

Moholy-Nagy Művészeti Egyetem
Doktori Iskola

Interakció
DLA értekezés

Szerző: Fülöp József
Témavezető: Sas Tamás
Budapest, 2007. január 21.

Az értekezés fejezetei

Alapkérdések

1. Elméleti kutatómunka
 - 1.1. Korkép
 - 1.1.1. Totális média
 - 1.1.2. Interaktív fogyasztók
 - 1.1.3. Kulturális szerepek
 - 1.1.4. Virtuális kifejezésformák
 - 1.2. Mű-tér
 - 1.2.1. Tárgyak térben és tér nélkül
 - 1.2.2. Térrendezés
 - 1.2.3. Programalkotás
 - 1.3. Mozgókép és interaktivitás
 - 1.3.1. Történeti áttekintés
 - 1.3.2. Új médiajelenségek
 - 1.4. Mozgó jövőkép
 - 1.4.1. Változások és lehetőségek
 - 1.4.2. Digitális kultúra – jogi problémák
 - 1.4.3. Virtuális sztárok
 - 1.4.4. Oktatási modellek

2. A mestermunka
 - 2.1. A mestermunka elméleti megközelítése
 - 2.2. A mestermunka dokumentációja
 - 2.2.1. A mestermunka leírása
 - 2.2.2. Közreműködők, alkotók
 - 2.2.3. Technikai paraméterek
 - 2.2.4. A mestermunka képi dokumentációja
 - 2.2.5. Használati útmutató

3. Függelék
 - 3.1. Referenciák és publikációk
 - 3.2. Angol nyelvű összefoglaló
 - 3.3. Képi dokumentáció

Alapkérdések

DLA tanulmányaim kezdetekor témaválasztásomat leginkább az motiválta, hogy feltérképezsem, milyen lehetőségeket, tendenciákat és fejlődési alternatívákat nyújt a vizuális kommunikációnak a korunkat meghatározó digitális kultúra.

Öt éve még az érdekelt legjobban, hogy a mozgókép – és ezen belül az animáció – térhódítása milyen hatással bír, mennyiben jelenti a tervezői magatartás megváltozását?

Miképpen hat az egyébként (álló)képalkotással foglalkozó egyéb műfajokra (fotó, illusztráció, grafika), jelentheti-e, hogy korábban élesen elkülönült „szakmák” (kifejezési formák) összeolvadnak, míg eddig ismeretlen, új műfajok és kommunikációs eszközök keletkeznek az oktatás számára szinte követhetetlen gyorsasággal?

Érdeklődésem középpontjában természetesen az animáció maradt. Korábbi „kétarcúságát” megőrizve (önálló filmes műfaj, valamint filmtrükk) újabb aranykorát élve a leghatékonyabb kommunikációs és szórakoztató eszközzé vált. Ennek megfelelően nagy figyelmet szenteltem a műfaj és általában a filmes közlési formák fejlődési irányaira, az interaktivitás és a non-lineáris történetmesélési módok lehetséges megjelenéseire.

Kutatási tevékenységemhez mindennek megfelelően az is hozzátartozott, hogy vizsgáljam, mennyiben változtatta, változtatja az alkotói, tervezői magatartást az alapvető és sokszor elsődleges eszközzé váló számítógép, illetve az azon futó szoftverek használata.

Mindeközben a szemünk láttára zajlik az a folyamat, melynek következtében a digitalizáció, illetve az újmédia kommunikációs eszközei a kommersz, szórakoztató elektronikával karöltve már rég nem csak a profik (alkotók, tervezők, médiagyártók, újságírók, kommunikátorok, terjesztők, forgalmazók, kiadók, stb.) tevékenységét befolyásolják, alakítják. A másik oldal, a felhasználók tömege is integrálódott a folyamatba, részesévé és alakítójává válva a média-, a szórakoztató- és általában a fogyasztói piacnak, birtokolva és alkalmazva az interaktív kommunikációs és marketingeszközök garmadát.

Számtalan példa sorolható mindazon jelenségeket említve, melyek kitérítették az (audio)vizuális kommunikáció lehetőségeit, ezzel párhuzamosan a vele szemben felbukkant követelmények, funkciók, hatványozott növekedését. A folyamat következtében az “üzenet” hordozója sok esetben fontosabbá válik, mint maga az üzenet, illetve “nem létezővé válhatnak” események, értékek, műalkotások, melyek elkerülik a kommunikációt alkalmazó virtuális kiterjedés lehetőségét. Legyen szó akár politikai kampányról, a magas kultúra évezredek hagyományokkal rendelkező műfajainak jelenkori megnyilvánulásairól, törvényszerűen csatlakozik mindehhez egy megjelenési felület, ami az újmédia eszközeivel kommunikál és a tömegek felé láthatóvá teszi, “megtörténte nyilvánítja” üzenetének tárgyát. Olyan dimenziók keletkeznek a kultúra, a társadalom, az információ és az azt közvetíteni képes technológia folyamatos egymásra hatásából, amelyek látszólag már saját időszikkal rendelkezve hajlamosak megfeledezni a befogadni képes értelem határaitól. Ennek következtében napjainkban már időszerűtlen a médiapiac hagyományos szerkezetére gondolni, a kommunikátor és a célközönség tradicionális értelmében. Elmozdultak a határok.

