przeciwników można odnaleźć w różnych kręgach. Wśród praktyków apologeci, tacy jak James Cameron, Sławomir Idziak czy Jeffrey Katzenberg spierają się – dosłownie lub wirtualnie – nie tylko z użytkownikami okularów 2D, ale też z nieufnie nastawionymi kolegami z branży, na przykład Christopherem Nolanem, Dannym Boylem czy J. J. Abramsem, a do pewnego momentu również z Michaelem Bayem[9].

[7] Podobnie sprawę ujmował Thomas Elsaesser w artykule, do którego będę się jeszcze odnosił. Zob. idem, The *„Return" of 3D: On Some of the Logics and Genealogies of the Image in the Twenty First Century*, "Critical Inquiry", Winter 2013.

[8] Cyt. za: Ray Zone, *3-D Filmmakers. Conversations With Creators of Stereoscopic Motion Pictures*, Lanham 2005, s. 7.

[9] Michael Bay zmienił zdanie na temat stereoskopii przed premierą reżyserowanego przez siebie – w 75% kamerami 3D – filmu Transformers 3 (reż. M. Bay, 2011). Do nowej technologii mieli go przekonać Jeffrey Katzenberg i Steven Spielberg (producent wykonawczy filmu), ale przede wszystkim James Cameron. Nie powinien nam jednak umknąć fakt, że szeroko odnotowane nawrócenie Baya odbyło się w kontekście pierwszego po sukcesie *Avatara* kryzysu popularności 3D (w pierwszym kwartale 2011 roku trójwymiarowe wersje filmów przyciągały znacząco mniej widzów niż wersje dwuwymiarowe), a produkujące *Transformers 3* studio Paramount Pictures nie omieszkało zbudować odpowiedniej narracji wokół tej – *nomen omen* – konwersji. W maju 2011 roku, dwa miesiące przed premierą filmu studio wraz z magazynem „The Hollywood Reporter" zorganizowało

Polemicznego żywiołu nie brakuje również w obrębie filmowej publicystyki. W 2011 roku obrońca 3D Devin Coldewey odpierał retoryczne ataki Rogera Eberta. Ebert, najbardziej bodaj prominentny krytyk filmowy, wzywał wówczas do „zamknięcia sprawy" technologii, która – głównie ze względu na problemy z nadreprezentacją ciemnych tonów, słabą kontrolą ostrości oraz ponieważ „nasze mózgi nie chcą z nią działać" – „nie sprawdza się i nigdy się sprawdzać nie będzie". Z kolei David Bordwell i Krtistin Thompson opublikowali w ostatnich latach szereg artykułów zwiastujących rzekomo nieuchronną porażkę 3D [jeden z nich Thompson opatrzyła prowokacyjnym tytułem „Has 3D Already Failed?" („Czy to już? Koniec z 3D?"][10]. Polskim odpowiednikiem tych debat mogłaby być emocjonalna dyskusja Sławomira Idziaka z Kamilem Śmiałkowskim na temat filmu *1902: Bitwa Warszawska* (reż. J. Hoffman, 2011)[11].

Wysoka temperatura polemik – tytuł jednego z esejów Eberta to *Why I Hate 3-D (And You Should Too)* [„Dlaczego nienawidzę 3-D (i Ty również powinieneś)"], zaś Mathew Inman, jeden z najbardziej znanych amerykańskich blogerów, autor www.theoatmeal.com wymienia powody, dla których „filmy trójwymiarowe muszą zginąć" (*Why 3-D Movies Need To Die*)[12] – sprawia, że przebieg większości rozmów o technologii 3D staje się niestety dość przewidywalny. Przewidywalność ta – jako powtarzalność argumentów i retorycznych motywów – może się jednak okazać dość interesująca, jeśli spojrzymy wstecz i ujmiemy ją z odpowiedniej, historycznej perspektywy.

Recenzując przekonwertowaną na 3D wersję *Titanica* (reż. J. Cameron, 1997/2012) Michał Walkiewicz opisywał swoje doświadczenie w charakterystycznym, ewokującym zmysłowość stylu:

> Titanic jeszcze raz podnosi kotwicę. Tłoki pracują, para bucha, orkiestra gra, Leo stoi na dziobie i wykrzykuje, że jest królem świata. […] warto, choćby po to, by „dotknąć" rzeczonych faktur i zbadać owe kształty; przespacerować się zadymionymi halami maszynowni i podnieść z pokładu kawałek góry lodowej[13].

Na tę „haptyczną" wrażliwość obecną w tekście Walkiewicza zwracał niedawno uwagę Adam Andrysek w artykule *Między kalkulacją a kreacją. Status*

---

spotkanie Baya z Cameronem. Przed liczną widownią dyskutowali na temat wad i zalet 3D, technologii, którą reżyser serii *Transformers* „w końcu pokochał". Zob. Jay A. Fernandez, *Michael Bay Reveals James Cameron's Secret Role in the Making of 'Transformers'*, http://www.hollywood reporter.com/news/michael-bay-reveals-james-camerons-191774 [dostęp: 4.08.2014].

[10] Zob. Roger Ebert, *Why 3d Doesn't Work And Never Will. Case Closed*, http://www.rogerebert.com/rogers-journal/why-3d-doesnt-work-and-never-will-case-closed [dostęp: 3.08.2014]; Devin Coldewey, *A rebuttal of Roger Ebert's diatribe against 3D cinema*, http://tech crunch.com/2010/04/30/a-rebuttal-of-roger-eberts-diatribe-against-3d-cinema/ [dostęp: 29.07.2014]; Kristin Thompson, Has 3D *Already Failed*?, http://www.david bordwell.net/blog/2009/08/28/has-3-d-already-failed/ [dostęp: 22.07.2014].

[11] Zob. rejestrację wideo tej rozmowy: *WYWIAD WIDEO: Dyskusja Sławomira Idziaka z pomysłodawcą Węży*, http://www.filmweb.pl/video/wywiad+wideo/Dyskusja+S%C5%82awomira+Idziaka+z+ pomys%C5%82 odawc%C4%85+W%C4%99%C5%BCy-28021 [dostęp: 29.07.2014].

[12] Zob. R. Ebert, *Why I Hate 3-D (And You Should Too)*, "Newsweek", 10.05.2010; Mathew Inman, *Why 3-D Movies Need To Die*, http://theoatmeal.com/blog/3d_movies [dostęp: 5.08.2014].

[13] Michał Walkiewicz, *A statek płynie*, http://www.filmweb.pl/reviews/A+statek+p%C5%82ynie-12675 [dostęp: 27.08.2014].

współczesnego kina 3D[14]. Jego zdaniem, sugestywność opisu doświadczenia odbiorczego dowodzi, że czasem spotykane w kinach konwersje z 2D na 3D – nazywane pogardliwie fałszywkami (*fake 3D*) – nie zawsze są cyniczną próbą *liftingu* i odcinania kuponów za pomocą technologicznej sztuczki[15]. Wydaje się jednak, że przywołany fragment może być interesujący nie jedynie w kontekście *Titanica* (a więc jako świadectwo sukcesu Cameronowskiej pedanterii i światełko w tunelu dla innych konwersji), ale przede wszystkim jako emblemat dominującego od dekad języka opisu filmów trójwymiarowych (i nie tylko takich). Paradygmat ten – niezależnie, czy mowa o 3D, czy o wprowadzonych w latach pięćdziesiątych dwuwymiarowych formatach szerokoekranowych w rodzaju Cineramy, CinemaScope lub ToddAO – z zastanawiającą regularnością eksponuje wrażenie realności obrazu, *quasi*-zmysłowość jego doświadczenia i efekt immersyjnego przekroczenia bariery ekranu. Warto przytoczyć tu choćby wcześniejszą o osiemnaście lat recenzję filmu *Wings of Courage* (reż. J-J. Annaud, 1995) autorstwa Krzysztofa Kłopotowskiego, takimi słowami relacjonującego wizytę w nowojorskim Sony IMAX Theatre:

> Zaczyna się właściwy film. Och!, nad moją głową pojawia się samolot i leci w głąb ekranu, w stronę Andów. Ośnieżone, kanciaste szczyty gór znajdują się w zasięgu ręki! To niewiarygodne. […] Obraz wyłania się z mroku i wisi w powietrzu. Tak do kina wchodzi… trzeci wymiar[16].

