

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στα μέσα του 20ού αιώνα, η μεταμόρφωση των πολιτισμικών οργανισμών σε πολιτισμικές βιομηχανίες διαφοροποίησε δραστικά τη λειτουργία τους και τη φύση της αποστολής τους. Μάλιστα, ο όρος «πολιτισμική βιομηχανία» στον ενικό, που καθιερώθηκε από τη Σχολή της Φραγκφούρτης, έδωσε τη θέση του στο «πολιτισμικές βιομηχανίες» στον πληθυντικό. Είναι προφανές ότι οι θεωρητικοί που ασχολήθηκαν με το φαινόμενο αναγνώρισαν, πέρα από την εκβιομηχάνιση του πολιτισμού, η οποία εξάλλου είχε παρατηρηθεί ήδη από τη δεκαετία του 1930, μια συγκεντρωτικότητα των οργανισμών του πολιτισμού και την ανάδειξή τους σε περίπλοκα μορφώματα υπερ-οργανισμών τόσο σε σχέση με τις διαδικασίες λειτουργίας και παραγωγής που ακολουθούσαν όσο και εξαιτίας των νέων περίπλοκων προϊόντων τους που στόχευαν σε ένα παγκόσμιο κοινό. Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες οι βιομηχανίες του θεάματος και του ήχου υπέστησαν –και αναμένεται να υποστούν ακόμα περισσότερες– δραματικές μεταλλάξεις λόγω της ψηφιακής τεχνολογίας, οι διαφορετικές μορφές και εφαρμογές της οποίας υπεισέρχονται σε κάθε πτυχή της ανθρώπινης έκφρασης και της συλλογικής πολιτιστικής λειτουργίας.

Η ανάπτυξη του ψηφιακού πολιτισμού δεν θα άφηνε φυσικά ανεπηρέαστες τις πιο δημοφιλείς μορφές πολιτισμικής έκφρασης, δηλαδή το θέαμα και τον ήχο. Κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα, τουλάχιστον στην αναλογική τους μορφή, ο κινηματογράφος, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση καθιερώθηκαν ως οι κυρίαρχες μορφές ψυχαγωγίας και ενημέρωσης. Οι οργανισμοί που εκπροσωπούν τις τρεις αυτές μορφές πολιτιστικής έκφρασης διεκδίκησαν με επιτυχία ένα σημαντικότερο αγαθό του σύγχρονου ανθρώπου και της αστικοποιημένης ύπαρξής του, τον ελεύθερο χρόνο. Εξάλλου, όλες οι βιομηχανίες του πολιτισμού –παραδοσιακές και μη– αναγνωρίζουν την οντολογική εξάρτησή τους από το αγαθό του ελεύθερου χρόνου. Τώρα, περισσότερο

παρά ποτέ και μέσα σε συνθήκες έντονου ανταγωνισμού, αυτές συνεχίζουν να διεκδικούν τον ελεύθερο χρόνο μας προκειμένου να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους.

Το παρόν συλλογικό έργο σχεδιάστηκε με στόχο να διερευνηθεί το εξής βασικό ερευνητικό ερώτημα: πώς μεταλλάσσονται οι διαφορετικές βιομηχανίες του θεάματος και του ήχου, καθώς και τα προϊόντα τους, στο πλαίσιο του ψηφιακού κόσμου; Πιο συγκεκριμένα, ποιες είναι οι επιπτώσεις του ψηφιακού κόσμου στα αναλογικά οπτικοακουστικά μέσα, τα οποία συνεχίζουν να διεκδικούν ένα σημαντικό μερίδιο του ελεύθερου χρόνου μας; Ποια ακριβώς είναι τα νέα ψηφιακά πολιτιστικά αγαθά, είτε αυτά προήλθαν από μεταλλάξεις των αναλογικών μέσων είτε αποτελούν νέα δημιουργήματα του ψηφιακού κόσμου;

Σχετικά με το πρώτο ζήτημα, οι συνεργάτες του τόμου θέτουν κρίσιμα επιμέρους ερωτήματα αναπτύσσοντας τον κεντρικό μας προβληματισμό. Είναι προφανές π.χ. ότι, καθώς τα αναλογικά οπτικοακουστικά μέσα βιώνουν τις πιέσεις του νέου ψηφιακού περιβάλλοντος, ο μέσος χρόνος τηλεθέασης μειώνεται σταθερά ακολουθώντας τις τάσεις που παρατηρούνται με την αναγνωσιμότητα σε κάποιες κατηγορίες εντύπων. Ο ελεύθερος χρόνος μας καταλαμβάνεται συνεχώς από το διαδίκτυο και τα πολυμέσα, οδηγώντας πολλούς να μιλούν για το τέλος της μαζικής επικοινωνίας. Πολλά έχουν γραφεί τα τελευταία χρόνια για το θέμα αυτό, ότι δηλαδή το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, ως μαζικά μέσα, θα πάψουν να υφίστανται, παραχωρώντας τη θέση τους στα ψηφιακά οπτικοακουστικά πολυμέσα τα οποία θα απηχούν τις προσωπικές ανάγκες και επιλογές του κοινού. Ο προσωποποιημένος χαρακτήρας της ψηφιακής κατανάλωσης, ισχυρίζονται, θα δώσει τέλος στις οικείες μορφές της μαζικής κουλτούρας.

Το δεύτερο ζήτημα είναι κομβικής σημασίας στον παρόντα τόμο. Η εμφάνιση των ψηφιακών προϊόντων, είτε αυτά προέκυψαν από μεταλλάξεις προϊόντων των αναλογικών μέσων είτε αναδείχθηκαν ως νέα τεχνο-δημιουργήματα, ανταποκρινόμενα σε νέες κατηγορίες αναγκών, χρήζουν μελέτης λόγω των απρόβλεπτων, για την ώρα, επιπτώσεων που έχουν στο σύγχρονο κοινό. Σε αυτό το πλαίσιο, όλη η θεωρία των μέσων που έχει παραχθεί τις τελευταίες δεκαετίες είναι βέβαιο ότι θα αναθεωρηθεί ή θα συμπληρωθεί αναγνωρίζοντας νέες σχέσεις μεταξύ μέσων και κοινού. Τα παραδοσιακά ερωτήματα, λόχου χάρη, που κινούνται γύρω από την προβληματική της επιρροής του κοινού από τα

μέσα αναπροσανατολίζονται, πλέον, στη βάση μιας εντελώς αντίστροφης προβληματικής: πώς οι διαφορετικές κατηγορίες κοινού χρησιμοποιούν και επηρεάζουν τα μέσα;

Είναι φανερό ότι φιλοδοξία μας δεν είναι να καλύψουμε όλο το εύρος των ερωτημάτων και των υποθέσεων που θέτει ο νεοπαγής ψηφιακός οπτικο-ακουστικός κόσμος. Κάτι τέτοιο θα άγγιζε τα όρια της ματαιοπονίας, καθώς η πληθώρα των αλλαγών αλλά και η ταχύτητα των εξελίξεων καθιστούν μια τέτοια φιλοδοξία ουσιαστικά ανέφικτη. Ο στόχος μας είναι να συμβάλλουμε σε έναν ήδη γενικευμένο διάλογο, εξασφαλίζοντας όμως την οικονομία μιας συνεκτικής, συνολικής παρουσίασης.

Για την καλύτερη οργάνωση των επιμέρους θεμάτων, απευθυνθήκαμε σε μια διεθνή ομάδα επιστημόνων κυρίως της νεότερης γενιάς, οργανώνοντας την παρουσίαση των κεφαλαίων με τέτοιο τρόπο ώστε να διευκολύνουμε κυρίως τον νέο μελετητή των μέσων και του πολιτισμού να χαρτογραφήσει ένα τοπίο ιδιαίτερα σύνθετο και δυναμικό. Η διευρυμένη αυτή εκπροσώπηση επιδιώχθηκε προκειμένου να γίνει ο παρών συλλογικός τόμος ένας τόπος συνάντησης ιδεών και εμπειριών από διαφορετικά γνωστικά και εκπαιδευτικά περιβάλλοντα.

Η πρώτη ενότητα, η οποία αφορά τον κινηματογράφο, το μέσο που διαδραματίζει τον σημαντικότερο ρόλο στην ιστορία του σύγχρονου θεάματος, ανοίγει με τον Paul Messaris, τον διεθνούς φήμης μελετητή της οπτικής επικοινωνίας. Θέτοντας το φιλικό φαινόμενο μέσα σε ένα συνολικό ιστορικό γίνεσθαι, ο Messaris αναλύει τα πλεονεκτήματα του ψηφιακού μοντάζ και της ψηφιακής μεταπαραγωγής έναντι των αντίστοιχων αναλογικών τεχνικών, τεκμηριώνοντας τους ισχυρισμούς του με ποικίλα παραδείγματα των ριζικών αλλαγών που υπέστη ο κινηματογράφος μετά το 1990. Αξιοσημείωτη είναι εδώ η αναλογία που εντοπίζει ανάμεσα στις πρόσφατες ψηφιακές καινοτομίες και σε εκείνες που σημάδεψαν τις κινηματογραφικές υπερπαραγωγές του 1950. Οι προκλήσεις, υποστηρίζει, ήταν παρόμοιες όπως και οι απαντήσεις που υιοθετεί κάθε φορά η κινηματογραφική βιομηχανία, η οποία έτσι φαίνεται να αναβαπτίζεται μέσα στη δίνη μιας ακόμα ισχυρής κρίσης. Ο Messaris θεωρεί ότι το μέλλον του κινηματογράφου είναι ψηφιακό, χωρίς ωστόσο να θεωρεί αυτό το μέλλον δεδομένο. «Το μέλλον του κινηματογράφου θα είναι ψηφιακό», καταλήγει, «αν, πράγματι, ο κινηματογράφος έχει μέλλον».