Az a kiváltságos helyzet, mely az egyik felet a speciális eszközök és képességek birtoklása révén képessé tette a tömegek tetszőleges informálására (manipulálására), szórakoztatására, oktatására, stb., megszűnőben van.

Mindez nem egyszer sokkoló hatással bírt a megszokott és hagyományos marketingstratégiákkal dolgozó globális gazdasági tényezők számára, elég ha a zeneiparra, a zeneműkiadás és terjesztés jelenlegi állapotaira gondolunk. A folyamat korántsem ért véget és talán sosem zárul le, hiszen a technológiai, technikai fejlődés eredményei azonnal integrálódnak a globalizált társadalom mindennapjaiba, folyamatos mozgást, változást indukálva.

Értekezésemben szeretnék képet festeni az interaktivitás és a mozgókép kapcsolatáról, annak tudatában, hogy kommunikációs technikáink fejlődését figyelembe véve egyre kiemelkedőbb szerephez jut mindkettő. Ugyanakkor érintem azokat a kulturális, gazdasági és jogi jelenségeket is, melyek összefüggésrendszere kihatással, néha meghatározó jelleggel bír egy-egy alkotás létrejöttére. Az értekezés igyekszik a felvázolt jelenségek általános körbejárásán túl, már a konkrét mestermunka elméleti kérdéseiből válogatni és azok megoldásaihoz, megválaszolásaihoz keres utat.

A témához való közeledésemet meghatározta aktív szerepem a terület egyetemi oktatásában, tervezői tapasztalataim, valamint kötődésem az animációs műfajhoz, melyet a kommunikációs felületek egyik legnépszerűbb, legalkalmasabb "tartalomszolgáltatójaként" is említhetnék.

1. Elméleti kutatómunka

1.1. Korkép

1.1.1. Totális média

Az újmédia lehetőségei megérkeztek az otthonokba. Az új évezred háztartási gépein bárki tartalomszolgáltatóként tevékenykedhet. Azok a tömegek, akik eddig csak passzív fogyasztói voltak a hagyományos szórakoztató- és médiaipar termékeinek, mára maguk is potenciális "gyártótényezővé" válnak és a szakirodalom előszeretettel használja a jelenséggel kapcsolatban a "prosumer" kifejezést.¹ Azok a technikai, technológiai korlátok, amik korábban elválasztották hétköznapi embereket attól, hogy maguk is gyakorlóivá lehessenek egy-egy alkalmazási területnek – legyen az névjegykártya nyomtatása vagy mozgókép készítése – eltűntek. Az alkalmazott művészeti ágak amatőrök dilettáns megnyilvánulásaitól való "védeltsége" mára a múlté. Ha valaki képes volt minimális szinten szoftverekkel dolgozni (mert volt megfelelő komputer elérhető közelben), akkor már tizenöt évvel ezelőtt is maga láthatta el környezetét és saját vizuális kommunikációs igényeit, ízlése és műveltsége szerint.

Ez a folyamat ma sem ért véget, a szoftverek egymást múlják felül abban, hogy a lehető legegyszerűbb és leghatékonyabb lehetőségeket adják felhasználóiknak, hiszen már nem (csak) audio-vizuális területen dolgozó szakemberek szakmai igényeit kell kiszolgálniuk, hanem a hatalmas piacot és vásárlóerőt jelentő tömegeket. Akiknek legtöbb esetben már nem is egy hagyományos megjelenésű számítógéphez kell leülniük, egyre több funkciót tud mobiltelefonjuk, televíziójuk, DVD-lejátszójuk, kamerájuk, karórájuk. A technológiai trend, pedig egy eszközbe képes integrálni mindazt a funkciót, amelyek végrehajtására a fent felsorolt használati tárgyak mindegyikére külön-külön volt szükség.²

Ma már nemcsak a tipográfiát és a grafikai tervezést félthetjük a szövegszerkesztők, olcsó grafikai szoftverek avatatlan használóitól. A zene, a mozgókép, a rádiózás és a televíziózás is "veszélybe került" és nemcsak a tartalom előállítására, hanem annak elhelyezésére, megjelentetésére is terjednek az alternatív lehetőségek, eltűntek azok a technikai, társadalmi, szakmai korlátok, melyek jól átlátható rendszerként működtették a médiát, ellenőrizhető keretek között tartva azt. Jelentkezik a totális-szuper-média, ahol mindenki fogyasztó és szolgáltató, elkerülhetetlenül aktív részévé válna az információs társadalomnak. Miközben egy turista telefonjával fotót készít, vagy éppen mozgóképet rögzít, már nemcsak gyanútlan tanúja lehet egy tragikus kimenetelű terrorcselekménynek, hanem potenciális médiatényezővé is válhat, méghozzá lényegesen hatékonyabb és fürgébb módon, mint a hagyományos rendszerek, csupán felhasználva az adatátvitel összes, kommersz, bárki számára elérhető lehetőségeit.