Nie mam intencji gromadzenia kolekcji dla ewentualnego muzeum trójwymiarowego entuzjazmu[17]. Zależy mi raczej na wskazaniu, że eksponowane przez Walkiewicza i Kłopotowskiego doświadczenie zmysłowego „zanurzenia" w ekranowej rzeczywistości to w gruncie rzeczy interesujący transhistoryczny topos. Topos ten, co istotne, w rozmaitych historycznych kontekstach służył niejednoznacznym i różnorodnym celom, począwszy na intelektualizowaniu fenomenu bycia-w-kinie, na efektywnym promowaniu go skończywszy. John Belton w eseju *Glorious Technicolor, Breathtaking CinemaScope and Stereophonic Sound* wskazuje na przykład, że wedle prasowych opisów podczas pierwszych projekcji *This Is Cinerama* (reż. M. C. Cooper, 1952)

---

[14] A. Andrysek, *op. cit.*, s. 168.

[15] Co ciekawe, tropienie trójwymiarowych fałszywek znalazło swoją niszę w Internecie. Zob. http://realorfake3d.com/ [dostęp: 8.08.2014].

[16] Krzysztof Kłopotowski, *Najwspanialsze widowisko świata*, „Film" 1995, nr 6, s. 94.

[17] Choć relację Kłopotowskiego warto zestawić z cytowanym wcześniej artykułem z „Popular Science" z 1953 roku, którego autor przestrzegał, by „nie być zaskoczonym, jeśli lada moment bohater filmu wyjdzie z ekranu, aby podnieść dziewczęcy kapelusz, który wylądował między rzędami widowni". Czytelnicy tego artykułu mogli się też dowiedzieć, że wcześniejsze – podejmowane w latach dwudziestych – próby kina 3D skazane były na porażkę, teraz jednak technologia jest o wiele bardziej zaawansowana i polaryzacyjna stereoskopia niechybnie odmieni oblicze kina. Zob. *How They Make Movies Leap At You…*, s. 97–98. Kłopotowski kończy natomiast swoją, pisaną w 1995 roku, recenzję konstatacją: „Technologia trójwymiarowa, udoskonalona przez japoński koncern rozrywkowy [chodzi o Sony – przyp. M.P.-O.] po nieudanej premierze w 1950, stanowi rewolucję w historii kina nie mniejszą niż wprowadzenie koloru. Dzięki niej kino nabierze głębi przestrzennej, ale raczej nie nabierze głębi kulturalnej, stając się ucieczką w świat złudzeń". K. Kłopotowski, *op. cit.*, s. 94.

[…] efekt realności zrobił wrażenie nawet na pewnym doświadczonym pilocie. Lowell Thomas opowiadał, jak as lotnictwa generał James Doolitle chwytał się nerwowo fotelowego oparcia, gdy filmowy pilot Paul Mantz przelatywał przez Wielki Kanion. Z kolei apteki w pobliżu nowojorskiego kina, w którym wyświetlano film zbijały fortunę w przerwach między aktami, sprzedając Dramamine widzom, którzy już po pierwszej części doświadczali choroby lokomocyjnej lub też przygotowywali się na to, co nastąpi dalej[18].

Belton nie daje się jednak uwieść temu sugestywnemu opisowi i trzeźwo zauważa, że prasowa recepcja pokazów Cineramy współgrała z promocyjną strategią producentów, którzy z kolei – bardziej lub mniej świadomie – reprodukowali marketingowe chwyty z czasów wczesnego kina.

Cinerama defamiliaryzowała kino. Przywracała afektywną siłę czystego doświadczenia, którą posiadało dawno temu […] Podobnie, jak filmy we wczesnym kinie – zauważa Belton – Cinerama była czymś więcej niż kino. Była czymś wyjątkowym. Ludzie szli na pokazy tak, jakby szli pograć w kręgle lub w golfa. Odwrotnie niż oparte na dialogach kino fabularne, nie była konsumowana, ale doświadczana[19].

Kapitalizacja tego „wyjątkowego doświadczenia" – podobnie zresztą, jak wysokobudżetowych premier w formatach CinemaScope czy ToddAO – była możliwa jedynie dzięki odpowiednim zabiegom marketingowym, przywołującym na myśl pomysłowość Tony'ego Pastora, właściciela jednego z pierwszych nowojorskich kin, który w 1896 roku na czas projekcji wynajmował ambulans, rzekomo poświadczający „graniczność" wrażeń, za które widzowie płacili[20].

W wypowiedziach na temat 3D wątek pierwszych filmowych pokazów filmowych – jak również pierwszych urządzeń stereoptycznych – pojawia się niejednokrotnie, najczęściej, aby podkreślić skalę postępu, jaki w domyśle miał miejsce. Szczególnie ciekawie – i nieco odmiennie – funkcjonuje natomiast mit o widzach uciekających przed ekranowym pociągiem. Legendę tę bezkrytycznie przywołuje na przykład Ray Zone w książce *Stereoscopic Cinema and the Origins of 3-D Film, 1838-1952*, sugerując zarazem w Bazinowskim stylu, że bracia Lumière od zawsze chcieli robić kino trójwymiarowe[21]. Nieprzypadkowo też, jak sądzę, Sławomir Idziak w wywiadzie dla pisma „Maleman" przekonywał, że „(t)echnologia 3D cofnęła nas do samych początków kina. Do tego momentu, w którym widzowie patrząc, jak zbliża się pociąg, krzyczeli w strachu,

[18] John Belton, *Glorious Technicolor, Breathtaking CinemaScope and Stereophonic Sound*, [w:] *The Classical Hollywood Reader*, ed. Steve Neale, London 2012, s. 359.

[19] *Ibidem*.

[20] Zob. Stephen Bottomore, *The Panicking Audience?: Early cinema and the 'train effect'*, "Historical Journal of Film, Radio and Television" 1999, Vol. 19, Issue 2, s. 181. W swoim eseju Bottomore podaje wiele interesujących przykładów reklamowego potencjału, tkwiącego w micie o przerażonych widzach.

[21] Ray Zone, *Stereoscopic Cinema and the Origins of 3-D Film, 1838–1952*, Kentucky 2007, s. 73–86. Znamienne jest również to, że recenzja książki Zone, która ukazała się w "Editors Guidl Magazine" została opatrzona tytułem *L'Arrivée du 3-D*. Zob. *Betsy A. McLane, L'Arrivée du 3-D*, http://www.editors guild.com/v2/magazine/archives/0508/columns_cutprint2.htm [dostęp: 13.08.2014].

że wyjedzie z ekranu”[22]. Z kolei Zdzisław Pietrasik obszernie recenzując dla „Polityki” *1920: Bitwę Warszawską* przewrotnie przestrzegał, że „(j)uż pierwsza scena – po prologu – robi duże wrażenie. Pociąg pancerny pędzi wprost na nas z taką prędkością, że widzowie nieoswojeni z nową technologią mogą się przestraszyć”[23]. [Naturalnie również opisywana przez niego scena jest nawiązaniem do słynnego pokazu w Salon Indien.]

Podobną analogię można znaleźć w artykule Pawła Sitkiewicza pt. *3D or not 3D. Początki animacji trójwymiarowej*, w którym autor przekonuje, że „(n)iewykluczone, że pierwszym filmem 3D w dziejach kina był *Wjazd pociągu na stację w La Ciotat* (1895) braci Lumière, w którym przecież nie posłużono się żadną formą stereoskopii. Ponieważ widzowie – jak wskazują liczne relacje – obawiali się, że pociąg wyjedzie z kadru do sali projekcyjnej, zachowywali się dokładnie tak samo, jak publiczność filmów 3D, robiąca unik przed sugestywną iluzją”[24]. Sitkiewicz w ciekawy sposób odwraca jednak tradycyjną argumentację i trzeźwo zauważa, że iluzja przestrzennej głębi jest historycznie względna, zależna od konwencji i może być doskonalsza w „tradycyjnych” filmach 2D niż w tych oglądanych za pomocą okularów. Podobne stanowisko wobec stereoskopii zajmuje Christopher Nolan, który w niedawnym wywiadzie dla Directors Guild of America – wymownie zatytułowanym *The Traditionalist* („Tradycjonalista”) – przekonywał, że „3D to zła nazwa. Wszystkie filmy są 3D. Istotą fotografii jest trójwymiarowość”[25].