Ο Yannis Tzioumakis, ακολούθως, αναφέρεται στις επιπτώσεις της «ψηφιακής επανάστασης» στην κινηματογραφική αγορά, εστιάζοντας στις συνέργειες μεταξύ κινηματογραφικών οργανισμών αλλά και στα νέα προϊόντα προώθησης και διανομής κινηματογραφικού περιεχομένου. Το DVD και τα κινητά μέσα που λαμβάνουν εικόνα και ήχο έχουν δημιουργήσει νέες προοπτικές διανομής φιλικού περιεχομένου. Η εξαγορά κινηματογραφικών εταιρειών από «υπερ-επιχειρήσεις» συναφών συμφερόντων –όπως π.χ. της κινηματογραφικής εταιρείας Fox από τον όμιλο News Corporation του Murdoch– έχει αναδείξει νέους mega-οργανισμούς, που προωθούν προϊόντα «υπερεθνικού ψυχαγωγικού» χαρακτήρα. Οι νέες συνέργειες μεταξύ μιντιακών εταιρειών έχουν δημιουργήσει πρωτοφανείς επιχειρηματικές συμμαχίες που απολαμβάνουν κάθετο και οριζόντιο έλεγχο στις αυτοκρατορίες της ψηφιακής ψυχαγωγίας.

Για την Ελευθερία Θανούλη, η μετάβαση από τον αναλογικό στον ψηφιακό κινηματογράφο γεννά καίρια ερωτήματα οντολογικής και αισθητικής φύσης που επαναφέρουν στην επικαιρότητα την επίμονη ερώτηση του Bazin, «τι είναι κινηματογράφος;». Αντίθετα με τους φόβους που αρχικά εκφράστηκαν για απώλεια της πραγματικότητας, η ψηφιακή τεχνολογία έρχεται να επιτείνει το ρεαλισμό των κινηματογραφικών εικόνων. Αυτό συμβαίνει επειδή τα νέα ψηφιακά μέσα αναδιαμεσολαβούν τα παλαιότερα αναλογικά με σκοπό να καταγράψουν το πραγματικό με ακόμα μεγαλύτερη πιστότητα. Από την άλλη πλευρά, η ψηφιακή τεχνολογία αυξάνει τις δυνατότητες του κινηματογραφικού μέσου, πολλαπλασιάζοντας τα εκφραστικά του μέσα για μια πληρέστερη προσέγγιση της ανθρώπινης εμπειρίας. Έχουμε να κάνουμε, συμπεραίνει η Θανούλη, με έναν υπερδιαμεσολαβημένο ρεαλισμό που, χωρίς να αποκρύβει τα ίχνη του, ανοίγει προοπτικές για εντελώς νέους τρόπους αφήγησης.

Στη δεύτερη ενότητα του τόμου διερευνάται η μετάβαση της τηλεόρασης στην ψηφιακή εποχή. Οι Φιλήμων Μπαντιμαρούδης και Ειρήνη Στάθη προσεγγίζουν τη μετάλλαξη της τηλεόρασης σε διαδραστική, περιγράφοντας μια τηλεοπτική εμπειρία η οποία δεν περιορίζεται απλώς σε μια καλύτερη ποιότητα εικόνας – όπως περιέγραφαν τη φυσική εξέλιξη της τηλεόρασης οι τεχνικοί του κλάδου πριν από τριάντα χρόνια. Έχοντας ως στενότερο συγγενή τον προσωπικό υπολογιστή, η διαδραστική τηλεόραση προσφέρει μια ποικιλία διαδραστικών εμπει-

ριών που καθιστά το θεατή ενεργότερο στη χρήση ενός μέσου που θεωρείται ευρέως συνώνυμο με την παθητικότητά του. Η διαδραστικότητα θεωρείται ότι αποτελεί μια μετάβαση από τη μονομεσικότητα στην πολυμεσικότητα, μια διαδικασία που προβλέπει προσαρμογές τόσο από την πλευρά του τηλεοπτικού δημιουργού όσο και στους ρόλους που υιοθετεί ο τηλεοπτικός καταναλωτής.

Στη συνέχεια, ο Αβραάμ Κάουα αντιμετωπίζει τις δραματουργικές δυνατότητες της ψηφιακής τηλεόρασης και ειδικά της χρήσης των ψηφιακών εφέ στη μικρή οθόνη. Η προθυμία με την οποία πολλές τηλεοπτικές σειρές δανείστηκαν από το φιλμ τόσο την τεχνολογία όσο και την αισθητική των ψηφιακών μεταμορφώσεων αλλά και της διαφοροποιημένης αφηγηματικότητας προσέδωσε σε πολλές από αυτές, και ειδικά σε εκείνες που πραγματεύονται το φανταστικό, μια ιδιότυπη ζωή εκτός της μικρής οθόνης (με τη διακίνησή τους σε DVD για ενοικίαση αλλά και τη διαθεσιμότητά τους στο διαδίκτυο). Την ίδια στιγμή, οι σειρές αυτές προσέλκυσαν πιστές ομάδες κοινού που ταυτίστηκαν μαζί τους, όπως ακριβώς συγκεκριμένες κινηματογραφικές παραγωγές προσέδωσαν σε ένα μέρος του κοινού τους τη διάσταση του φανταστικού θιασώτη.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της ενότητας της τηλεόρασης, οι Gary Needham και David Woods εστιάζουν στην καλωδιακή τηλεόραση, η οποία εν πολλοίς απουσιάζει από τη χώρα μας. Υιοθετώντας μια ολιστική προσέγγιση, οι Needham και Woods καλύπτουν τρεις σημαντικές ενότητες του θεσμού της καλωδιακής τηλεόρασης. Ξεκινώντας από τις απαρχές της, προχωρούν να αναλύσουν τους μηχανισμούς ανταγωνισμού που εδραιώθηκαν μεταξύ της καλωδιακής τηλεόρασης και των κλασικών τηλεοπτικών δικτύων, για να καταλήξουν στη μετάβαση της καλωδιακής τηλεόρασης στην ψηφιακή εποχή. Τα παραδείγματα που εξετάζουν προκύπτουν κυρίως από την αμερικανική και τη βρετανική αγορά, ενώ οι περιπτώσεις άλλων χωρών, ειδικά των ευρωπαϊκών, τοποθετούνται κάπου ενδιάμεσα στα δύο αυτά βασικά μοντέλα.

Η τρίτη ενότητα είναι αφιερωμένη στο φαινόμενο του ψηφιακού ήχου, που προσεγγίζεται μέσα από μια ποικιλία διαφορετικών οπτικών. Η μελέτη του ήχου στον 20ό αιώνα προκύπτει σχετικά αδικημένη, εξαιτίας της επικέντρωσης των περισσότερων μελετητών στο θέαμα. Προσπαθώντας να διορθώσουμε αυτήν τη μονομέρεια, ζητήσαμε από την πολυπληθή ομάδα συνεργατών που συνεισφέρουν στην ενότητα αυτή

να έχει ως στόχο την ανάδειξη της ποικιλομορφίας του ψηφιακού ηχοτοπίου. Συγκεκριμένα, ο Νίκος Μπουμπάρης ασχολείται με τον surround ήχο στο φιλμ, μια ζωτική διάσταση του σύγχρονου κινηματογραφικού θεάματος. Συνδυάζοντας την ακουστική και την ψυχοακουστική, ο Μπουμπάρης αναδεικνύει την ιδιαιτερότητα του ψηφιακού κινηματογραφικού ήχου ως μια από τις πιο χαρακτηριστικές διαστάσεις του ψηφιακού κόσμου.

Στη συνέχεια, ο Ανδρέας Φλώρος παρουσιάζει μια εφαρμοσμένη μελέτη επάνω στην ψηφιακή τεχνολογία του ήχου, χρησιμοποιώντας διαφορετικά παραδείγματα προκειμένου να εξηγήσει τις πολλαπλές επιπτώσεις της στην αγορά των ψηφιακών μουσικών προϊόντων αλλά και των ψηφιακών βιβλιοθηκών. Η πρόκληση του ψηφιακού ήχου παραμένει ανοικτή και επώδυνη: ποια θα είναι η τύχη των πνευματικών δικαιωμάτων την εποχή της ψηφιακής αναπαραγωγής και κυκλοφορίας της μουσικής.

Ο Θεόδωρος Λώτης εστιάζει κυρίως στον τρόπο με τον οποίο η ψηφιακή τεχνολογία απαιτεί μια αναθεώρηση της έννοιας του μουσικού έργου και γενικότερα της μουσικής δημιουργίας. Ο ψηφιακός κόσμος υπονομεύει την παραδοσιακή διάκριση συνθέτη-εκτελεστή, δημιουργώντας νέες σχέσεις και ρόλους και για τους δύο. Την ίδια στιγμή, συνεχίζει ο Λώτης, η δυναμική του κυβερνοχώρου αποδεσμεύει τη μουσική δημιουργία από τους παραδοσιακούς χωροχρονικούς περιορισμούς της. Σε μια μελέτη περίπτωσης, παρουσιάζεται η παρτιτούρα Αμελίδη ως ένας εναλλακτικός τρόπος κωδικοποίησης της μουσικής πληροφορίας.

Ο Γιώργος-Μιχαήλ Κλήμης διερευνά τη λειτουργία της μουσικής αγοράς επισημαίνοντας τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά της: την υπερ-προσφορά αγαθών υποψήφιων για εμπορευματοποίηση, τη συχνά ασαφή ποιότητα των αγαθών, τη δημιουργία δικτύων καταναλωτών και την κυκλική αντιστροφή της ζήτησης των αγαθών. Δίπλα σε όλα αυτά, οι δράσεις μιας πληθώρας επιχειρήσεων, αλλά και οι απρόβλεπτες συμπεριφορές των σύγχρονων καταναλωτών διαμορφώνουν ένα πρωτοφανώς άναρχο και απορρυθμισμένο νέο τοπίο.