¹ A producer (gyártó) és a consumer szavak összevonásával jut kifejezésre az az új minőség és viszony, ami a hétköznapi felhasználó (fogyasztó) és a média közötti kapcsolatot értelmezi.

² Mindez nagyon aktuális kérdéseket vet fel a közoktatással és a vizuális kultúrával foglalkozók számára, főleg olyan országokban, ahol - mint a miénkben is - a vizualitás és a médiakultúra, enyhén szólva, elhanyagolt állapotban leledzik. Sokszor hallhatóak panaszok, melyek a tervezők társadalmi alulértékelttségét, vagy szakmai érdekszervezetek hiányát, elégtelen működését említik, félve az alkalmazott művészeti ágak "felhígulásától". Az oktatásnak kell(ene) felkészült résztvevőket kibocsátania ebbe a dzsungelbe és ami a művész- és/vagy tervezőképzést illeti, szintén gyökeres szemléletváltásra van szükség jó néhány területen.

Mintha az egész földgolyó egy totális reality-show-vá változna és elgondolkodhatunk: inentől kezdve mi az, ami publikus? Mi az, ami személyes? Mi számít médiatevékenységnek és mi minősül magánbeszélgetésnek?

1.1.2. Interaktív fogyasztók

Kritikusan szemlélhetjük az *interaktív* kifejezés széleskörű elterjedését napjainkban, ami szoros összefüggésben vizsgálható egyfajta piaci, illetve ipari ideológia térhódításával. Ez a konzumretorika olyan kifejezésekkel bombáz bennünket, mint: interaktív-újság, -videó, -sütő, -televízió, vagy interaktív-ház. Ezen fogalmak üzenete, hogy az így címkézett eszközök, tárgyak használóinak életminősége javul, minden potenciális vásárlónak magasabb életszínvonalat ígérve képezi a vágy titokzatos tárgyát. (Kis túlzással élve: szinte olyan ennek a kifejezésnek is a szerepe és értéke, mint az olyan már jól megszokott és marketingeszközzé silányult jelzők esetében, mint amilyenek a bio-, öko-, etno-, multi-, stb.) Megállapíthatjuk, hogy az interaktivitás az általános fogyasztói magatartás elengedhetetlen részévé válik. Az átlagos vásárlók is felhasználóivá válnak mindannak a „háztartási-eszköznek”, melyek a korábban (a médián) kívülálló civileket is médiaszereplővé, médiagyártóvá, de legalábbis fogyasztóvá teszik. Ezen eszközök alapvető eszköztárához tartozik, hogy használójuk befolyásolhassa a közvetített tartalom (funkció) minőségét, választhasson, képes legyen meghatározni annak mennyiségét, szerkeszthesse, változtathassa azt. Vagyis az eszköz kommunikál felhasználójával, interakció jön létre.³

1.1.3. Kulturális szerepek

Ha megfigyelésünk körét szűkítve a kultúra közegeiben próbálunk az interaktivitás jelenségével foglalkozni, kézenfekvő, hogy ez a fogalom egyáltalán nem korunk vívmánya.

Az interakció mindig is létező folyamat volt, tetten érhető, amikor könyvet olvasunk vagy ha koncertteremben zenét hallgatunk, ha többedmagunkkal együtt egy elsötétített teremben mozifilmet nézünk vagy egy falra akasztott képet szemlélünk. Ilyenkor az interakció hagyományos, imaginárius folyamatáról van szó, mely minden egyes esetben személyes, szellemi tevékenység.

Viszont interakció elképzelhetetlen interfész nélkül, ami a fenti példákhoz visszatérve például a könyv. Ebben az esetben legalább három különböző szintet különböztethetünk meg a virtualizált szövegben, melyek az interfészben összpontosulnak, így hatva az olvasóra, mely hatásokból aztán az interakciók különböző folyamatai is adódnak:

- A szöveg formája, ahogy azt az olvasó számára tálalják, prezentálják (tipográfia, illusztráció, betűtípus, papír minősége, stb.)
- A szöveg, ahogy azt az alkotó megírta, „megtervezte”.