Z metateoretycznej perspektywy, którą tutaj przyjąłem, interesujące wydaje się to, że porządek refleksji zorientowany na wrażenie realności i potocznie rozumianą immersję ustala współrzędne nie jedynie dla optymistycznych prognoz, ale także dla wypowiedzi sceptyków. Znamienne, że oponenci kina trójwymiarowego jako swój główny argument przeciwko niemu przywołują zazwyczaj te właściwości, które burzą iluzję i uniemożliwiają widzowi pełne zanurzenie się w fabule oraz jej wizualnej reprezentacji, a więc: nienaturalnie ciemny obraz, problemy z ostrością, efekt „kartonowych” dekoracji, efekt „okna” i jego obramowania oraz to, co czyni doświadczenie odbioru niekomfortowym, czyli zawroty głowy i nudności. Pozostając w tym porządku również i Sitkiewicz stwierdza, że „Świętym Graalem stereoskopii od zawsze było wynalezienie systemu, który

[22] Cyt. za: *Idziak: 3D cofnęło nas do samych początków kina*, http://www.portalfilmowy.pl/wydarzenia, 6,2515,1,1,Idziak-3D-cofnelo-nas-do-samych-poczatkow-kina.html [dostęp: 3.08.2014].

[23] Zdzisław Pietrasik, *Kmicic w mundurze ułana*, „Polityka” 2011, nr 39, s. 94.

[24] Paweł Sitkiewicz, *3D or not 3D. Początki animacji trójwymiarowej*, „EKRANy” 2012, nr 7, s. 75–76. Świadomie pomijam fakt, że w cytowanym artykule Sitkiewicz niestety powiela historiograficzny mit o pierwszych pokazach Wjazdu pociągu…, gdyż w niewiele późniejszym eseju pt. *Przegrane rewolucje kina 3-D. Dlaczego film jest jaki jest* zdaje on sprawę z faktu, że stan badań historycznych podaje w wątpliwość relacje o widzach uciekających przed filmowym pociągiem. Zob. idem, *Przegrane rewolucje kina 3-D. Dlaczego film jest jaki jest*, „Kultura Popularna” 2013, nr 3 (37), s. 143. Na temat empirycznej dekonstrukcji tego mitu zob.: S. Bottomore, op. cit. oraz Martin Loiperdinger, *Lumière's Arrival of the Train: Cinema's Founding Myth*, “The Moving Image” 2004, Vol. 4, No. 1.

[25] Cyt. za Jeffrey Ressner, *The Traditionalist*, http://www.dga.org/Craft/DGAQ/All-Articles/1202-Spring-2012/DGA-Interview-Christopher-Nolan.aspx [dostęu: 9.08.2014].

działałby bez wszelkiego rodzaju okularów, wizjerów i lornetek […] Uważano bowiem, że film trójwymiarowy lub – jak mawiano w Polsce – plastyczny powinien być przestrzenny bez pomocy gadżetów, które rozpraszają uwagę widza”[26].

Konstruując swoje argumenty, przeciwnicy stereoskopii – ci radykalni i umiarkowani – podobnie jak jej zwolennicy z rzadka tylko wydostają się poza paradygmat efektu realności, teleobecności i ewentualnych jej zakłóceń. Dzieje się tak niezależnie, czy są akademikami, filmowcami, krytykami jak również bez względu na to, czy wypowiadają się w połowie XX wieku, czy na początku XXI. Skąd ta regularność? Martin Loiperdinger w skądinąd znakomitym eseju *Lumiere's Arrival of the Train: Cinema's Founding Myth* sugeruje, że powtarzana przez dekady po dziś dzień opowieść o widzach uciekających przed ekranowym pociągiem jest czymś w rodzaju „mitu założycielskiego” kina[27]. Mitu, który funduje – jak powiedziałby Roland Barthes – „radosną jasność” kosztem historycznej przygodności i heteronomii. Istotnie – sugestywność legendy o pierwszym pokazie Lumière'owskiego aparatu stanowi wspólny grunt dla refleksji teoretycznofilmowej i zarazem chwyt nęcący widzów obietnicą ekstremalnych doświadczeń. Co jednak więcej, ustanowienie efektu realności jako uniwersalnego *telosu* wszelkich odmian kina pełni niebagatelną rolę dla perspektywy historiograficznej, której dominująca odmiana gustuje w narracjach o linearnym rozwoju medium. W takim właśnie teleologicznym porządku rozumienia przeszłości sytuuje się większość debaty na temat 3D. Andrysek stwierdza na przykład, że „(h)istoria kina – szczególnie amerykańskiego – to więc także historia rozwiązań technicznych, pogłębiających doświadczenia immersyjności”[28]. Sitkiewicz z kolei otwiera cytowany wcześniej artykuł stwierdzeniem, że „(k)ino od zawsze dążyło do tego, aby obraz na ekranie odpowiadał ludzkiej percepcji świata, który – jako że mamy dwoje oczu i dwoje uszu – odbieramy w barwach w trójwymiarze i z pełną gamą efektów dźwiękowych”[29]. Obaj realizują klasyczny wzór, wedle którego przeszłość kina to droga prowadząca do miejsca, w którym medium spełnia swoje przeznaczenie. Tego rodzaju esencjalizm – nieobcy historykom i teoretykom kina, etykietowany często jako „tradycyjna historiografia” – definiuje również praktykę badawczą, zafiksowaną na „kamieniach milowych”, „arcydziełach” i „pionierach”[30].

Narracja, która się stąd wyłania wydaje się doskonale współgrać z empirią: mamy „przełomowe premiery” *Potworów kontra Obcych* i *Avatara*, a wcześniej

[26] P. Sitkiewicz, *3D or not 3D*…, s. 75.

[27] Zob. M. Loiperdinger, op. cit. Podobne uwagi czynił Tom Gunning, analizując funkcję toposu „przerażonej widowni” w psychoanalitycznym dyskursie Christina Metza. Zob. Tom Gunning, *An Aesthetic of Astonishment: Early Film and the (In)Credulus Spectator*, [w:] *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*, eds. L. Braudy, M. Cohen, Oxford 2009.

[28] A. Andrysek, *op. cit*., s. 165. W dalszej części swojego wywodu Andrysek ze zrozumiałą aprobatą pisze o multisensorycznych seansach w warszawskiej sali kinowej Škoda 4DX.

[29] P. Sitkiewicz, *Przegrane rewolucje 3-D*…, s. 137.

[30] Na temat wizerunku „tradycyjnej historii kina” zob. Michał Pabiś-Orzeszyna, *Stare i Nowe. Wprowadzenie do mitologii historiografii filmowej*, „Kwartalnik Filmowy” 2014, nr 85; idem, *Nowa Historia Filmu, Nowa Historia Kina. Część pierwsza: bedeker oraz pogodne wołanie o historię teorii i historię historiografii*, „EKRANy” 2013, nr 6 (16).

Bwana Devil (reż. 1952); są „artystyczne majstersztyki", a więc *Jaskinia zapomnianych snów* (reż. W. Herzog, 2010) czy *Pina* (reż. W. Wenders, 2011); w końcu też są „nieustraszeni pionierzy" w stylu Camerona, Katzenberga, George'a Lucasa czy Roberta Zemeckisa oraz – mogłoby się zdawać ewidentny – postęp technologiczny, obiektywnie determinujący przemiany filmowego języka i sprawiający, że nie ma sensu, jak mawia Idziak, „tkwić w tym, co na pewno zniknie"[31].

Co jednak, jeśli obecna odsłona kina 3D nie stanowi kolejnego kroku na drodze ku stworzeniu doskonałej techniki reprodukcji rzeczywistości, lecz wpisuje się w zupełnie inną genealogię, a w przemyśle rozrywkowym pełni niejednoznaczną – niekoniecznie centralną – funkcję? Czy jesteśmy w stanie pomyśleć taki porządek dyskursywny, estetyczny – oraz historiograficzny – w ramach którego stereoskopia niekoniecznie jest wycelowana we wzmaganie efektu realności i kopiowanie „ludzkiej percepcji świata" oraz nie jest tym, do czego kino od początku zmierzało?