Η ενότητα του ήχου ολοκληρώνεται με τον Αλέξανδρο Μπαλτζή να πραγματεύεται την ιστορική σχέση μεταξύ ραδιοφώνου και μουσικής βιομηχανίας. Ξεκινώντας με τη γένεση και εξέλιξη του διαδικτυακού ραδιοφώνου, ο Μπαλτζής προχωρά να εξετάσει την περίπλοκη σχέση

του ραδιοφώνου με τη βιομηχανία των ηχογραφημάτων. Η ευρεία ποικιλία των ελληνικών και διεθνών παραδειγμάτων που αναλύεται αναδεικνύει τη συνθετότητα της συμβιωτικής σχέσης των δύο βιομηχανιών, αποκαλύπτοντας ταυτόχρονα τις νέες δυναμικές που επαναπροσδιορίζουν τους ιστορικούς ρόλους τους.

Η τελευταία ενότητα είναι αφιερωμένη σε ορισμένες χαρακτηριστικές μορφές της πληθωρικής ψηφιακής κουλτούρας, καθώς και στα ιδιάζοντα ζητήματα που θέτει η μελέτη της. Ο Μιχάλης Κοκκώνης μας εισάγει, κατ' αρχάς, σε εκείνο το είδος οικιακής ψηφιακής ψυχαγωγίας που τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μια πρωτοφανή δημοτικότητα: τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζονται στον υπολογιστή και στις ψηφιακές κονσόλες. Ξεκινώντας από μια ιστορική αναδρομή της εξέλιξης των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ο Κοκκώνης αναλύει τη δομή της εντυπωσιακά αναπτυσσόμενης βιομηχανίας των παιχνιδιών χαρτογραφώντας, παράλληλα, τόσο την ταυτότητα των χρηστών όσο και το εύρος των προσφερόμενων προϊόντων (ποιοι αγοράζουν και παίζουν βιντεοπαιχνίδια, πόσο συχνά και τι είδους) και καταρρίπτοντας το μύθο ότι πρόκειται αποκλειστικά για ασχολία των παιδιών. Ο Κοκκώνης καταλήγει να σταθμίσει τα σχετικά πλεονεκτήματα της αφηγηματολογικής θεωρίας και της θεωρίας των παιγνίων ως των πλέον αποτελεσματικών θεωρητικών εργαλείων για τον ορισμό των εγγενών χαρακτηριστικών των βιντεοπαιχνιδιών αλλά και για το είδος της εμπειρίας που προσφέρουν ως μέσο ψυχαγωγίας και επικοινωνίας.

Η Εύη Σαμπανίκου πραγματεύεται την ανάγκη διαμόρφωσης νέων θεωρητικών προσεγγίσεων, καθώς εξελίσσεται ποικιλότροπα η παραγωγή πολυμεσικής τέχνης στον 21ο αιώνα. Η Σαμπανίκου ισχυρίζεται ότι, καθώς η τέχνη αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας, των θεσμών και των δομών της, η μετεξέλιξη των «εικαστικών τεχνών» προσδίδει νέα νοήματα στον όρο «τέχνη», ενώ συμπαρασύρει συνολικές διαδικασίες πολιτιστικής παραγωγής και διακίνησης. Και αυτό διότι οι επιστήμες και η τεχνολογία μεταμορφώνουν την τέχνη ακριβώς όπως μεταμορφώνουν κοινωνικές σχέσεις και δομές.

Ο Γρηγόρης Πασχαλίδης, τέλος, εστιάζει στις επιστημολογικές συνέπειες της ψηφιακής συνθήκης και, ειδικότερα, στο πώς αυτή μεταμορφώνει τις εδραιωμένες πειθαρχίες της ιστορίας και της θεωρίας των μέσων. Έχοντας αμφότερες θεμελιωθεί και αναπτυχθεί την εποχή των μονόδρομων, μαζικών μέσων, τόσο η ιστορία όσο και η θεωρία των

μέσων υπόκεινται σε μια δραματική αλλαγή προσανατολισμών, ερωτημάτων και μεθόδων που παρακολουθεί την ψηφιακή μεταμόρφωση ολόκληρου του πεδίου της κοινωνικής επικοινωνίας. Οι κλασικές έννοιες των μαζικών μέσων, της μαζικής επικοινωνίας και της μαζικής κουλτούρας δίνουν πλέον τη θέση τους στα μέσα, στην κουλτούρα και στην κοινωνική αλληλόδραση σε όλες τις διαμεσολαβημένες μορφές της. Το έργο της θεωρίας και της ιστορίας των μέσων αρχίζει εκ νέου, από την αρχή.

*Μιχάλης Κοκκώνης,
Γρηγόρης Πασχαλίδης,
Φιλήμων Μπαντιμαρούδης*

I. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

Paul Messaris

ΨΗΦΙΑΚΟ ΧΟΛΙΓΟΥΝΤ: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ, ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ

Μετάφραση από τα αγγλικά: Αθηνά Παραπονιάρη

Αν θα έπρεπε να επιλέξουμε μια συγκεκριμένη ημερομηνία κατά την οποία να γιορτάζουμε τη γέννηση του κινηματογράφου, η 28η Δεκεμβρίου θα ήταν μια καλή επιλογή. Στις 28 Δεκεμβρίου 1895, στο Grand Café στο Παρίσι, οι αδερφοί Lumière έκαναν επί πληρωμή την πρώτη τους προβολή ταινίας σε αίθουσα. Το οπτικό μέσο που γεννήθηκε εκείνη τη μέρα έτυχε ιδιαίτερα μεγάλης μακροζωίας. Περισσότερα από εκατό χρόνια αργότερα, η συντριπτική πλειονότητα των εμπορικών κινηματογράφων παγκοσμίως κατά βάση χρησιμοποιούν ακόμη την ίδια οπτική τεχνολογία όπως αυτή λανσαρίστηκε από τους αδερφούς Lumière. Η τελική εικόνα στην οθόνη δημιουργείται από μια δέσμη φωτός, η οποία περνάει μέσα από μια σειρά εικόνων που έχουν καταγραφεί επάνω σε μια μπομπίνα σελιλόιντ. Όταν κάνουμε λόγο για το «φιλμ», την ταινία, αναφερόμαστε ουσιαστικά στη θεμελιακή αρχή του σινεμά ως σελιλόιντ. Παρόλη, όμως, την τρομακτική επιτυχία του ως μορφή τέχνης αλλά και ως παγκόσμιο εμπορικό φαινόμενο, το φιλμ, στη μορφή που το γνωρίζουμε, έχει ήδη ξεπεραστεί. Αν και είναι πάντα πρώιμο να προσποιούμαστε ότι γνωρίζουμε τι ακριβώς θα φέρει το μέλλον, μπορούμε με μεγάλη σιγουριά να προβλέψουμε ότι το φιλμ με τη μορφή σελιλόιντ δεν θα επιβιώσει τον 21ο αιώνα ως βάση για τη παραγωγή ταινιών. Το μέλλον του κινηματογράφου θα είναι ψηφιακό.

Τι παραπάνω προσφέρει ο ψηφιακός κινηματογράφος από το παραδοσιακό φιλμ; Όταν γυρίζουμε μια σκηνή με ψηφιακή κάμερα, το μοτίβο του φωτισμού και των χρωμάτων αποτυπώνεται ως ένα ορθογώνιο πλέγμα εικονοστοιχείων – τα πίξελ [pixels]. Οι εναλλαγές στη φωτεινότητα ή στο χρώμα από το ένα πίξελ στο άλλο καταγράφονται με τη μορφή χωριστών, αμετάβλητων μονάδων –ως εκ τούτου «ψη-

φιακά» – αντί της συνεχόμενης διαβάθμισης του πιο παραδοσιακού αναλογικού τρόπου. Αυτή η δυνατότητα του ψηφιακού κινηματογράφου έχει σημαντικές τεχνολογικές επιπτώσεις. Οι ψηφιακές ταινίες μπορούν να υφίστανται επεξεργασία απόλυτης ακρίβειας μέσω υπολογιστή. Μπορούν να αναπαραχθούν επανειλημμένα χωρίς σημαντικές απώλειες δεδομένων. Και μπορούν να μεταδοθούν μέσω δικτύων υπολογιστή επίσης χωρίς σημαντικές απώλειες. Με λίγα λόγια, οι ψηφιακές ταινίες επιτρέπουν ριζικές αλλαγές σε όλες τις φάσεις της μεταπαραγωγής (post-production), διανομής και προβολής.

Έχοντας υπόψη αυτές τις τεχνολογικές επισημάνσεις, στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστούν οι ευρύτερες αλλαγές που επιφέρει η ψηφιακή τεχνολογία στην καλλιτεχνική και στην επιχειρηματική πλευρά του κινηματογράφου. Η έρευνά μας πάνω σε αυτά τα θέματα θα εστιάσει κυρίως στις μεγάλες εταιρείες παραγωγής ταινιών που στο μυαλό μας παραπέμπουν στο Χόλιγουντ (αλλά και στο Μουμπάι ή «Μπόλιγουντ», στο Χονγκ Κονγκ και σε άλλα κέντρα της παγκόσμιας βιομηχανίας κινηματογράφου). Θα λάβουμε, παρ' όλα αυτά, υπόψη και ορισμένες εξελίξεις που λαμβάνουν χώρα έξω από αυτήν τη βιομηχανία, δηλαδή στο χώρο της ιδιωτικής ή της μικρο-μεσαίας ανεξάρτητης παραγωγής. Ο απώτερος στόχος μας είναι να δείξουμε πώς οι αλλαγές στον τρόπο παραγωγής ταινιών επηρεάζουν την οπτική των θεατών. Θα προσεγγίσουμε αυτό το ζήτημα με συγκεκριμένες αναφορές σε τρεις βασικές εφαρμογές της ψηφιακής τεχνολογίας: στο μοντάζ, στα ειδικά εφέ και στη διανομή/προβολή.