³ Már csak ez a jelenség is számtalan új kihívást jelent a vizuális kommunikációt tervező alkotók részére. Ahogy 10-15 évvel ezelőtt egy műsoros VHS kazetta kiadásakor maximum a borítódizájn elkészítése jelentett feladatot a tervezőnek, úgy napjainkban a DVD-n kiadott filmekkel kapcsolatban ehhez adódik az interaktív menürendszer tervezése, ami egyszerre jelenti az interakció és az ennek helyet (teret) adó interfész tervezését. Persze, a digitális-konzum-kultúrának köszönhetően ez a feladat vár az egyszeri - grafikai és vizuálisan is képzetlen - komputer felhasználójára is, aki home-videóját égeti saját DVD-hordozójára. Nyilván a szoftvergyártók által kínált felhasználó- barát megoldásoknak köszönhetően Mr. Prosumer kiválóan elkészíti saját menürendszerét.

- A szöveg, ahogy azt az olvasó újra konstruálja, mentálisan feldolgozza, megéli.
- Ha az interakciót, az olvasó "reakcióját" próbáljuk mindezek alapján definiálni:
- Elsősorban megváltozik, átváltozik a szöveg valós megjelenése, (ami fizikailag karakterekből, írásjelekből, vizuális jegyekből áll) az olvasás előtt, illetve végig az olvasás folyamata alatt.
 - Másodsorban az olvasó választ az élmény által kínált lehetőségek közül.
 - Harmadsorban van a megismerő, mentális értelmezési folyamat, mely értelmes jelentést indukál az olvasó agyában.⁴

Természetesen elképzelhető interaktív élmény, mely nem foglalja magába az első típusú interakciót, annál inkább nélkülözhetetlen a második, hiszen e nélkül nehezen koncentrálhatna az olvasó a szövegre. A harmadik típus úgyszintén kihagyhatatlan, hiszen bajosan beszélhetnénk olvasásról a szöveg megértése nélkül.

A könyv analógiájánál maradva magától értetődik, hogy ha egy regény új kiadást ér meg, változik a kötet borítója, a tipográfiai terve, az illusztrációk, esetleg a papír minősége, mindezek az interfész megváltozását és ezáltal az interakciók lehetséges lefolyását is megváltoztathatják.

Fontos megjegyezni az interakcióban résztvevő szerepeket:

Olvasó, néző, hallgató – fizikailag passzív részvételt feltételeznek.

Az interaktivitás jelensége manapság azért is kap új megvilágítást – főszerepet – , mert a digitális média és a telekommunikáció mindent elborító hatásának köszönhetően számtalan új, szokatlan (és legtöbbször még kialakulatlan) formával jelentkező interfész vesz körül bennünket. Ezek az új felületek pedig kibővített technikai eszköztárak segítségével, az interaktivitás korábbi, klasszikus módszereivel szemben, (mellett) azt a látszatot is kelthetik, mintha szellemi – az agyban végbemenő gondolati – folyamatból az interaktivitás csupán mechanikus tevékenységgé, a komputer egerével történő kattintgatássá silányodna.⁵

Az új szerepek: *felhasználó, játészó, fogyasztó* – fizikailag aktív részvételt feltételeznek.

A felhasználó alkalmaz valamit (legtöbb esetben szoftvert, vagy az általuk kínált szolgáltatást), a játészó (a játékos) aktív alkotója az őt befogadó narratívának, alakítja a játék kimenetelét – történetet ír. A fogyasztó pedig választhat a felkínált szolgáltatásokból, tetszése és ízlése szerint szerkeszthet, TV-, vagy mozi-műsort, híradót, illetve egyéb információs és kulturális tartalmakat.

A folyamat egyre gyakrabban és visszavonhatatlanul kilép az egér+monitor által behatárolt helyzetből, az input-output információcsere direkt fizikai közreműködéssel, valós vagy virtuális térben megy végbe. Lehetséges mindennek a csoportos megélése, nem feltétlenül marad az egyén magára, miközben interaktív helyzeteket él át.⁶

⁴ Idézet: Ryan, Marie-Laure. *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 2001.

⁵ Napjainkban a kulturális interfészek nyelvezete kialakulásának korai fázisát éli, körülbelül ahhoz hasonlóan, amilyen szinten a filmművészet nyelvtana volt száz éve. Nem tudhatjuk, mi lesz az eredmény, ha egyáltalán valaha is megáll a fejlődés folyamata, amikor is stabil állapotról beszélhetünk.

⁶ Érdekes az interakció és az interfészek tér definíciói mellett (társadalmi, cyber, urbánus, hyper, nano, art, magán, köz, test, kapcsolati, hálózati, stb.) sorba venni a résztvevő szereplők helyzetét, lehetőségeit, eszközeit soroló kifejezéseket: mixed reality, multi-user installation, collaborative environment, remote collaboration, networked performance, telephone network, mobile phone, telecommunication network, streaming video, space can be shaped, extended and viewed from remote locations, simultaneously by

1.1.4. Virtuális kifejezésformák

Az alkotóknak évezredek keresztül állandósult kifejezésformákkal, eszközökkel, technológiákkal és hatásmechanizmusokkal volt dolguk, a vizualizált elképzeléseket nagyjából azonos módon térben és síkban megjelenítve teltek el évszázadok.