Taki eksperyment myślowy jest w pewnym sensie postawieniem sprawy na głowie i przeciwko oficjalnej wersji wydarzeń. Z drugiej strony elegancja z jaką materiał układa się w linearną opowieść o postępie technologicznym i wypełnianiu się przeznaczenia medium może budzić pewne wątpliwości. Sądzę, że są co najmniej trzy powody, dla których warto rozważyć sporządzenie raportu mniejszości[32]. Po pierwsze, teleologiczna historiozofia niepokojąco harmonijnie współbrzmi ze sposobem, w jaki przemysł filmowy – na przykład w osobie Katzenberga, w Heglowskim stylu definiującego 3D jako trzecią rewolucję i *de facto* koniec historii kina – snuje opowieść na swój własny temat. Może to sugerować, że stawką w grze o język opisu jest tu nie tyle adekwatność deskrypcji, ale jej funkcjonalność w ramach określonego paradygmatu[33]. Po drugie, nie należy ignorować krytyki, jaką w ostatnich dekadach formułowano wobec „tradycyjnej historiografii" i „wielkich opowieści" (fabularyzujących oraz apriorycznie uspójniających materię przeszłości, nieważne: politycznej czy

[31] Cyt. za: Tomek Kin, *Sławomir Idziak: pasja patrzenia*, http://kobieta.onet.pl/slawomir-idziak-pasja-patrzenia/fw0g8 [dostęp: 4.08.2014].

[32] Interesującym wątkiem – choć zdecydowanie wykraczającym poza główny nurt mojego wywodu – jest debata wokół fotorealizmu w grach komputerowych, filmie animowanym i innych branżach wykorzystujących CGI (Computer Generated Imaginery). Przeciwnicy traktowania fotorealizmu jako Świętego Graala przemysłu gier i filmów animowanych często wskazują na zjawisko „doliny niesamowitości" (*uncanny valley*), opisane w 1970 roku przez Masahiro Moriego. Dotyczy ono negatywnej reakcji, jaką w człowieku budzi kontakt z niemal doskonałą kopią poruszającej się ludzkiej twarzy. Okazuje się, że ostentacyjnie nierealistyczne odwzorowanie wywołuje przyjemniejsze odczucie niż prawie doskonała reprodukcja. Z punktu widzenia interesów branży rozrywkowej, dążenie do uzyskania pełnego wrażenia realności może zatem okazać się kontrskuteczne. Zob. John Peddie, *The History of Visual Magic in Computers: How Beautiful Images are Made in CAD, 3D, VR and AR*, London 2013, s. 111–112.

[33] Należy naturalnie pamiętać trafne *dictum* Williama Jamesa: „Prawda oznacza wszystko to, co na drodze wiary potwierdza się, jako dobre, a okazuje się też dobre dla określonych, sprecyzowanych celów" (cyt. za: Hanna Buczyńska-Garewicz, *James*, Warszawa 2001, s. 95). Istotnie jest tak, że każdy język opisu ma być przede wszystkim funkcjonalny, natomiast adekwatność jest najczęściej iluzją zakorzenioną w korespondencyjnej idei prawdy. Niemniej świadomość ta nie zwalnia nas z obowiązku krytycznego spojrzenia na partykularność paradygmatu, któremu dany opis służy.

kinowej). Po trzecie w końcu, (an)archeologia głębokiej przeszłości urządzeń, wykorzystujących widzenie dwuoczne wskazuje, że użytek ze stereoskopii nie musi być wcale ograniczony do idei regresywnego zatopienia w doskonałym odwzorowaniu rzeczywistości[34].

3. Nowe w starym, czyli pociąg do Chollywood (sic!)

Ludzie muszą to zobaczyć, doświadczyć i napisać o tym; muszą ze sobą rozmawiać, aby inni widzowie dowiedzieli się, że nadchodzi. Wierzę, że w rezultacie uda się uświadomić wszystkich, że to 3D jest zupełnie inne niż to, które znali nasi przodkowie[35].

(Jeffrey Katzenberg, szef DreamWorks Animation, o wykorzystaniu, jego zdaniem, rewolucyjnej technologii InTru3D w *Potworach kontra Obcych* (reż. C. Vernon, R. Letterman, 2009)

Jednym z celów działań branży filmowej – jak widać, nieskrywanym – jest przekonanie widzów, że mamy obecnie do czynienia z czymś bezprecedensowym, a dzisiejsze 3D niewiele ma wspólnego z technologią stosowaną w latach pięćdziesiątych, w filmach takich, jak *Bwana Devil* (reż. A. Oboler, 1952) czy *House of Wax* (reż. A. de Toth, 1953). Należy chyba powiedzieć, że są to starania skuteczne, o czym świadczyć może szeroko rozpowszechniona opinia, iż latach pięćdziesiątych stosowano anachroniczną technologię anaglifową (wraz z charakterystycznymi dla niej kolorowymi okularami). Tymczasem, jak wskazuje Miriam Ross, niemal wszystkie filmy 3D z lat 1952-1954 kręcone były metodą polaryzacyjną, a więc tą samą, którą stosuje się dzisiaj. W rezultacie – twierdzi Ross – mamy tu do czynienia z fałszywym przekonaniem, iż dzisiejsze kino 3D proponuje widzom nieporównywalnie lepszą jakość obrazu niż to sprzed sześćdziesięciu lat. Tymczasem tak naprawdę wizualna strona stereoskopii niewiele się wówczas różniła od obecnej[36].

Niemniej intencja odróżnienia się od trójwymiarowego epizodu z lat pięćdziesiątych koresponduje z historiograficznym modelem linearnego rozwoju, którego rytm wyznaczają kolejne „przełomy". Thomas Elsaesser w niedawnym eseju *The "Return" of 3D: On Some of the Logics and Genealogies of the Image in the Twenty-First Century* słusznie zauważał, że w wypowiedziach Katzenberga o trzech rewolucjach (lata dwudzieste – dźwięk, lata trzydzieste – kolor, pierwsze dziesięciolecie XXI wieku – widzenie binokularne) regularnie przemilczane są lata pięćdziesiąte[37]. Dostrzeżenie, że dzisiejsza rewolucyjna technologia została przedstawiona – i z sukcesem zastosowana – sześć dekad

[34] Zob. Michał Witkowski, *Medium stereoskopu i doświadczenie natury w kulturze modernizmu*, [w:] *Rekonfiguracje modernizmu. Nowoczesność i kultura popularna*, red. Tomasz Majewski, Warszawa 2009. Por. Th. Elsaesser, *The "Return" of 3-D*…, s. 228–235.

[35] Cyt. Za: Will Lawrence, *Producer Jeffrey Katzenberg on the groundbreaking animation Monsters vs Aliens*, http://www.telegraph.co.uk/culture/film/starsandstories/5021815/Producer-Jeffrey-Katzenburg-on-the- ground breaking-animation-Monsters-vs-Aliens.html [dostęp: 2.08.2014].

[36] Zob. Miriam Ross, *Response to Thomas Elsaesser*, "Critical Inquiry" 2013, No. 39, s. 875.

[37] Th. Elsaesser, *The „Return" of 3-D*…, s. 225–226.

wcześniej zaburza obraz liniowego postępu, sugerując figurę kołowrotu lub Nietzscheańskiej spirali jako bardziej adekwatne modele czasu historycznego.

I rzeczywiście – o czym wspominałem już wcześniej – branża filmowa stara się obecnie promować oglądanie filmów 3D w sposób podobny do marketingowych strategii z lat pięćdziesiąte. Wtedy, konkurując z telewizją i innymi sposobami spędzania wolnego czasu starano się przyciągnąć widzów do kina „czymś więcej niż film". Dzisiaj – jak przekonują niektórzy[38] – obserwujemy powtórkę tych motywacji. Dowodem mogłaby być wypowiedź Jamesa Camerona, który w 2005 roku przekonywał, że „3D daje nam narzędzie, aby wyciągnąć ludzi z ich domów, sprzed płaskich ekranów HD TV z powrotem do kin"[39]. Elseasser trzeźwo zauważa jednak, że narracja o uderzających analogiach ma swoje słaby punkty. Przede wszystkim należy zauważyć, że w erze wielkich konglomeratów medialnych trudno mówić o konkurencji między filmem a telewizją i innymi mediami. Na przykład 21th Century Fox, studio odpowiedzialne za *Avatara* to własność transmedialnego giganta Ruperta Murdocha, obecnie silnie zaangażowanego nie tylko w odbudowę swojej reputacji na rynku prasowym, ale przede wszystkim w cyfryzację telewizji. Kina nie konkurują też szczególnie zaciekle z parkami rozrywki, gdyż najczęściej posiadane są przez tych samych właścicieli, którzy oprócz biletów na film oferują również – a może przede wszystkim – gadżety, możliwe do kupienia w na przykład w jednym z Disneylandów[40]. Mając to w pamięci, mimo wszystko warto zastanowić się, które elementy paradygmatu lat pięćdziesiąte powracają w dzisiejszym układzie sił i jakie w nim pełnią funkcje. Idąc tym tropem chciałbym wyszczególnić trzy zazębiające się porządki.