Ψηφιακό μοντάζ

Το πρώτο, χρονολογικά, στοιχείο του ψηφιακού κινηματογράφου που υιοθετήθηκε ευρέως από τη βιομηχανία παραγωγής ταινιών ήταν το μοντάζ με υπολογιστή. Αυτό έγινε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και ήταν αποτέλεσμα εικοσαετούς πειραματισμού. Αρχικά, το μοντάζ με υπολογιστή είχε ως πρωταρχικό στόχο να αντικαταστήσει τις παλιότερες μεθόδους βίντεο-μοντάζ, οι οποίες συνεπάγονταν το μοντάρισμα ενός προγράμματος με τη μέθοδο της προσθήκης ενός πλάνου μετά το άλλο, σύμφωνα με μια προδιαγεγραμμένη αλληλουχία. Στην περίπτωση που ο υπεύθυνος του μοντάζ έπρεπε να κάνει κάποια αλλαγή σε κάποιο πλάνο, θα έπρεπε να πάει πίσω και να ξαναμοντάρει όλο

το πρόγραμμα από την αρχή. Αντίθετα, στο ψηφιακό μοντάζ, όπου όλα τα πλάνα είναι αποθηκευμένα στον υπολογιστή, ο υπεύθυνος του μοντάζ έχει δυνατότητα πρόσβασης σε οποιοδήποτε πλάνο επιθυμεί, ανεξαρτήτως αλληλουχίας. Γι' αυτόν το λόγο, το ψηφιακό μοντάζ αναφέρεται συχνά και ως «μη γραμμικό», σε αντίστιξη με την παραδοσιακή γραμμική μέθοδο μοντάζ.

Με αυτή την έννοια, μη γραμμικό μπορεί να χαρακτηριστεί και το μοντάζ σε σελιλόιντ φιλμ. Παρ' όλα αυτά, λόγω συγκεκριμένων περιορισμών που θα αναλυθούν παρακάτω, η παραγωγή ταινιών μεγάλου προϋπολογισμού μετακινήθηκε από το σελιλόιντ στο ψηφιακό μοντάζ πολύ πριν η βιομηχανία του κινηματογράφου υιοθετήσει τις ψηφιακές κάμερες. Στα 1997, όταν ο Walter Murch έγινε ο πρώτος αποδέκτης βραβείου Όσκαρ για ταινία με ψηφιακό μοντάζ (*The English Patient* [Ο Άγγλος ασθενής]), το σύστημα Avid, που χρησιμοποίησε ο Murch στην ταινία, είχε ήδη γίνει κανόνας στη βιομηχανία του κινηματογράφου και μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1990 ήταν πολύ ασυνήθιστο για ταινία μεγάλου προϋπολογισμού στο Χόλιγουντ να μοντάρεται με κάποια άλλη μέθοδο. (Ο Steven Spielberg ήταν μέχρι πρόσφατα μία από τις λίγες γνωστές εξαιρέσεις.) Από την άλλη, παρόλο που οι ψηφιακές κάμερες υψηλής πιστότητας (high quality) υπήρχαν από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 (όπως φαίνεται και στο έργο *Star Wars Episode II: Attack of the Clones* [Ο πόλεμος των άστρων επεισόδιο II: Η επίθεση των κλώνων] [2002], την πρώτη μεγάλη παραγωγή που έγινε μόνο με ψηφιακά μέσα), μέχρι σήμερα οι περισσότερες χολιγουντιανές παραγωγές γυρίζονται σε παραδοσιακό φιλμ (σελιλόιντ) και στη συνέχεια σκαννούνται σε υπολογιστή για το μοντάζ.

Πώς επηρεάστηκαν οι πρακτικές παραγωγής ταινιών της βιομηχανίας από τη χρήση του ψηφιακού μοντάζ; Ως εισαγωγή, για να ασχοληθούμε με αυτό το ερώτημα, θα ήταν χρήσιμο να ξαναδούμε ένα σημαντικό συμβάν στην προ-ψηφιακή εποχή του μοντάζ. Στα Βραβεία της Αμερικανικής Ακαδημίας Κινηματογράφου το 1962, το Όσκαρ Καλύτερου Μοντάζ απονεμήθηκε στην Anne V. Coates για την ταινία *Lawrence of Arabia* (Ο Λώρενς της Αραβίας). Το πιο γνωστό κόψιμο της ταινίας – και μάλιστα ένα από τα πιο διάσημα μοντάζ στην ιστορία του κινηματογράφου – έγινε στη σκηνή όπου ο πρωταγωνιστής αναφέρεται στο επικείμενο οδοιπορικό του στην αραβική έρημο. Ο συνομιλητής του τον προειδοποιεί ότι η έρημος θα αποδειχθεί «φλεγόμενος, πύρινος

κλίβανος». Ο Lawrence χαμογελάει, ανάβει ένα σπίρτο και το πλησιάζει στα χείλη του. Ύστερα το σβήνει φυσώντας το και, αυτόματα, η σκηνή αλλάζει και εμφανίζεται μια κατακόκκινη ανατολή του ήλιου της ερήμου. Ο David Lean, σκηνοθέτης της ταινίας, μας έχει δώσει μια λεπτομερή περιγραφή για το πώς ο ίδιος και η Anne Coates μοντάρανε το συγκεκριμένο πλάνο. Αφού η Coates έκανε το αρχικό μοντάζ των δύο σκηνών, ο σκηνοθέτης της ζήτησε να μικρύνει το χρόνο μετάβασης από τη μία σκηνή στην άλλη, κόβοντας ένα καρέ από τον *Lawrence*. Μόλις τελείωσε το μοντάζ εκ νέου, της ζήτησε να ξαναμειώσει το χρόνο και άλλο, και συνέχισε να το κάνει μέχρι που αφαιρέθηκαν συνολικά έξι καρέ. Το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας είναι το απρόσμενο ξάφνιασμα που νιώθουμε στην ταινία.

Αυτή η σκηνή έχει γίνει πολύ δημοφιλής ανάμεσα στους ιστορικούς του κινηματογράφου όχι μόνο για τη δραματική χροιά της μετάβασης αλλά και γιατί η όλη διαδικασία είναι ένα άριστο παράδειγμα των πολλαπλών δοκιμών και δοκιμασιών που προϋποθέτει το καλό μοντάζ. Για χάρη της δικής μας συζήτησης, όμως, η ιστορία του Lean δείχνει εμφανώς γιατί το μοντάζ σε σελιλόιντ σπάνια ήταν τόσο ριψοκίνδυνο όσο σε αυτή την περίπτωση. Κάθε φορά που ζητούσε επανάληψη του μοντάζ, έπρεπε να διαχωριστούν τα δύο κομμάτια του φιλμ και κυριολεκτικά να κοπεί ένα καρέ από το πλάνο του *Lawrence*. Κατά συνέπεια, αν ο Lean άλλαζε γνώμη για εκείνο το κόψιμο, το πλάνο θα έπρεπε να ξαναμονταριστεί από τα κομμάτια ή να βρεθεί καινούριο αντίγραφο. Είναι προφανές ότι αυτού του είδους το μοντάζ δεν ενθαρρύνει πειραματισμούς. Όπως σημειώνει ο Charles Domokos, «Το παραδοσιακό μοντάζ είναι μια δύσχροστη, καταστροφική, μη ηλεκτρονική παραλλαγή του μη γραμμικού μοντάζ» (Domokos, 2006: 21).

Αυτό το επεισόδιο κατά τη διάρκεια των γυρισμάτων του έργου *Lawrence of Arabia* δείχνει με καθαρότητα τη σημασία που είχε το ψηφιακό μη γραμμικό μοντάζ στη γενιά των δημιουργών που πρώτη πέρασε από το σελιλόιντ στους υπολογιστές. Στο μοντάζ με υπολογιστή ένα πλάνο μπορεί να μικρύνει, να μεγαλώσει, να κοπεί ή να ξαναπροστεθεί όσες φορές επιλέξει ο υπεύθυνος του μοντάζ, με το απλό πάτημα ενός κουμπιού στον υπολογιστή. Ακόμα και κάποιος που δεν έχει γνώση της πρόσφατης ιστορίας του κινηματογράφου θα μπορούσε πιθανότατα να μαντέψει πού μπορεί να οδηγήσει αυτή η τεχνολογική εξέλιξη. Καθώς το μοντάζ έγινε ευκολότερο, έγινε επίσης και πιο

σύνηθες. Όπως παρατήρησε ο David Bordwell στις αρχές της δεκαετίας, «Σήμερα οι περισσότερες ταινίες μοντάρονται γρηγορότερα από οποιαδήποτε άλλη περίοδο στην ιστορία της βιομηχανίας του κινηματογράφου στις Ηνωμένες Πολιτείες» (Bordwell, 2002: 17). Πρόσφατα, χρονομέτρησε τα πλάνα σε πολλές ταινίες δράσης και διαρκούσαν λιγότερο από 2 δευτερόλεπτα ανά πλάνο (Bordwell, 2007). Για να γίνει αντιληπτή η διαφορά, μια μελέτη από τον Salt έδειξε ότι σχετικά πρόσφατα, την περίοδο 1994-1999, ο μέσος όρος ήταν 4,92 δευτερόλεπτα ανά πλάνο (Salt, 2006: 320). Πράγματι, το γρήγορο μοντάρισμα έχει γίνει τόσο αναπόσπαστο κομμάτι των ταινιών δράσης, που η απουσία του μπορεί να προκαλεί ερωτηματικά. Σε συνέντευξή του για την τελευταία ταινία του *Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull* (Ο Ιντιάνα Τζούνς και το βασίλειο του κρυστάλλινου κρανίου) (2008), ο Steven Spielberg εξηγεί λεπτομερώς γιατί *δεν* χρησιμοποίησε το ίδιο γρήγορο μοντάρισμα («ένα κόψιμο ανά ενάμισι δευτερόλεπτο») που «είχε ανεβάσει στα ύψη την αδρεναλίνη» των θεατών στην ταινία *The Bourne Ultimatum* (Το τελεσίγραφο του Μπορν) (Windolf, 2008: 3).