A nyomtatás, jóval később a fotó, majd a mozgókép, - a film - megjelenése és elterjedése jelentette az első változásokat az audiovizuális közlés, kifejezési módok területén, amit a rádiózás és televíziózás megjelenése követett és az elmúlt évszázad utolsó évtizedéig hatásában már hatványozott változásokat eredményezett, de konstrukciójában statikus és ellenőrizhető, központi irányítással ellátható közeget jelentett. A létező rendszer nem kívánt mást az alkotóktól (eltekintve az arányában csekély, kísérletező kisebbségtől), mint a tartalom fejlesztését (a "mit" kérdése) de megkímélte őket a közlés, az elhelyezés és a megjelenítés (hol, hogyan, mikor, meddig) problematikájától. Adott volt a különböző műfajok hosszú ideje jól bejáratott, tárgyiasult kifejezési módozata, az olajfestészettől a fényképezésig minden alkotóterületen.

A film megjelenése volt az első lépés, mely az alkotásokat – illetve azok hordozóját –, a virtualitás területe felé mozdította. Bár kézzelfoghatóan létezett a filmszalag, rajta az exponált beállítások sorozataival, de ha valaki azt kezébe vette, nem a teljes művet szemlélhette, nem a filmet látta, hanem csak fontos alkotórészét. Magával a filmmel, mint alkotással vetítés közben annak anyagias hordozójától elkülönülve találkozhatunk. Ez az a szituáció, amikor térérzetünket is módosítva bekerülünk a film saját idejébe és terébe, érzékelve a filmidő sajátosan ható, a filmet filmmé tevő dimenzióit. Máris virtuális élményről, előadási módról beszélhetünk.

A digitalizáció következtében korunkban már nemcsak a mozgóképes alkotásokkal kapcsolatban találkozhatunk a jelenséggel, miszerint megszűnt az "eredeti". Sok esetben az alkotás folyamata is teljesen elszakad bármilyen anyaghasználatától és maga a produkció is csak virtuális helyzetekben jelenik meg. Vagy a nem létező eredeti klónjai állíthatóak elő tetszőleges számban, egytől-egyig, megfelelően az eredeti minőségi és egyéb követelményeinek, leszámítva azt az egyetlen kritériumot, miszerint nem szabadna egynél többnek léteznie. Logikusan következő lépés, hogy magáról a műtárgyról vagy az üzenetről gondolkodva mekkora hangsúlyt kap az a koncepció, elmélet, vagy éppen technikai megoldás (szoftver, hardver), ami a közönséghez (a felhasználóhoz) eljuttatja az alkotást.

Visszatérve a vizuális kommunikáció vagy a médiaművészet területére, napjaink digitális paradigmaváltása nem csak azért kihívás a tervezőművészek számára, mert az üzenetek közlésére szolgáló felületek technikailag elbírják és megkívánják a multimédiás alkalmazásokat, tehát komplex módon kell alkalmazni korábban egymástól elkülönülten megjelenő, függetlenül egzisztáló kifejezési és kommunikációs formákat. Egyre nagyobb hangsúlyt kap az információt hordozó, megjelenítő felület (az interfész) kialakításának, elhelyezésének, működtetésének, mobilitásának kérdése valós, virtuális, társadalmi és információs térben egyaránt.

multiple agents. (Elnézést a fordítás elhagyásáért, de kialakulatlanok a megfelelő magyar kifejezések, így félreérthető, vagy semmitmondó lenne egy-egy kifejezés.)

Ha "klasszikus tudásaink" területén szeretnénk fogódzókat találni, segítségül hívhatjuk az építészetet; a tér szervezésének, kialakításának képességét, a tárgyalkotást, formatervezést; ergonómiai és funkcionális dizájnszemléletét (mely az alkalmazásokat és alkalmazókat maximális hatékonysággal igyekszik szolgálni) és a filmet montázstechnikájáért; amely lehetővé teszi az idő kezelését.

Ugyanakkor durván leegyszerűsítve a kérdést: mindezt felfoghatjuk, mint algoritmusok alkalmazási módszereit, a szó matematikai és átvitt értelmében, kiegészítve a képkalkotás már korlátlan "hitelességgel és realizmussal" felruházott lehetőségeivel.

1.2. Mű-tér

1.2.1. Tárgyak térben és tér nélkül

A tárgykultúra és az azt is magába foglaló vizuális kultúra, már nem csak a piac diktálta (és a technikai, technológiai fejlődés által lehetővé tett) verseny miatt éli sokadik virágzását a mindig újabb, eladhatóbb formák kavalkádját alkotva.

Az utóbbi 20 évben – az elmúlt évszázadok alatt megszokott ipari fejlődést felváltó, kiegészítő, felgyorsító - informatikai forradalom következtében számtalan korábban nem létező, új szükségleteket kielégítő, új munkafolyamatokat ellátó eszköz jelent meg. Ezek az eszközök korábban ismeretlen funkciókkal gazdagítják és terhelik mindennapi életünket (csak néhány példa, plazma TV, mobiltelefon, hordozható számítógépek: tenyér-gép, tábla-gép, táskagép, stb.).