a) Po pierwsze zatem, należy pamiętać, że wprowadzenie w latach pięćdziesiątych szerokich formatów ekranowych, jak również ówczesne prosperity kina trójwymiarowego oraz eksperymenty multisensoryczne (np. zapachowy dyspozytyw Smell-O-Vision) należy wiązać nie tylko z rozwojem telewizji, ale też z powojennym rozkwitem klasy średniej. Bezprecedensowy wzrost dochodów przeciętnej amerykańskiej rodziny, rozszerzanie czasu wolnego od pracy, a przede wszystkim gwałtowana suburbanizacja bardziej nawet niż rywalizacja z telewizją skłoniły branżę filmową do zaoferowania widzom „prawdziwych przeżyć". Tylko bowiem po takie warto w niedzielę udać się samochodem do miasta lub kupić drogi bilet na tak zwany „roadshow movie"[41]. Co jednak istot-

[38] Zob. Bartosz Czartoryski, *Odkrycie, które już było*, „Kino" 2011, nr 9; D. Bordwell, K. Thompson, *Bwana Beowoolf*, dostępne przez: [uzup.]

[39] Cyt. za: D. Bordwell, *It's good to be the King of the World*, http://www.davidbordwell.net/blog/ 2012/04/22/its-good-to-be-the-king-of-the-world/ [dostęp: 21.08.2014]; por. Jonathan Bing, *Will gizmos give biz new juice*?, http://variety.com/2005/film/news/will-gizmos-give-biz-new-juice-1117919810/ [dostęp: 21.08.2014].

[40] Na temat współczesnej konglomeryzacji mediów zob.: Marcin Adamczak, *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*, Gdańsk 2009, rozdział: *Model hollywoodzki – funkcjonowanie* oraz Mirosław Filiciak, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Gdańsk 2013, rozdział: *W parku rozrywki: granice mediów*.

[41] Zob. Sheldon Hall, *Ozoners, Roadshows And Blitz Exhibitionism: Postwar Development In Distribution And Exhbition*, [w:] *The Classical Hollywood Reader*…; J. Belton, *op. cit*.

ne, w układzie tym równie istotną rolę, co portfele klasy średniej, odgrywała mentalność jej przedstawicieli. „Ma być epicko lub prowokacyjnie" – doradzał filmowcom w 1956 roku magazyn „Variety"[42].

Vivian Sobchack w znakomitym eseju z 1990 roku pt. *Surge and Splendor: A Phenomenology of the Hollywood Historical Epic* przyglądała się specyfice dyskursu powojennej epiki historycznej – ideologicznemu zapleczu filmów takich, jak *Quo Vadis* (reż. M. LeRoy, 1951) czy *Syn Marnotrawny* (1955), których stylistyczny i produkcyjny rozmach wspomagany był częstokroć „rewolucyjnymi" technologiami. Analizując materiały promocyjne zrealizowanego w formacie Cineramy blockbustera *Jak zdobywano Dziki Zachód* (reż. R. Thorpe, J. Ford, H. Hathaway, G. Marshall, 1962) Sobchack zwracała uwagę na strategię budowania wizerunku tego przedsięwzięcia – jako wydarzenia o historycznej doniosłości daleko wykraczającej poza świat kina. Studio Metro-Goldwyn-Mayer oraz szefowie Cineramy ogłaszali na przykład, że tym „*kamieniem milowym* wprowadzają nas w *nową erę globalnej rozrywki*". Ich opowieść „przyrównywała dziejową wielkość wydarzeń amerykańskiej historii z faktami opisującymi nową technikę produkcji filmowej", zaś cały ideologiczno-marketingowy dyskurs celował w przekonanie widza, iż „pionierskie wysiłki podejmowane przez twórców filmu są w gruncie rzeczy repetycją heroicznych czynów amerykańskich pionierów"[43]. W rezultacie doświadczenie odbioru tego filmu wywindowano na poziom uczestnictwa w historii przez wielkie „H". To z kolei mogło pełnić funkcję kompensacyjną dla podmiejskiej klasy średniej, spragnionej bycia częścią wydarzeń, które będą zarazem komfortowe i wiekopomne.

Wprawdzie trudno dziś przekonywać, że trójwymiarowe blockbustery prezentowane na ekranach IMAX w cenie oscylującej wokół piętnastu dolarów (w Polsce zaś dochodzącej do trzydziestu złotych) to po prostu epifenomen kierowania się branży ku amerykańskiej białej klasie średniej, skoro ta od dawna już się nie rozwija, lecz dramatycznie kurczy[44]. Z drugiej strony nie sposób zignorować faktu, że na przykład premiera *Avatara* promowana była z dwuletnim wyprzedzeniem i definiowana jako coś, co zasługuje na oddzielny rozdział w kronikach zawodowych dziejopisarzy.

Co więcej, opisywana przez Sobchack retoryka historycznego „wydarzenia" możliwa jest do zaobserwowania w kontekstach kulturowych innych niż amerykański. Pomocny wydaje się tu polski przypadek *1920: Bitwy warszawskiej*. Przegląd pochlebnych recenzji tego filmu obfituje we frazy budujące analogię między filmem Hoffmana a wydarzeniami z 1920 roku: „triumf w 3D" (Zdzisław Pietrasik, „Polityka"), „wygraliśmy na wszystkich frontach" (Maja Staniszewska, „Metro"), „no i mamy kolejny cud nad Wisłą" (Jacek

[42] Cyt. za: Steve Neale, *Postwar Hollywood And The End Of The Studio System, 1946–1966. Introduction*, [w:] *The Classical Hollywood Reader…*, s. 321.

[43] Vivian Sobchack, *Surge and Splendor: A Phenomenology of the Hollywood Historical Epic*, "Representations", Winter 1990, Vol. 0, Issue 29, s. 30.

[44] Na temat kurczącej się klasy średniej zob.: Joel Kotkin, *The U.S. Middle Class Is Turning Proletarian*, http://www.forbes.com/sites/joelkotkin/2014/02/16/the-u-s-middle-class-is-turning-proletarian/ [dostęp: 22.08.2014].

Rakowiecki, „Film"), „kolejna bitwa Jerzego Hoffmana" (Zdzisław Pietrasik, „Polityka"), „Zwycięska Bitwa 3D" (Łukasz Kaliński, www.portalfilmowy.pl) czy „Hoffman wygrał Bitwę Warszawską" (Jacek Cieślak, „Rzeczpospolita"). Naturalnie można tę frazeologią potraktować jako świadectwo kiepskiego stylu polskiej krytyki filmowej. Wydaje się jednak, że uporczywie powtarzająca się metaforyka, przyrównująca proces produkcyjny do heroicznych dokonań bitewnych zasługuje na większą uwagę. Szczególnie, że kazus filmu Hoffmana – w szczególności zaś medialny wizerunek Sławomira Idziaka – wskazuje nam na inny istotny element współczesnego paradygmatu 3D, a mianowicie na figurę pionierskich wysiłków technicznie wspomaganego (post)autora.

b) Po drugie więc, warto dodać, że powojenne wysokobudżetowe produkcje oferowały widzom „wyjątkowe doświadczenia" nie tylko apelując do mieszczańskiej tęsknoty za „prawdziwym życiem", ale również poprzez specyficzną nobilitację, korelując pokaz filmowy z potocznym imaginarium „wysokiej kultury". Sheldon Hall, opisując zyskowną praktykę dystrybucyjną „roadshows" zwraca uwagę, że studio United Artists, gdy na przełomie lat czterdziestych i pięćdziesiątych organizowało w teatrach pokazy ekranizacji Szekspira często unikało informowania widzów, że zobaczą film, a nie spektakl[45]. Z analogiczną praktyką uszlachetniania seansu filmowego mamy dziś do czynienia nie tylko w przypadku transmisji Met Opera, organizowanych w salach Multikina, ale również w kontekście kina trójwymiarowego, które retorykę prestiżu implementuje filmami takimi, jak *Jaskinia zapomnianych snów* czy *Pina*. W przypadku tych produkcji nie bez znaczenia są naturalnie figury autorów – w tym przypadku Herzoga i Wendersa – których kapitał symboliczny żyruje artystyczną powagę binokularnego spektaklu. Dowodem powodzenia tej strategii może być na przykład opinia Sitkiewicza, iż „nieszczęściem kina 3-D w XX wieku było to, że w latach jego największej popularności nie pojawił się reżyser na miarę Orsona Wellesa (…) dopiero w XXI stuleciu twórcy kina autorskiego, tacy jak Martin Scorsese, Wim Wenders, Ang Lee czy Werner Herzog, zainteresowali się stereoskopią, udowadniając, że film 3-D nie musi być ani produkcją klasy B, ani gatunkowym wyrobem"[46]. Przedsięwzięcie Camerona, który w zeszłym roku nakręcił w 3D *Jezioro łabędzie* to również doskonały – jakkolwiek niekoniecznie udany – przykład próby awansu poprzez zwrócenie się w stronę „legitymizowanego typu kapitału kulturowego" (pojęcie Pierre'a Bourdieu).