Αν και η τάση να μειωθεί ο χρόνος κάθε πλάνου στα 2 δευτερόλεπτα ή και λιγότερο δεν θα γινόταν εφικτή χωρίς την τεχνολογία του ψηφιακού μοντάζ, θα ήταν λάθος να δούμε την τεχνολογία ως την απόλυτη αιτία που επέτρεψε κάτι τέτοιο. Στην πιο συστηματική ιστορική αναδρομή μονταρίσματος στις Ηνωμένες Πολιτείες που πιθανότατα έχει γίνει ποτέ, ο Barry Salt ανακάλυψε ότι υπήρξε άλλη μία τουλάχιστον φάση στην αμερικανική βιομηχανία παραγωγής ταινιών όπου σημειώθηκε δραματική μείωση στο χρόνο κοψίματος. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1950 μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1960 σημειώθηκε μείωση από τα 10,13 δευτερόλεπτα στα 7,11 δευτερόλεπτα (Salt, 2006: 320). Η μείωση συνεχίστηκε και μετά, όχι βέβαια με τόσο γρήγορους ρυθμούς. Η τεχνολογία του κινηματογράφου δεν άλλαξε δραστικά στις δεκαετίες του 1950 και 1960. Υπάρχει κάποιος άλλος παράγοντας που είναι κοινός μεταξύ του τότε και του σήμερα; Υπάρχει κάποια ευρύτερη εξήγηση γι' αυτή την επιτάχυνση στη διαδικασία του μοντάζ που να έλαβε χώρα τότε και να επαναλαμβάνεται και σήμερα;

Στην ιστορία του Χόλιγουντ, η δεκαετία του 1950 σηματοδεύτηκε από τη μεγάλη πίεση που δέχτηκε η βιομηχανία του κινηματογράφου από την άφιξη της τηλεόρασης. Ο Edward Jay Epstein σημειώνει ότι, από το

1948 μέχρι το 1962, τα νοικοκυριά που απέκτησαν τηλεόραση στις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκαν από 1 εκατομμύριο σε 55, ενώ η προσέλευση του κοινού στις κινηματογραφικές αίθουσες σε εβδομαδιαία βάση μειώθηκε κατά 50% (Epstein, 2005: 220). Επιπρόσθετα, η μείωση αυτή συνοδεύτηκε και από μια σημαντική αλλαγή στη σύνθεση του κοινού. Σύμφωνα με τον Richard Maltby, σε διάστημα δύο δεκαετιών και με τη βοήθεια των δημοσκοπήσεων [Gallup polls], η βιομηχανία θεάματος του Χόλιγουντ βίωσε μια καινούρια διαφοροποίηση του βασικού ακροατηρίου της: από τότε και έως σήμερα, ο μέσος θεατής των ταινιών Χόλιγουντ είναι γένους αρσενικού και νεαρής ηλικίας (Maltby, 2003: 22). Μια σχετικά αξιόπιστη έρευνα απέδειξε ότι η γρήγορη εναλλαγή των πλάνων –ανεξάρτητα από το περιεχόμενο της σκηνής– θεωρείται από τους θεατές «αρρενωπή», τουλάχιστον σε σύγκριση με την πιο αργή εναλλαγή στο μοντάζ (Messaris, 1996). Επιπλέον, υπάρχει η πεποίθηση ότι οι νέοι άντρες προτιμούν τις ταινίες δράσης, οι οποίες θεωρούνται γρήγορες στις εναλλαγές τους. Κατά συνέπεια, η πιθανότερη εξήγηση για την επιτάχυνση στα κοψίματα κατά τις δεκαετίες 1950 και 1960 είναι ότι αποτέλεσαν κομμάτι μιας ευρύτερης στροφής των ταινιών του Χόλιγουντ προς την «αρρενωποίηση» και τη «νεανικοποίηση».

Τι σχέση έχει εκείνη η πρώιμη εποχή στην ιστορία του κινηματογράφου με αυτά που συμβαίνουν σήμερα; Στις μέρες μας, όπως και τότε, η βιομηχανία του κινηματογράφου βάλλεται ανταγωνιστικά από τις νέες εξελίξεις στο χώρο του οπτικού θεάματος. Αυτές οι εξελίξεις περιλαμβάνουν την αυξανόμενη απήχηση των βιντεοπαιχνιδιών και την ευκολότερη πρόσβαση σε ταινίες στο διαδίκτυο. Με λίγα λόγια, μιλούμε για τη συνεχώς διογκούμενη εξάπλωση των ψηφιακών μέσων. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, η βιομηχανία παραγωγής βιντεοπαιχνιδιών έχει ετήσια έσοδα τα οποία, από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, ξεπερνούν το ένα δισεκατομμύριο δολάρια. Το 2007 αποτελεί ένα σημαντικό ορόσημο για τη βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών και σημειώνεται ως αισθητή απειλή για το Χόλιγουντ, αφού το ετήσιο ποσό δαπάνης για την αγορά μόνο παιχνιδιών (δηλαδή, εκτός από τις κονσόλες και τα άλλα συστήματα) σημείωσε αύξηση 34% και άρχισε να ανταγωνίζεται πλέον σοβαρά το συνολικό ποσό του εγχώριου τζιρού (box-office) της βιομηχανίας του κινηματογράφου – \$ 9,5 έναντι \$ 9,66 δισεκατομμύρια («Video Games vs. Box Office», 2008). Η ευρεία και πολύμορφη πρόσβα-

ση στο διαδίκτυο είναι ένα πιο πρόσφατο φαινόμενο. Στις αρχές της δεκαετίας, λιγότερο από το 10% των αμερικανικών νοικοκυριών είχε τέτοιου είδους πρόσβαση. Μέχρι το 2007, το ποσοστό ανέβηκε στο 80% (σύμφωνα με τις μετρήσεις Νίλσεν [Nielsen data] που δημοσιεύθηκαν στο «OECD¹ Broadband Report Questioned», 2007).

Ο αντίκτυπος αυτών των εξελίξεων στην προσέλευση στις κινηματογραφικές αίθουσες δεν πλησιάζει καν τις καταστροφικές συνέπειες που είχε η εδραίωση της τηλεόρασης ως μαζικό μέσο. Παρ' όλα αυτά, η πώληση κινηματογραφικών εισιτηρίων στις Ηνωμένες Πολιτείες βρίσκεται σήμερα σε χαμηλότερο σημείο απ' ό,τι στις αρχές της δεκαετίας, τη στιγμή που ο πληθυσμός της χώρας έχει αυξηθεί κατά 5% («Yearly Box Office», 2008). Όπως, λοιπόν, και στη δεκαετία του 1950, η βιομηχανία παραγωγής ταινιών βρίσκεται αντιμέτωπη με τα νέα μέσα και προσπαθεί να αντιδράσει με τρόπους που έχουν δοκιμαστεί και στο παρελθόν. Υπάρχει, όμως, μια μεγάλη διαφορά μεταξύ του τι συμβαίνει τώρα και του τι συνέβαινε τότε. Ενώ η τηλεόραση άφησε στη βιομηχανία του κινηματογράφου το μεγαλύτερο ποσοστό νέων αντρών θεατών, το νέο ψηφιακό μέσο απειλεί να κάνει ακριβώς το αντίθετο. Αυτό συμβαίνει κυρίως με τα βιντεοπαιχνίδια που παίζονται σε κονσόλα, τα οποία θεωρούνται κατά βάση παιχνίδια που προτιμούνται από νέους άντρες (αν και υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν ότι αυτή η έμφυλη ανομοιογένεια αρχίζει να χάνεται, βλ. «ESA² Report», 2008). Υπό το φως αυτών των δεδομένων, ο ταχύτατος τρόπος μονταρίσματος των πρόσφατων χολιγουντιανών παραγωγών, σε συνάρτηση με το περιεχόμενο με το οποίο έχει συνδεθεί αυτός ο τρόπος, φαντάζει μάλλον σαν μια φρενήρης προσπάθεια να κρατηθούμε στο παρελθόν, παρά σαν μια εποικοδομητική εξερεύνηση της νέας τεχνολογίας. Θα λέγαμε ότι είναι μάλλον αμυντικός, οπισθοδρομικός και τετριμμένος.

Υπάρχει, όμως, και άλλη οπτική γωνία για το γρήγορο ψηφιακό μοντάζ. Ειπώθηκε νωρίτερα πως ο Steven Spielberg έφερε σε αντίστιξη την κάπως πιο αργή μέθοδο μοντάζ της τελευταίας του ταινίας με την «τεράστια δόση αδρεναλίνης» του *The Bourne Ultimatum*, μιας ταινίας του 2007 από τον Paul Greengrass. Το μοντάζ αυτής της ταινίας, καθώς

1. Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη. (Σ.τ.Ε.)