Mindez új kihívásokat és megfelelési kényszereket képez a hagyományos tárgyalkotás, eszköztervezés területein is, de mindez kiegészült azoknak a felületeknek (interfészeknek) a tervezésével, amelyek a tartalmat, az információt, az üzenetet közvetítik különböző relációkban a felhasználó felé.

Az interfészek kialakítása egyszerre jelent virtuálisan és valóságosan - tárgyiasult módon - feladatot a jelenkor iparművészei számára, méghozzá makro és mikro léptékben egyaránt. Városok, urbanizált terek interaktív információs felületeitől a mobiltelefon kezelőfelületéig és kijelzőjéig számos feladatban kell mindannak az elvárásnak megfelelni, amelyek évtizedekkel ezelőtt csak egy repülőgép műszerfalának tervezésével kapcsolatban merültek fel. Számos feladat arról szól, hogy kezelőfelületeket (navigációs rendszereket) kell virtuálisan létrehozni.

Az interfész funkciója a régi: van egy berendezés és adva van hozzá egy ember: annak a kezelője. A berendezés elvégzi azokat a munkafolyamatokat, amire a kezelő gombok nyomogatásával, karok húzogatásával jelt ad a rendszernek. A különbség, most nincsenek valóságos karok, gombok, meg tekerentyűk. A dizájnereknek kell arcot adnia mindennek, mérlegelve számtalan szempontot annak érdekében, hogy a kezelő számára egyértelmű és könnyen átlátható rendszert hozzon létre, ami lehetővé teszi a biztonságos, gyors

és hatékony működést. Dönthet úgy, hogy a felület emlékeztessen a régi, még "valóságos", tárgyiasult kezelőfelületekre vagy megpróbálja újragondolni az egész rendszert, szakítva gombok és kallantyúk virtuális ábrázolásának egyébként nagyon is népszerű lehetőségével. Vagy igyekszik más megoldást találni, ezzel merőben eltérő, új szituációt teremtve, tanulási helyzet elé állítva a kezelőt (ez természetesen alternatíváktól függetlenül elkerülhetetlen), de lehet, hogy sokkal egyszerűbb és kezelhetőbb lesz a végeredmény.

Ugyanakkor a tervezési folyamat módszerében, fejlesztési struktúráiban maga is felhasználójává vált mindannak a vívmánynak, tendenciának, amely a virtualitást és térbeliséget profán módon, hétköznapi eszközként veti be az alkotófolyamatba. A szimulálás, modellezés lehetőségei gyökeresen megváltoztak, kihátással a tesztelés, a prezentálás és a keletkező tárgy (termék) hatásmechanizmusának vizsgálatára, legyen szó használati tárgyak alkotásáról vagy épületek tervezéséről.

Meghatározó jelenség, mindez hogyan hat vissza magára a dizájnra, a termék arcára. Valaha, a kézművesek korában az anyaghasználat, a szerszámok és a megmunkált matéria kölcsönhatásai folyamatosan alakították a készülő tárgy végleges formáját. A tárgy készítője végtelen figyelemmel koncentrált erre a folyamatra, mesterségbeli tudását, kvalitását döntő hányadban határozta meg, mit tud erről a folyamatról, mennyire ismeri, érzi a megmunkálandó anyagot. Korunk új eszközeinek tervezésekor is létezik hasonló effektus, de mindez már virtuálisan, sokkal áttételesebben, elvonatkoztatva.

Ahogy a számítógépes tördelés alkalmazása megújította, forradalmasította a tipográfiát, a tárgy- és formakultúra is új lendülettel alkotja a korábban nem létező eszközeinket, tárgyainkat. Érdekes vizsgálat tárgya lehetne, hogy milyen módon hat ezeknek az eszközöknek a feladata, "tevékenysége" saját tárgyiasultságukra, formájukra. Arra a visszacsatolásra gondolok, amikor a tervező értelmezi az eszköz funkcióját saját maga és a majdani felhasználók számára is. A forma visszautalhat erre, ugyanakkor megpróbálhat olyan kontextust teremteni, ami a folyamatosan fejlődő (de legalábbis változó) megjelenési formákkal összevetve definiálja is az új jelenséget.⁷

Persze veszélyeket hordozhat magában az a jelenség, hogy tervezők tömege azonos eszközökkel (szoftverekkel) végzi munkáját. Ezek az eszközök invenció nélkül is kínálhatnak megoldásokat, és könnyen "egyenszürkeségbe" fulladhat termékek sora, legyenek bár azok különböző márkák alatt piacra dobva.⁸ Innentől számít a tervező, az egyén saját kvalitása, rajta