Bardziej interesująca jest jednak regularność, z jaką w kontekście dzisiejszego 3D eksploatuje się wizerunek autora mniej przywołujący klasyczną „francuską" poetykę idiosynkratycznego stylu, ucieleśnianą przez Herzoga czy Wendersa, bardziej zaś przywodzący na myśl kulturowe wyobrażenia o nieustraszonym pionierze-wynalazcy, który nie obawia się symbiozy z technologicznie zaawansowanymi maszynami. Doskonałym egzemplum takiej (post) autorskiej polityki jest tu nie tylko *Hugo i jego wynalazek* (2011) Scorsesego – który, podobnie jak filmy analizowane przez Sobchack, buduje analogię między

[45] Zob. Sh. Hall, *op. cit.*, s. 346–347.
[46] P. Sitkiewicz, *Przegrane rewolucje kina 3-D*…, s. 140.

filmową fabułą a realnym procesem produkcyjnym – ale także *1920: Bitwa warszawska*. W przypadku filmu Hoffmana szczególnie ciekawa wydaje się postać Sławomira Idziaka, którego medialny wizerunek ufundowany jest na połączeniu technologicznej odwagi, bezkompromisowości i postawy kontestującej środowisko filmowe (od praktykach na krytykach skończywszy)[47]. Kapitalizacja tego obrazu polega, jak sądzę, na ciągłym wzmacnianiu odbiorczego wrażenia, iż w kontekście 3D uczestniczymy w czymś więcej niż tylko w konsumpcji seansów filmowych – jesteśmy wykonawcami eksperymentów o historycznej doniosłości, które pozwalają pomyśleć o sobie inaczej niż jedynie w rolach konsumentów przemysłu rozrywkowego. Co więcej, można chyba powiedzieć, że mamy tu do czynienia z dość przewrotnym rodzajem samozwrotności, która zaprzęgnięta zostaje w służbę promocji filmu i technologii w nim wykorzystanej. Thomas Elsaesser zwracał na taką sytuację uwagę w kontekście promocji *Avatara*, analizując, jak sprawnie wykorzystywane są niektóre wątki biografii Camerona – jego ekologiczna wrażliwość, uwielbienie dla przedmiotów ścisłych czy pasja nurkowania – które w ostentacyjnie autorefleksyjny sposób zyskują swoją ekranową reprezentację[48].

A więc dzisiejsza odsłona kina trójwymiarowego nie tyle machinalnie repetuje epizod 3D sprzed sześćdziesięciu lat, ile na rozmaite sposoby wykorzystuje ówczesne pomysły na czynienie z premier filmowych wydarzeń o historycznej wartości, ze szczególną siłą eksponując bezkompromisowy skok na głowę, którego musieli dokonać (post)autorscy techno-pionierzy. Poniekąd właśnie o tym mówił swojego czasu Katzenberg, przekonując, że „mamy tutaj klasyczny dylemat kury i jajka. Kina nie chcą dokonać konwersji (na cyfrowe projektory, umożliwiające pokazywanie filmów 3D – przyp. M.P.-O.) dopóki nie będzie filmu, film natomiast nie może powstać, jeśli nie ma kin, które go pokażą. W takim razie ktoś musi być pierwszy. Są trzy osoby, które zdecydowały się na skok: Disney (pracując w 3D przy *Kurczaku Małym* i *Bolcie*), James Cameron (kończący teraz swojego Avatara) i my". W tej wypowiedzi objawia się jednak inna interesująca kwestia, której próżno szukać w latach pięćdziesiątych, a mianowicie wątek digitalizacji kin, stanowiący trzecią sferą, którą chciałem opisać.

c) Okoliczność historycznego związku kina trójwymiarowego z zachodzącą mniej więcej od dekady cyfryzacją kin jest dość często odnotowywana, chciałbym tu jednak zaproponować niejako odwrotną interpretację tej zależności. Najczęściej przyjmuje się – i do pewnego stopnia nie bez racji – że kina wyposażane są w cyfrowe projektory między innymi po to, aby móc wyświetlać trójwymiarowe blockbustery. Wydaje się natomiast równie możliwe, że wzrost ilości filmów 3D to narzędzie, jakim hollywoodzcy producenci i dystrybutorzy od dekady starają się zmusić właścicieli kin do kosztownej konwersji. Inaczej

[47] Przykładem specyfiki budowania wizerunku Idziaka jest film Michała Bukojemskiego pt. *Idziak w 3-D* (2011). Co ciekawe, pomimo daty powstania zbieżnej z 1920: *Bitwą warszawską*, nie funkcjonuje on jako making-of, lecz jako film dokumentalny, posiadający regularną telewizyjną dystrybucję.

[48] Zob. T. Elsaesser, *James Cameron's "Avatar": access for all*, "New Review of Film and Television Studies" 2011, Vol. 9, Issue 3, s. 254–256.

mówiąc: to nie cyfryzacja umożliwia rozwój kina 3D, ale kino 3D wymusza cyfryzację[49]. Przy czym przymus ten nie jest jedynie rezultatem wysokiej pozycji negocjacyjnej kilku obsesjonatów stereoskopii w rodzaju Camerona, Lucasa, Rodrigueza, Spielberga czy Zemeckisa. Jest raczej strategią globalnego przemysłu rozrywkowego. W procesie tym retoryka rewolucji 3D – która, co starałem się pokazać, od jakiegoś czasu pomyślnie restauruje metody budowania wizerunku seansów filmowych jako wydarzeń o historycznej doniosłości – z jednej strony zachęca właścicieli kin obietnicą wyższych zysków ze sprzedaży biletów, z drugiej zaś utrudnia im ewentualny opór proliferacją dyskursu o hamulcowych postępu[50]. Naturalnie na obydwu skrzydłach tej formacji ważne role grają nie tylko filmy, ale również ich (post)autorscy techno-pionierzy oraz opisywane przeze mnie wcześniej dyskusje. O tym, jak bardzo efektywne są to zabiegi świadczą statystyki. Według danych zbieranych przez MEDIA Salles kina najdynamiczniej cyfryzowały się właśnie na przełomie 2009 i 2010 roku (wzrost o 90,7%) i między 2010 a 2011 (o 117%)[51], a więc w czasie największej promocyjnej ofensywy trójwymiarowych blockbusterów i premier *Potworów kontra Obcych*, *Avatara*, *Alicji w krainie czarów*, *Hugo i jego wynalazku*, *Jaskini zapomnianych snów*, *Piny*, a w Polsce *1920: Bitwy warszawskiej*.

Można tu jednak zadać dwa istotne pytania: dlaczego w ogóle Hollywood miałoby tak bardzo zależeć na globalnej cyfryzacji oraz – zakładając, że 3D to tylko funkcja procesu konwersji – jaki jest sens ciągłej produkcji drogich filmów trójwymiarowych, skoro pod koniec 2013 roku 80% kin na świecie posiadało już cyfrowe projektory, zaś w marcu tego samego roku firma Fuji przestała sprzedawać negatywy 35 mm[52]?