2. Εταιρεία Λογισμικού [Software] Ψυχαγωγίας. (Σ.τ.Ε.)

και το γενικότερο οπτικό της στιλ αναλύθηκαν λεπτομερώς και από τον David Bordwell, ο οποίος είναι κατά γενική παραδοχή ένας από τους πιο αξιόπιστους σχολιαστές των οπτικών συμβάσεων του αφηγηματικού κινηματογράφου στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ο Bordwell υπολογίζει πως η ταινία *The Bourne Ultimatum*, συνολικής διάρκειας 105 λεπτών, έχει περίπου 3.200 πλάνα, που σημαίνει έναν μέσο όρο περίπου 2 δευτερόλεπτα ανά πλάνο (το οποίο είναι λίγο πιο αργό από τα 1,5 δευτερόλεπτα που υπολόγιζε ο Spielberg). Σημειώνει, επίσης, ότι η ταινία γυρίστηκε με μια φορητή κάμερα και με ευκρινώς ασταθές χέρι, γεγονός που, σύμφωνα με το σκηνοθέτη Greengrass, της προσδίδει μια μορφή «ενέργειας» (βλ. Bordwell, 2007). Στη συνέχεια ο Bordwell ανακαλεί στη μνήμη του μια συζήτηση που είχε κάνει κάποτε με έναν κινηματογραφιστή από το Χονγκ Κονγκ, ο οποίος έκανε το ακόλουθο σχόλιο για την τρεμάμενη κάμερα: «Η κάμερα που κρατιέται από ανθρώπινο χέρι καλύπτει τρία στραβά: την κακή ηθοποιία, το κακό σκηνικό και την κακή σκηνοθεσία» (βλ. Bordwell, 2007). Αν και ο Bordwell είναι αρκετά ευγενής ώστε να μην αναφέρει ότι η ηθοποιία, το σκηνικό ή η σκηνοθεσία του *Bourne Ultimatum* έχουν στην πραγματικότητα πρόβλημα, επισημαίνει ότι υπάρχουν αρκετά σημεία όπου η ταινία αποδεικνύεται κατώτερη των παραδοσιακών προσδοκιών αναφορικά με την τέχνη του κινηματογράφου. Ανάμεσα σε άλλα, η κάμερα δεν εστιάζει πάντα σωστά, ο τρόπος με τον οποίο φιλάρεται η δράση συχνά προκαλεί σύγχυση και η αντιπαράθεση των πλάνων δεν ακολουθεί πάντα τους κλασικούς χολιγουντιανούς κανόνες σχετικά με τη χωρική συνέχεια. Παρ' όλα αυτά, λέει ο Bordwell, το γεγονός ότι η κάμερα βρίσκεται συνέχεια σε κίνηση, μαζί με τον εξαιρετικά γρήγορο τρόπο εναλλαγής των πλάνων στην ταινία, βοηθάει στο να καλύπτονται αυτές οι ατέλειες. Μάλιστα, σε αυτό το συγκεκριμένο κομμάτι της ανάλυσής του έχει δώσει τον τίτλο «Η συγκάλυψη του *Μπορν*».

Πόσο δίκαια είναι μια τέτοια ερμηνεία του γρήγορου μοντάζ και της κάμερας στο χέρι; Αν κάποιος υποστηρικτής του σκηνοθέτη Paul Greengrass ερχόταν αντιμέτωπος με την κριτική του Bordwell, θα μπορούσε κάλλιστα να απαντήσει ότι οι καινοτόμοι του στιλ φαντάζουν συχνά ως απαξιωτές των κανόνων στα μάτια των συγχρόνων τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, βέβαια, του *Bourne Ultimatum*, αυτό το επιχείρημα θα μπορούσε να καμφθεί. Αν και πολλοί ήταν οι κριτικοί που αποκάλεσαν νεωτεριστική την οπτική αισθητική της ταινίας, γεγονός

είναι ότι πολλά από τα στοιχεία που συνθέτουν αυτή την οπτική έχουν μακρά ιστορία στον παγκόσμιο κινηματογράφο. Το μοντάζ, για παράδειγμα, που καταπατούσε τους παραδοσιακούς κανόνες της συνδεχίας ήταν ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της «Nouvelle Vague», των ταινιών εκείνων, δηλαδή, που γυρίστηκαν προς το τέλος της δεκαετίας του 1950 και στις αρχές της δεκαετίας του 1960 από γάλλους κινηματογραφιστές. Με αυτήν τη λογική, βέβαια, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το *Bourne Ultimatum* αποτελεί ένα ακόμα παράδειγμα ταινίας όπου τα ψηφιακά μέσα χρησιμοποιούνται για να γυρίσουμε πίσω στο χρόνο και όχι για να πάμε μπροστά. Με άλλα λόγια, η απόκλιση της ταινίας από τους κανόνες θα μπορούσε να ιδωθεί ως ένα στιλιστικό κόλπο που αντιγράφηκε από το παρελθόν, όπως ακριβώς και η γρήγορη εναλλαγή πλάνων, σε μια προσπάθεια να γίνει η ταινία περισσότερο προσιτή στο νεανικό κοινό.

Μια τέτοια προσέγγιση, βέβαια, διόλου δεν αποδυναμώνει την άποψη του Bordwell ότι πρόκειται για «συγκάλυψη». Οποιοσδήποτε έχει λάβει μέρος στο γύρισμα ταινίας μεγάλου μήκους γνωρίζει ότι η προσκόλληση στους παραδοσιακούς τρόπους σύνθεσης και μοντάζ μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά χρονοβόρα. Κάθε αλλαγή στη θέση της κάμερας μπορεί να απαιτεί εκτεταμένες αναπροσαρμογές στο φωτισμό, στην τοποθέτηση των ηθοποιών σε σχέση με το χρόνο και στο συντονισμό ήχου και εικόνας κατά την ηχογράφηση. Γι' αυτόν το λόγο και η κλασική εμπειρία κάποιου που βρίσκεται στο πλατό είναι να περιμένει κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας για το γύρισμα της επόμενης σκηνής και γι' αυτόν το λόγο ένας σχολαστικός σκηνοθέτης, όπως ο Stanley Kubrick, μπορεί συχνά να απαιτεί πάρα πολλές επαναλήψεις στις λήψεις των πλάνων, ώστε να είναι σίγουρος ότι όλα πήγαν καλά. Πόσο πιο εύκολο είναι να γυρίζεις μια ταινία με πιο απλό τρόπο, χωρίς ιδιαίτερη φροντίδα να γίνουν όλα τέλεια, και ύστερα να μοντάρεις την ταινία με τέτοια ταχύτητα, ώστε οι θεατές να μην εντοπίζουν τα λάθη! Αυτός ο τρόπος είναι και πιο οικονομικός, αφού ο χρόνος που χρειάζεται το μοντάζ κοστίζει πολύ λιγότερο από το χρόνο που απασχολείται το συνεργείο στο πλατό. Για να το θέσουμε ωμά, λοιπόν, υπάρχει σίγουρα αλήθεια στο γεγονός ότι το γρήγορο ψηφιακό μοντάζ επιτρέπει σε κάποιους κινηματογραφιστές να διατηρούν υψηλά ποσοστά κέρδους, ενώ ταυτόχρονα κατεβάζουν την τεχνολογική ποιότητα των προϊόντων τους. Σε μια βιομηχανία που νιώθει απειλούμενη από αντα-

γωνιστικές τεχνολογίες, τέτοιες τακτικές θα ήταν, ενδεχομένως, αναμενόμενες.

Ψηφιακά εφέ

Η χρήση του σελιλόιντ ως βάση για τα ειδικά εφέ αποδεικνύεται μια ολοένα και πιο σπάνια εμπειρία. Οποιοσδήποτε το έχει δοκιμάσει ξέρει ότι πρόκειται για μια εξαιρετικά δύσχρηστη διαδικασία. Οποιοσδήποτε οπτικό εφέ ξεφεύγει από το κλασικό κόψιμο μεταξύ δύο πλάνων – με άλλα λόγια, ακόμα και απλά οπτικά τεχνάσματα, όπως τα φοντού ανσαινέ [dissolves] ή τα βολέ [wipes], για να μην αναφερθούμε στη διπλή οθόνη ή στην προσθήκη ζενερίκ – απαιτεί μια τελείως ξεχωριστή εργαστηριακή διαδικασία που καταλήγει εντέλει στο ξαναγύρισμα ενός ολοκαίνουριου αντίγραφου της ταινίας. Με τη βοήθεια των υπολογιστών, η δημιουργία των ειδικών εφέ έχει γίνει πιο αποδοτική και πιο ακριβής. Επιπλέον, για ορισμένα εφέ έχει γίνει εφικτή η απόλυτα ρεαλιστική απεικόνιση, σαν να πρόκειται για φωτογραφία, κάτι που ήταν κατά βάση απρόσιτο με τις παραδοσιακές μεθόδους.