⁷ Példa: mp3 lejátszó. Olyan zeneszolgáltató eszköz, amiben már nincsen se magnókazetta, se CD. Tehát már nem létezik a muzsikának materializált hordozó eszköze, a zene virtuálisan foglal helyet az eszközben. Innentől kezdve a tervezőnek nincsen az a megkötése, ami arra készíti, hogy kiindulópontnak vegyen egy kihagyhatatlan elemet (a kazettát). "Szabad a keze" de mégis a tárgy megjelenésének esetleg ráutaló magatartással sugallnia kéne, végül is mire szolgál? Vagy éppen nem, lehet futurisztikusan csak a fantáziának teret engedni és a marketingre bízva, no meg az újdonság, különbözőség hatásaira alapozva bevezetni az új eszközt a piacra, remélve, hogy a bátorságot honorálják a fogyasztók, amikor terméket választanak. (Mindegyik megoldásra hozható példa, de figyelembe ajánlom a rendszeresen dizájn-díjakat nyerő Apple termékeket, mint amilyen az iPod is.) Innentől persze ismét taglalhatók azok az összefüggésrendszerek, (marketing, reklám, promóció, tömegtermelés, stb.), amelyek oda-vissza hatásaikkal megszabják korunk tárgy- és fogyasztási kultúráját.

⁸ Erre is példa az Apple: tessék összehasonlítani az általa gyártott PC-ket a piac többi résztvevőjének termékeivel. Szakértők egyenesen az innovatív dizájnuk tulajdonítják, hogy ez a márka egyáltalán képes volt talpon maradni, a csódtól megmenekülni. Olyan alternatívát kínálnak felhasználóiknak a különböző

múlik (meg persze az őt képző oktatási rendszeren és mestereken), mennyire képes megfelelni és maradandót, eltérőt, frisset alkotni.

1.2.2. Térrendezés

Az elmúlt harminc év szétvetette a térrel kapcsolatos megszokott elképzeléseinket, definícióinkat. Mindez annak a sokszerű kulturális változási folyamatnak köszönhető, amire még nem volt példa korábban a történelemből ismert korokban. Úgy tűnik, a tér elveszti időtlenséggel, állandósultsággal korábban egybeforrt értelmezéseit és sokkal inkább köthető számtalan új "megjelenési formája" a múltkonyság, átmenetiség érzeteihez. Az építészet korábban alkalmas és egyértelmű kifejezésrendszere mintha már nem tudná leírni, definiálni mindazon térformák és térbeli megjelenések összességét, amivel korunkban szembesülünk. Hyper-tér, cyber-tér, virtuális-tér, nano-tér, úr-tér, test-tér, kapcsolati-tér, – sorolható még tovább – számtalan leképzés, összetétel melyben szembesülhetünk a tér metaforáival.⁹

Mindez óriási kihívás, szokatlan és újszerű feladat, hogyan képesek az audio-vizuális kommunikáció tervezői, média-művészek megtölteni, belakni ezeket a tereket, vagy még újabbakat teremteni saját projektjeik számára. Ezzel a feladattal még a projektek tárgyiasulása előtt, a tartalom (a mit) fejlesztésével azonos időben szembesülnek. Technikai, anyagi lehetőségeik, kommunikációs céljuk, a leendő nézőikre, befogadókra, felhasználókra szándékolt hatásuk, vagy a megvalósítás körülményei arra készítik őket, hogy ne a hagyományos közlési csatornák valamelyikét válasszák produkciójuk elhelyezésére (például vetítés egy elsötétített teremben), hanem kifejezetten a konkrét műnek megfelelő és esetleg csak arra érvényes közlési felületet és metódust fejlesszenek.

Ez a felület sok esetben az interakció tere is: egyszerre nyújthat navigációs lehetőségeket a tartalom és az üzenet közlésével egyidőben. Percepció, narráció, kommunikáció, interakció. Mindez a kép, a tér, a hang és az idő speciális egymásra hatását, folyamatos jelenlétét és a befogadóval együtt alkotott sajátos közösségi vagy éppen privát környezetét alakítja. Újabb szinten találkozunk a kivitelezés és megvalósítás összetettségével, milyen legyen ennek a környezetnek a kialakítása, térszervezése, dramaturgiája? Hogyan reagál a néző a felhasználó reakcióira, alkalmazkodik, diktál, változik, alakít, befolyásol, körbezár, bevon, elhatárol?

1.2.3. Programalkotás

Alkotó és tervezési folyamatok, a kivitelezés, a megvalósítás körülményei, a közlés, a befogadás aktusa, az archiválás, sokszorosítás feladatai: napjainkban mindez szoftvereket, számítógépeket alkalmazó, globálisan uniformizált megoldások láncolata. Az erre épülő iparág maximálisan törekszik ezen tevékenységek kiszolgálására és kisajátítására is, hogy biztosíthassa saját piacának folyamatosságát. Nyilván az így elérhető megoldások, panelek nagy hatásfokkal elégtik ki a tömeges igényeket, de hogyan lehetséges egyéni utak,

alkalmazásokra, amelyek eltérő lehetőségeit tükrözi az egyéni, nagyon nagy figyelemmel és kreativitással megalkotott dizájn is.