W kontekście pierwszej wątpliwości trzeba pamiętać, że globalna cyfryzacja kin to nie tylko ogromne oszczędności, jakie hollywoodzcy dystrybutorzy czynią na braku konieczności sporządzania fizycznych kopii, ale też możliwość większej kontroli nad cyrkulacją produktów. Przekłada się to w głównej mierze na ogromny zasięg dystrybucyjny (warto wziąć po uwagę, że w styczniu 2014 roku na świecie istniało około 110 tysięcy wyposażonych cyfrowo sal kinowych) oraz – co bardzo istotne – na efektywniejszą organizację tak zwanych „nalotów dywanowych" (a więc na sprawniejsze i szerzej zakrojone organizowanie premier w tym samym czasie, w wielu miejscach)[53]. Taka zsynchronizowana dystrybucja podczas kluczowego „weekendu otwarcia" jest oczywiście możliwa jedynie w przypadku ścisłej współpracy dystrybutorów z możliwie jak

[49] Podobnie sprawę interpretuje Elsaesser. Zob.: Th. Elsaesser, *The „Return" of 3-D*…, s. 221–223.

[50] George Lucas zwykł podobno rozpoczynać swoje spotkania z kiniarzami od pytania: „kto z Was nie przeszedł jeszcze na cyfrę?".

[51] Zob.: *DiGiTalk. Ideas, Experiences and Figures on Digital Cinema from DigiTraining Plus 2013*, ed. Peter Bosma, Milano 2013, s. 38–39.

[52] Na temat statystyk dotyczących cyfryzacji kin zob.: *Theatrical Market Statistics 2013*, http://www.mpaa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2013_032514-v2.pdf [dostęp; 20.08.2014].

[53] Na temat „strategii nalotów dywanowych" zob.: M. Adamczak, *op. cit.*, s. 54–58.

największymi sieciami kin. Rzecz w tym, że jesteśmy właśnie świadkami niesłychanie dynamicznego procesu ich konglomeryzowania.

Warto bowiem zauważyć, że wszechobecna retoryka rewolucji 3D przykrywa między innymi fakt, iż na poziomie ekonomicznym odbywa się dziś proces intensywnego rozwoju chińskiego przemysłu rozrywkowego. W 2012 roku Wanda Group – posiadana przez najbogatszego chińskiego biznesmena Wanga Jianlina – zakupiła największą amerykańską sieć kin AMC Theatres, tworząc tym samym – wraz z salami posiadanymi w Azji – największą na świecie sieć kin[54]. Rok później Janlin, podczas hucznej uroczystości z udziałem Leonardo DiCaprio, Nicole Kidman i Harveya Weinsteina oznajmił rozpoczęcie budowy chińskiego Hollywood w mieście Qingdao, a chwilę potem zapowiedział wejście na rynek parków rozrywki[55]. Zimą natomiast podpisał umowę, zakładającą budowę w Chinach 120 sal IMAX do 2021 roku[56]. Jeśli wziąć pod uwagę, że monopolizujący się rynek chińskich kin to prawie 18 tysięcy ekranów, z czego już około półtora tysiąca posiada Wanda Group (dodajmy do tego około pięciu tysięcy sal AMC), wydaje się jasne, że mamy do czynienia z ogromną „strefą zrzutu". Przejęcie przez Jianlina sieci AMC ułatwi natomiast transkulturowy przepływ filmów.

Tak więc – zasilane paliwem z cyfrowych projektorów – „naloty dywanowe" na chińskie sieci kin stanowią, jak sądzę, kluczowy element długoterminowej strategii Hollywood. Należy jednak zauważyć, że obecnie producenci i dystrybutorzy starają się nie tylko maksymalizować krótkoterminowy zysk z frekwencji podczas pierwszego weekendu projekcji. Przede wszystkim wykorzystują oni ten moment, aby za pomocą retoryki uczestnictwa w niepowtarzalnym wydarzeniu zaprosić widzów do świata którejś z transmedialnych franczyz. Historyczne dane pokazują bowiem, że pierwsza dziesiątka najbardziej dochodowych weekendów otwarcia w historii kina to właśnie franczyzy, wszystkie powstałe w ciągu ostatnich sześciu lat [kolejno, według przyniesionego zysku: *Avengers* (2012), *Iron Man 3* (2013), *Harry Potter i Insygnia Śmierci II* (2011), *Mroczny Rycerz* (2008), *Mroczny Rycerz powstaje* (2012), *Igrzyska śmierci* (2012), *Igrzyska śmierci: w pierścieniu ognia* (2013), *Spider-Man 3*, *Zmierzch: księżyc w nowiu* (2009), *Zmierzch: przed świtem II* (2012)][57]. Należy się więc zgodzić z Elsaesserem, że powodzenie całej franczyzy – a więc sprzedaż gadżetów, merchandising oraz kontynuowanie sukcesu – ściśle zależy od instytucji *tent-pole*, a więc filmowej „lokomotywy" (określenie Marcina Adamczaka), która wprawia w ruch cały system rynków dodatkowych[58].

---

[54] *It's Official: China's Wanda Group to Buy AMC Entertainment*, http://www.hollywoodreporter.com/ news/amc-theaters-wanda-group-327076 [dostęp: 22.08.2014].

[55] Patrick Brzeski, *China's Wanda Plans Theme Park to Compete With Shanghai Disneyland*, http://www.hollywood reporter.com/news/chinas-wanda-plans-theme-park-636431 [dostęp: 22.08.2014].

[56] Patrick Brzeski, *China's Wanda Group Commits to Building 120 Imax Screens by 2021*, http://www.holly woodreporter.com/news/chinas-wanda-group-commits-building-666536 [dostęp: 22.08.2014].

[57] Dane za: www.boxofficemojo.com [dostęp: 21.08.2014].

[58] Zob.: Th. Elsaesser, *The „Return" of 3D*…, s. 223–224.

Zmierzając do konkluzji, jeśli potraktujemy transmedialną franczyzę jako rodzaj diegezy, świata, na uczestnictwie w którym zależy Hollywood i całej branży rozrywkowej, to wtedy immersyjny potencjał 3D może nabrać zupełnie innego znaczenia. Z tej perspektywy zatopienie się w ekranie nie powinno być rozumiane jako rezultat efektu realności czy idealnego „odwzorowania ludzkiej percepcji", ale raczej jako zanurzenie w korelacie postaci, wątków, motywów i przestrzeni (niekoniecznie euklidesowych), relatywnie kontrolowanym przez nadawcę. Retoryka rewolucyjnych aspektów technologii kina trójwymiarowego oraz specyfika samego doświadczania filmu w 3D służyłaby wobec tego przede wszystkim – skoro już wymuszono cyfryzację – jako (1) narzędzie wzmacniające „wydarzeniowy" wizerunek poszczególnych premier (na przykład film *Transformers 4: Wiek Zagłady* promowany jest obecnie jako „pierwszy film fabularny nakręcony kamerami IMAX 3D DIGITAL CAMERA") oraz (2) skuteczniejszy, bo oparty na „taktylno-immersyjnych" właściwościach odbioru, instrument zachęty do wejścia w interakcję z tym, a nie innym uniwersum produktów.

Innymi słowy: pragnienie pozostania w świecie danego systemu rozrywkowego – w które celuje opisywany przeze mnie paradygmat kina współczesnego – będzie tym większe, im skuteczniejsza jest iluzja uczestnictwa w „przełomowym wydarzeniu" jakim była jego trójwymiarowa premiera. W tym właśnie sensie tytułowa historia na naszych oczach, to ponad wszystko historia cyfryzacji i franczyz, w której widzenie binakularne gra jedynie drugoplanową rolę.

Bibliografia

Adamczak M., *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*, Słowo/Obraz/Terytoria, Gdańsk 2009.

Andrysek A., *Między kalkulacją a kreacją. Status współczesnego kina 3zD*, „Kwartalnik Filmowy" 2014, nr 85.

Barrett B., *These 2D Glasses Make 3D Movies Watchable Again*, http://gizmodo.com/5793752/these-2d-glasses-make-3d-movies-watchable-again [dostęp: 1.08.2014].

Barrn A., Pasztor A., *Google Invests in Satellites to Spread Internet Access*, http://online.wsj.com/articles/google-invests-in-satellites-to-spread-internet-access-1401666287 [dostęp: 8.08.2014].

Belton J., *Glorious Technicolor, Breathtaking CinemaScope and Stereophonic Sound*, [w:] *The Classical Hollywood Reader*, ed. S. Neale, Routledge, London 2012.