Τα περισσότερα κινηματογραφικά ψηφιακά εφέ απαιτούν μία από τις δύο βασικές διαδικασίες (ή και τις δύο): την ψηφιακή σύνθεση τμημάτων μιας εικόνας [compositing] και τις τεχνικές εμψύχωσης [animation]. Καταρχήν, η σύνθεση εικόνας περιλαμβάνει τον οποιονδήποτε συνδυασμό δύο ή περισσότερων εικόνων, συμπεριλαμβανομένης της διπλοτυπίας, της διπλής οθόνης κ.λπ. Σε πρακτικό επίπεδο, βέβαια, το πιο χαρακτηριστικό κομμάτι στη σύνθεση των ειδικών εφέ αποτελεί η χρήση της μπλε οθόνης ή της πράσινης οθόνης ως μέσο υπερτύπωσης ενός χαρακτήρα του προσκήνιου πάνω σε μια σκηνή που βρίσκεται στο φόντο και έχει γυριστεί χωριστά. Όταν, για παράδειγμα, γίνεται χρήση της τεχνολογίας της μπλε οθόνης για να γυριστεί μια σκηνή καταδίωξης με αυτοκίνητα, η σκηνή των πρωταγωνιστών γυρίζεται μόνη της με τους ηθοποιούς μέσα στα αυτοκίνητά τους, σε μπλε φόντο, και στη συνέχεια προστίθενται ψηφιακά περιφερόμενες εικόνες από τον έξω κόσμο. Αν και τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας είναι εντυπωσιακά, εντούτοις το χαρακτηριστικό στοιχείο που διαχωρίζει ευκρινώς τα σύγχρονα εφέ από εκείνα του παραδοσιακού φιλμ δεν είναι η σύνθεση. Πολύ πριν από την έλευση της ηλεκτρονικής σύνθεσης, οι κινηματογραφιστές ήταν σε θέση να φτιάχνουν αποτελεσματικές σύνθετες

σκηνές με την τεχνική της (κατά γενική παραδοχή αρκετά δύσχρηστης) οπτικής εκτύπωσης.

Το πιο ριζοσπαστικό νέο στοιχείο που φέρνουν τα ψηφιακά ειδικά εφέ είναι η ικανότητα εμπύχωσης σε φωτο-ρεαλιστικό επίπεδο. Άσχετα με το πόσο εκπληκτικά αποτελεσματικοί μπορεί να υπήρξαν κάποιοι από τους παραδοσιακούς σχεδιαστές στο Χόλιγουντ που σχεδίαζαν με το χέρι, σε καμία περίπτωση οι ικανότητές τους δεν πλησιάζουν καν τα παρακάτω τέσσερα επιτεύγματα του σχεδιασμού με υπολογιστή σήμερα (για να μην αναφερθούμε στο μέλλον): πρώτον, τη δυνατότητα να παρουσιάζει τις αλλαγές στην εμφάνιση ενός τρισδιάστατου υποκειμένου που κινείται στο χώρο· δεύτερον, τη δυνατότητα να αναπαράγει την υφή της επιφάνειας μιας μεγάλης γκάμας φυσικών και κατασκευασμένων αντικειμένων· τρίτον, τη δυνατότητα να αναπαράγει τον τρόπο με τον οποίο αυτή η επιφάνεια αλλάζει ως αποτέλεσμα της αντανάκλασης ή της διάθλασης του φωτός· και, τέταρτον, τη δυνατότητα να παρουσιάζει τις αλλαγές στην εμφάνιση τρισδιάστατων αντικειμένων και χώρων καθώς ο θεατής κινείται μπροστά τους ή ανάμεσά τους. Και υπάρχουν και άλλα. Αυτή η γενική λίστα δεν περιλαμβάνει και κάποιες πιο εξειδικευμένες εφαρμογές, όπως τα εφέ διαφάνειας ή τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης για την αναπαραγωγή της ανάπτυξης δέντρων και της αλλαγής στην εμφάνισή τους ανάλογα με τις εποχές (Johnson, 2004).

Το συνεχώς διογκούμενο κομμάτι των τεχνικών των ψηφιακών εφέ είναι ένα από τα σημαντικότερα δημιουργικά επιτεύγματα στην ιστορία των μέσων. Σε αντίθεση, όμως, με το απευθείας μοντάζ, η παραγωγή εφέ για μια ταινία μεγάλου μήκους απασχολεί κατά κανόνα έναν ικανό αριθμό ατόμων. Στο τεύχος του Ιουλίου 2008 του περιοδικού *Cinefex*, το οποίο ασχολείται με τα εφέ σε επαγγελματικό επίπεδο, μια βρετανική εταιρεία επ' ονόματι The Moving Picture Company είχε καταχωρήσει μια ολοσέλιδη διαφήμιση όπου συνέχαιρε το συνεργείο της για τη δουλειά του στην ταινία *The Chronicles of Narnia: Prince Caspian* (Το χρονικό της Νάρνια: Πρίγκιπας Κάσπιαν) (2008). Η πυκνογραμμένη κατάσταση του συνεργείου αριθμεί 307 ονόματα (*Cinefex*, 2008: 102). Δεν είναι, όμως, αυτός ο τελικός αριθμός των ατόμων που έλαβαν μέρος στην παραγωγή των εφέ για τη συγκεκριμένη ταινία, η οποία είχε προσλάβει δύο ακόμα εταιρείες παραγωγής εφέ.

Παρά το γεγονός ότι τα ψηφιακά εφέ χρειάζονται τόσο πολλή δου-

λειά, ο αριθμός των πλάνων με εφέ στις χολιγουντιανές παραγωγές έχει αυξηθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία. Το 1997, μια μεγάλη παραγωγή απαιτούσε μεταξύ 300 και 400 πλάνα με εφέ. Από την άλλη πλευρά, σήμερα, μια ταινία με 400 πλάνα δεν θα κατατασσόταν καν στην κατηγορία των «ταινιών με ειδικά εφέ». Μια τυπική ταινία εφέ μπορεί να απαιτεί από 800 έως και 1.200 τέτοια πλάνα, ενώ μια «φαντασμαγορική ταινία εφέ» απαιτεί πολύ μεγαλύτερο αριθμό. Για παράδειγμα, το τρίτο μέρος της τριλογίας *Pirates of the Caribbean* (Πειρατές της Καραϊβικής) (2007) είχε περίπου 2.000 τέτοια πλάνα, σε σύνολο 3.000 (σύμφωνα με τον Jeff Okun, βλ. Cohen, 2007). Ο προϋπολογισμός της ταινίας έφτασε τα 300 εκατομμύρια δολάρια περίπου, πολύ κοντά στα 309 εκατομμύρια δολάρια που είχε ως έσοδα στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Αν και τα ψηφιακά εφέ απαιτούν πολύ μεγάλη δέσμευση πόρων, το πιθανότερο είναι ότι τα νούμερα που παραθέσαμε θα συνεχίσουν να κινούνται με αυξητικούς ρυθμούς. Από την οπτική γωνία των μεγάλων παραγωγών, υπάρχουν τρεις τουλάχιστον λόγοι που δικαιολογούν αυτή την πρόβλεψη. Πρώτον, λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών παραγωγής εφέ, οι παραγωγοί ταινιών είναι σε θέση να ασκούν σημαντικές πιέσεις για συμπίεση του κόστους. Κάποιος (άνωνυμος) παραγωγός φέρεται να είπε, «Αν δεν βγάλω εκτός συναγωνισμού μία εταιρεία παραγωγής εφέ (στη δική μου ταινία), τότε δεν κάνω καλά τη δουλειά μου» (βλ. Cohen, 2007). Δεύτερον, με την ανάθεση των εφέ μιας ταινίας σε πολλές εταιρείες παραγωγής που δουλεύουν ταυτόχρονα, οι παραγωγοί ταινιών είναι σε θέση να μειώσουν το χρόνο που χρειάζεται από την ολοκλήρωση του βασικού γυρίσματος μέχρι τη διάθεση στο εμπόριο του τελικού προϊόντος. Τέλος, η χρήση ψηφιακών εφέ επιτρέπει στους παραγωγούς να μετατοπίσουν το βάρος παραγωγής της ταινίας από το απρόβλεπτο που υπάρχει στον πραγματικό κόσμο στον πιο ελέγξιμο χώρο των υπολογιστών.

Αυτός ο τρίτος λόγος έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των ψηφιακών εφέ. Μετά την τεράστια εισπρακτική επιτυχία του πρώτου *Star Wars* (Ο πόλεμος των άστρων) (1983), ρώτησαν τον George Lucas ποιο θα ήταν το επόμενο βήμα του. Παρά το γεγονός ότι μόλις είχε διεκπεραιώσει τη σκηνοθεσία της μεγαλύτερης (μέχρι τότε) εισπρακτικής επιτυχίας στην ιστορία του Χόλιγουντ, ο Lucas έδειξε μεγάλη απροθυμία να αναλάβει να σκηνοθετήσει ξανά στο σύντομο μέλλον. Επεσήμανε πόσο ενοχλητική μπορεί να γίνει η ενασχόληση με όλα

εκείνα τα πράγματα που κάνουν την ίδια τη διαδικασία παραγωγής τόσο δύσκολη στη διαχείριση – ιδιόρρυθμοι ηθοποιοί, συγκρουόμενοι προγραμματισμοί, άστατες καιρικές συνθήκες κ.λπ. «Δεν μου αρέσει η σκηνοθεσία», είπε ο Lucas. «Μισώ τη συνεχή επαφή με άστατες προσωπικότητες. Η σκηνοθεσία συνεπάγεται συναισθηματική οργή, θυμό...». Έχει ακόμα πει ότι η σκηνοθεσία είναι «σαν να λαμβάνεις μέρος σε μια σειρά αγώνων πυγμαχίας βαρέων βαρών με καινούριο αντίπαλο κάθε μέρα» (και για τα δύο, βλ. Kline, 1999: xi). Καθόλου περίεργο το γεγονός ότι ο Mark Hamill, ο πρωταγωνιστής της ταινίας *Star Wars*, φέρεται να έχει πει, «Έχω την κρυφή υποψία πως, αν υπήρχε τρόπος να γυρίζονται ταινίες χωρίς ηθοποιούς, ο George θα το έκανε» (βλ. Kline, 1999: 202). Αν και ο Lucas δεν κατάργησε ποτέ εξ ολοκλήρου τους ηθοποιούς, έγινε ωστόσο πρωτοπόρος στη χρήση ψηφιακών εφέ ως υποκατάστατα για σχεδόν όλα τα υπόλοιπα ρεαλιστικά στοιχεία της παραγωγής μιας ταινίας. Η επόμενη σκηνοθετική του απόπειρα, το *Star Wars Episode I: The Phantom Menace* (Ο πόλεμος των άστρων επεισόδιο I: Η αόρατη απειλή) (1999) – που έγινε δεκαέξι χρόνια μετά την πρώτη ταινία – γυρίστηκε σχεδόν εξ ολοκλήρου στο ελεγχόμενο περιβάλλον του πλατό μιας μπλε οθόνης. Σήμερα, το καλύτερο παράδειγμα που άφησε το κληροδότημα του Lucas είναι η ταινία *300* (2007). Η παραγωγή, που στοίχισε 65 εκατομμύρια δολάρια και χρησιμοποίησε πέντε βασικούς ηθοποιούς, περίπου 45 κομπάρσους, μια μπλε οθόνη και δέκα εταιρείες ψηφιακών εφέ, κατάφερε να κερδίσει 456 εκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως.