Bing J., *Will gizmos give biz new juice*?, http://variety.com/2005/film/news/will-gizmos-give-biz-new-juice-1117919810/ [dostęp: 21.08.2014].

Bordwell D., *It's good to be the King of the World*, http://www.davidbordwell.net/blog/2012/04/22/its-good-to-be-the-king-of-the-world/ [dostęp: 21.08.2014].

Bottomore S., *The Panicking Audience?: Early cinema and the 'train effect'*, "Historical Journal of Film, Radio and Television" 1999, Vol. 19, Issue 2.

Brzeski P., *China's Wanda Group Commits to Building 120 Imax Screens by 2021*, http://www.hollywoodreporter.com/news/chinas-wanda-group-commits-building-666536 [dostęp: 22.08.2014].

Brzeski P., *China's Wanda Plans Theme Park to Compete With Shanghai Disneyland*, http://www.hollywood reporter.com/news/chinas-wanda-plans-theme-park-636431 [dostęp: 22.08.2014].

Buczyńska-Garewicz H., *James*, Państwowe Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 2001.

Coldewey D., *A rebuttal of Roger Ebert's diatribe against 3D cinema*, http://techcrunch.com/2010/04/30/a-rebuttal-of-roger-eberts-diatribe-against-3d-cinema/ [dostęp: 29.07.2014].

Czartoryski B., *Odkrycie, które już było*, „Kino" 2011, nr 9.
DiGiTalk. Ideas, Experiences and Figures on Digital Cinema from DigiTraining Plus 2013, ed. P. Bosma, MEDIA Salles, Milano 2013.
Ebert R., *Why 3d Doesn't Work And Never Will. Case Closed*, http://www.rogerebert.com/rogers-journal/why-3d-doesnt-work-and-never-will-case-closed [dostęp: 3.08.2014].
Ebert R., *Why I Hate 3-D (And You Should Too)*, "Newsweek".
Elsaesser Th., *James Cameron's "Avatar": access for all*, "New Review of Film and Television Studies" 2011, Vol. 9, Issue 3.
Elsaesser Th., *The "Return" of 3D: On Some of the Logics and Genealogies of the Image in the Twenty First Century*, "Critical Inquiry", Winter 2013.
Fernandez J. A., *Michael Bay Reveals James Cameron's Secret Role in the Making of 'Transformers'*, http://www.hollywoodreporter.com/news/michael-bay-reveals-james-camerons-191774 [dostęp: 4.08.2014].
Filiciak M., *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013.
Gunning T., *An Aesthetic of Astonishment: Early Film and the (In)Credulus Spectator*, [w:] *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*, eds. L. Braudy, M. Cohen, Oxford 2009.
Hall Sh., *Ozoners, Roadshows And Blitz Exhibitionism: Postwar Development In Distribution And Exhbition*, [w:] *The Classical Hollywood Reader*, ed. S. Neale, Routledge, London 2012.
Handy B., *Jeffrey Katzenberg on 3-D: Depth Becomes Him*, "Vanity Fair", 29.03.2009, http://www.vanityfair.com/online/oscars/2009/03/jeffrey-katzenberg-on-3d-depth-becomes-him [dostęp: 1.08.2014].
How They Make Movies Leap At You, "Popular Science" 1953, No. 4.
http://realorfake3d.com/ [dostęp: 8.08.2014].
Idziak: 3D cofnęło nas do samych początków kina, http://www.portalfilmowy.pl/wydarzenia,6,2515,1,1, Idziak-3D-cofnelo-nas-do-samych-poczatkow-kina.html [dostęp: 3.08.2014].
Inman M., *Why 3-D Movies Need To Die*, dostępne przez http://theoatmeal.com/blog/3d_movies [dostęp: 5.08.2014].
It's Official: China's Wanda Group to Buy AMC Entertainment, http://www.hollywoodreporter.com/news/ amc-theaters-wanda-group-327076 [dostęp: 22.08.2014].
Kin T., *Sławomir Idziak: pasja patrzenia*, http://kobieta.onet.pl/slawomir-idziak-pasja-patrzenia/fw0g8 [dostęp: 4.08.2014].
Kłopotowski K., *Najwspanialsze widowisko świata*, „Film" 1995, nr 6.
Kotkin J., *The U.S. Middle Class Is Turning Proletarian*, http://www.forbes.com/sites/joelkotkin/2014/02/16/ the-u-s-middle-class-is-turning-proletarian/ [dostęp: 22.08.2014].
Lawrence W., *Producer Jeffrey Katzenberg on the groundbreaking animation Monsters vs Aliens*, http://www.telegraph.co.uk/culture/film/starsandstories/5021815/Producer-Jeffrey-Katzenburg-on-the-groundbreaking-animation-Monsters-vs-Aliens.html [dostęp: 2.08.2014].
Loiperdinger M., *Lumière's Arrival of the Train: Cinema's Founding Myth*, "The Moving Image" 2004, Vol. 4, No. 1.
Mannoni O., *Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène*, Seuil, Paris 1969.
McLane B. A., *L'Arrivée du 3-D*, http://www.editorsguild.com/v2/magazine/archives/0508/columns_ cutprint2.htm [dostęp: 13.08.2014[.
Neale S., *Postwar Hollywood And The End Of The Studio System, 1946–1966. Introduction*, [w:] *The Classical Hollywood Reader*, ed. S. Neale, Routledge, London 2012.
Pabiś-Orzeszyna M., *Nowa Historia Filmu, Nowa Historia Kina. Część pierwsza: bedeker oraz pogodne wołanie o historię teorii i historię historiografii*, „EKRANy" 2013, nr 6 (16).
Pabiś-Orzeszyna M., *Stare i Nowe. Wprowadzenie do mitologii historiografii filmowej*, „Kwartalnik Filmowy" 2014, nr 85.
Peddie J., *The History of Visual Magic in Computers: How Beautiful Images are Made in CAD, 3D, VR and AR*, Springer, London 2013.
Pietrasik Z., *Kmicic w mundurze ułana*, „Polityka" 2011, nr 39.
Ressner J., *The Traditionalist*, http://www.dga.org/Craft/DGAQ/All-Articles/1202-Spring-2012/DGA-Interview-Christopher-Nolan.aspx [dostęp: 9.08.2014].

Ross M., *Response to Thomas Elsaesser*, "Critical Inquiry" 2013, No. 39.
Sitkiewicz P., *3D or not 3D. Początki animacji trójwymiarowej*, „EKRANy" 2012, nr 7.
Sitkiewicz P., *Przegrane rewolucje kina 3-D. Dlaczego film jest jaki jest*, „Kultura Popularna" 2013, nr 3 (37).
Sobchack V., *Surge and Splendor: A Phenomenology of the Hollywood Historical Epic*, "Representations", Winter 1990, Vol. 0, Issue 29.
Theatrical Market Statistics 2013, http://www.mpaa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market- Statistics-2013_032514-v2.pdf [dostęp: 20.08.2014].
Thompson K., *Has 3D Already Failed*?, http://www.davidbordwell.net/blog/2009/08/28/has-3-d-already-failed/ [dostęp: 22.07.2014].
Walkiewicz M., *A statek płynie*, http://www.filmweb.pl/reviews/A+statek+p%C5%82ynie-12675 [dostęp: 27.08.2014].
Whitston G., DIY 2D Glasses Help You Avoid the Pain of 3D Movies, http://lifehacker.com/5757835/diy-2d-glasses-help-you-avoid-the-pain-of-3d-movies [dostęp: 15.08.2014].
Witkowski M., *Medium stereoskopu i doświadczenie natury w kulturze modernizmu*, [w:] *Rekonfiguracje modernizmu. Nowoczesność i kultura popularna*, red. T. Majewski, WAiP, Warszawa 2009.
Wywiad wideo: Dyskusja Sławomira Idziaka z pomysłodawcą Węży, http://www.filmweb.pl/video/wywiad+ wideo/Dyskusja+S%C5%82awomira+Idziaka+z+pomys%C5%82odawc%C4%85+W%C4%99%C5%BCy-28021 [dostęp: 29.07.2014].
Zone R., 3-D *Filmmakers. Conversations With Creators of Stereoscopic Motion Pictures*, Scarecrow Press, Lanham 2005.
Zone R., *Stereoscopic Cinema and the Origins of 3-D Film,1838–1952*, The University Press of Kentucky, Kentucky 2007.