Πώς η χρήση των ψηφιακών εφέ έχει επηρεάσει το περιεχόμενο των χολιγουντιανών παραγωγών; Αποτελεί κοινή διαπίστωση ότι οι μεγάλες παραγωγές έχουν αλλοτριωθεί εν ονόματι του ακραιφνούς θεάματος, σε βάρος των σχέσεων μεταξύ των χαρακτήρων και της εξέλιξης της πλοκής (π.χ., βλ. Bukatman, 2003· Darley, 2002· Ndalians, 2005· Pierson, 2002). Ισχύει αυτή η διαπίστωση; Αν ρίξουμε μια ματιά στις ταινίες που έχουν κάνει τις μεγαλύτερες εισπρακτικές επιτυχίες στα χρόνια μετά την εμφάνιση των ψηφιακών εφέ και τις συγκρίνουμε με εκείνες στην προ-ψηφιακή εποχή, βρίσκουμε πράγματι βάσιμη την άποψη ότι τα ψηφιακά εφέ είχαν ως αποτέλεσμα να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στο θέαμα. Η πρώτη χολιγουντιανή παραγωγή που έκανε εκτεταμένη χρήση ομοιωμάτων από υπολογιστή ήταν το *Tron* (1982) και, ακόμα νωρίτερα, βρίσκουμε κάποιες διάσπαρτες εφαρμογές της ψηφιακής τε-

χνολογίας στην πρώτη ταινία *Star Wars* (1977). Αν, όμως, επικεντρώσουμε την ανάλυσή μας σε πιο συστηματικές τάσεις παρά σε μεμονωμένες περιπτώσεις, τότε η ψηφιακή εποχή φαίνεται να έχει τις ρίζες της στα 1990, μια δεκαετία που σημαδεύτηκε από την εμφάνιση μιας σειράς μεγάλων παραγωγών (blockbusters) που περιλάμβαναν εμφανείς ψηφιακές αλληλουχίες. Με βάση αυτό το κριτήριο, το βραβείο για τα εγκαίνια της εποχής των ψηφιακών εφέ απονέμεται στην ταινία *Terminator 2: Judgment Day* (Ο εξολοθρευτής 2: Η μέρα της κρίσης) (1991).

Δεκαεπτά χρόνια έχουν μεσολαβήσει από εκείνο το γεγονός μέχρι τη συγγραφή αυτού του κεφαλαίου. Για να πάρουμε μια πολύ γενική ιδέα για το πόσο έχουν αλλάξει οι χολιγουντιανές παραγωγές στο πέρασμα του χρόνου, μπορούμε να πάμε ακόμα δεκαεπτά χρόνια πίσω, πριν από το *T2*, και να εστιάσουμε σε κάθε ταινία που έφτασε στην κορυφή του ετήσιου box-office για ολόκληρη αυτή την 34χρονη περίοδο. Δεν είναι πάντοτε εύκολη η απόφαση για το αν μία ταινία θα πρέπει να συμπεριληφθεί στην κατηγορία των ταινιών «θεάματος» ή όχι. Για παράδειγμα, η ταινία *Forrest Gump* (Φόρεστ Γκαμπ) (1994) περιείχε αρκετά πολύ ευδιάκριτα ψηφιακά εφέ (όπως η προσθήκη του ηθοποιού Tom Hanks στο αρχαικό φιλμ του John F. Kennedy). Ωστόσο, οι πραγματικές εικόνες που παρήχθησαν από αυτά τα εφέ (για παράδειγμα, ένας άντρας που κάνει χειραψία με τον Πρόεδρο) μάλλον δεν θα εντυπωσίαζαν πολλούς ανθρώπους για τη θεαματικότητά τους, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι κατανοούμε πως είναι προϊόν της «μαγείας του σινεμά». Πάντως, στις περισσότερες περιπτώσεις –για παράδειγμα, το *Return of the Jedi* (Η επιστροφή των Τζεντάι) (1983), το *Jurassic Park* (Τζουράσικ Παρκ) (1993), το *The Lord of the Rings: The Return of the King* (Ο άρχοντας των δαχτυλιδιών: Η επιστροφή του βασιλιά) (2003) – οι «θεαματικές» ταινίες στον κατάλόγό μας ήταν αρκετά πιο εύκολες στην κατηγοριοποίησή τους.

Αξιολογώντας τα αποτελέσματα αυτής της κατηγοριοποίησης και συγκρίνοντας τις παλιότερες ταινίες με αυτές που ακολούθησαν το *T2*, εντοπίζουμε μια διαφοροποίηση μεταξύ των προ –και των μετα–ψηφιακών υπερπαραγωγών [blockbusters]. Στα χρόνια μεταξύ του 1974 (*Blazing Saddles* [Μπότες, σπιρούνια και καυτές σέλες]) και του 1990 (*Home Alone* [Μόνος στο σπίτι]), τέσσερις τουλάχιστον από τις μεγαλύτερες επιτυχίες του Χόλιγουντ σαφώς δεν ασχολήθηκαν με το θέαμα. Εκτός από το *Home Alone*, ο κατάλογος περιλαμβάνει το *Kramer vs.*

Kramer (Κράμερ εναντίον Κράμερ) (1979), *Three Men and a Baby* (Ένα μωρό για τρεις) (1987) και το *Rain Man* (Ο άνθρωπος της βροχής) (1988). Επιπρόσθετα, θα μπορούσε κάλλιστα να ειπωθεί ότι και το *Blazing Saddles* (1974) και το *Rocky* (Ρόκυ) (1976) ανήκουν στην ίδια κατηγορία, εκτός και αν θεωρηθεί ότι οποιαδήποτε σύγκρουση αποτελεί από μόνη της προϊόν θεάματος. Από την άλλη πλευρά, αν στρέψουμε την προσοχή μας στις ταινίες της μετα-ψηφιακής εποχής, θα ανακαλύψουμε ότι μόνο μία – το *Forrest Gump* – ανήκει τεκμηριωμένα στις «μη θεαματικές». Ο υπόλοιπος κατάλογος είναι γεμάτος ταινίες καθεμιά από τις οποίες θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως ιδανικό παράδειγμα της θεαματικότητας αλά Χόλιγουντ: ταινίες όπως *Independence Day* (Μέρα ανεξαρτησίας) (1996), *Titanic* (Τιτανικός) (1997), τα δύο επεισόδια του *Star Wars* (1999, 2005) και τα δύο μέρη του *Spider-Man* (2002, 2007).

Η εξέταση των χολιγουντιανών υπερπαραγωγών επιβεβαιώνει την πιο κοινή, πλέον, άποψη αναφορικά με τις επιπτώσεις των ψηφιακών εφέ στη θεματική των ταινιών. Ο κατάλογός μας, όμως, με τις 34 ταινίες περιέχει, επίσης, αποδείξεις αναφορικά με μια άλλη, λιγότερο γνωστή, επίπτωση των ψηφιακών εφέ. Ας ξανακοιτάξουμε τον κατάλογο μια ακόμα φορά. Αυτήν τη φορά, όμως, θα επιλέξουμε διαφορετικό κανόνα κατηγοριοποίησης των ταινιών. Θα τις κατατάξουμε σε μία από τις εξής κατηγορίες: ρεαλιστικές, επιστημονικής φαντασίας και φαντασίας. Με άλλα λόγια, θα διαχωρίσουμε τρία είδη που έχουν να κάνουν με το «στόρι»: (1) Τις ταινίες που ακολουθούν τους γνωστούς νόμους της πραγματικότητας – π.χ., *Jaws* (Τα σαγόνια του καρχαρία) (1975), *Top Gun* (Τοπ γκαν) (1986), *Saving Private Ryan* (Η διάσωση του στρατιώτη Ράιαν) (1998). (2) Εκείνες που παραβαίνουν αυτούς τους νόμους επικαλούμενες επιστημονικά κριτήρια – π.χ., η επινόηση της τεχνολογίας που επιτρέπει τα ταξίδια μέσα στο χρόνο στην ταινία *Back to the Future* (Επιστροφή στο μέλλον) (1985), η κλωνοποίηση δεινοσαύρων στην ταινία *Jurassic Park* (1993), η αναβάθμιση των ρομπότ σε έλλογες μηχανές στις ταινίες *Star Wars*. Και (3) οι ταινίες που παραβαίνουν αυτούς τους νόμους χωρίς όμως επιστημονική εξήγηση – π.χ., *Ghostbusters* (Κυνηγοί φαντασμάτων) (1984), *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (Ο Χάρι Πότερ και η φιλοσοφική λίθος) (2001), *Pirates of the Caribbean: Dead Man's Chest* (Πειρατές της Καραϊβικής: Το σεντούκι του νεκρού) (2006).