⁹ Jellemző jelenség, hogy szavak, kifejezések, melyek elavultak, vagy elvesztették aktualitásukat a "valóvilágban" újjászülettek, új tartalmakat, jelenségeket fednek le a virtuális rendszerekben. (Firewall, chat room, website, stb.)

elgondolások megvalósítása? Ugyanezen a technikai síkon, ugyanazon a digitális platformon, csak éppen egyedileg fejlesztett megoldásokkal. Hiszen maga a technológiai arzenál olcsó, bárki számára elérhető, a megfelelő szellemi input meghozhatja a kívánt újszerűséget, egyénre, projektekre szabott sajátos válaszokat.

Úgy tűnik, míg ezelőtt pár évtizeddel a tehetség elengedhetetlen velejárójaként tisztelt manualitás, valamint az ehhez hozzátartozó szakmai tudás, anyag- és eszközismeret különböztette meg az alkotó embereket a civil tömegektől, korunk időszámítása szerint mindez a programozás, algoritmusok kialakítása és a megfelelő konceptuális összefüggések megteremtése és működtetése.

A szoftverművészet térhódításának vagyunk tanúi, de milyen mértékben követel magának ez a magatartás hegemoniát? Rákényszerül-e az alkotó, hogy maga is programozóvá váljon egyéni megoldásait keresve? Vagy "alkotók" és programozók között állandósul a csapatmunka azokban az összefüggésekben is amikor már nem csak tradicionális művészeti ágak kész produktumát jelentik meg az újmédiában? Minderre hogyan reagál a művészeti oktatás?

1.3. Mozgóképek és interaktivitás

1.3.1. Történelmi áttekintés

Ha visszatekintünk a film születésének pillanatára, vagy még korábbi időszakokra – a mozgóképek illúzióját keltő eszközök korára –, mindig tetten érhető a vágy, ami a nézőt vezeti a médiummal kapcsolatban, hogy bekukkantson (szó szerint kukkoljon) számára ismeretlen helyzetekbe és amennyire lehet, résztvevője lehessen valamilyen vágyott, elérhetetlen világnak. A mozgóképek mágiája segítségével ezt megteheti. (Ahogy a portréképzés tekintetében a fotográfiáé lett a vezető szerep a festészettel szemben, úgy a történelmesítés funkciója bizonyos szempontból sokkal hatékonyabb az irodalom és a film esetében, mint a tradicionálisan erre „kitalált” dráma, illetve színházi játékok.)

Ezzel egy időben ébredt a vágyakozás, hogy az élmény ne csak passzív szemlélésre, hanem valamilyen aktív részvétellel is kiterjedjen, a vágyakozás, ami végigkíséri a mozi történetét. Időben követhetőek azok a jelenségek, melyek egy-egy technikai vívmány beépülése után újabb és újabb kísérletet tettek a film (illetve a mozgóképek) interaktív tételére. Például 1953-ban, a TV-távírányító bevezetése után egy évvel, az USA-ban a CBS társaság műsorára tűzte a „Winky Dinks” c. sorozatát, mely kezdetleges módon kínált lehetőséget beavatkozni a TV-show alakulásába. A hetvenes évektől pedig a számítógépes (TV) játékok elterjedése jelenti a folyamatos jelenlétét annak a váagnak, aminek teljesülése a digitális korban oly aktuálisnak tűnik, figyelembe véve a felhasználó minden igényét kielégíteni próbáló globális konzumkultúrát.

1.3.2. Új média jelenségek

A változással, mely a digitális technikának köszönhetően, elhozta az "újmédiát" az "ómédia" után, érezhetően tovább növekedett az interaktivitás utáni vágy.

A próbálkozások célkitűzéseinek középpontjában leggyakrabban az interaktív film állt és áll, magában foglalva olyan jelenkori műfajokat, mint a komputer-játékok, (melyek speciális evolúciójuk során eljutottak a szöveg alapú játékoktól a 3D-hatású, kaland- és akciójátékokig) vagy a médiaművészet, net-art, digitális film (komputeranimáció), installációk valós és virtuális térben, stb. Éppen ezért nehéz is lenne definiálni, pontosan mi is az interaktív filmművészet. Mindenesetre a filmet magában foglalja a szélesen értelmezett digitális média, miközben újragondolja és átformálja azt a digitális korszellemnek megfelelően.

Az interaktív-film vizsgálata során mindenesetre kiemelhetjük a kapcsolatteremtést a komputer által mediatizált interakció, illetve a narratív felismerés gyakorlata között.

Vegyük sorra néhány jellemző műformát:

Video games (CD és DVD-Rom, on-line) – Hollywood-i történetvezetés, a klasszikus dramaturgiai sémákat követi, a non-linearitás csupán a különböző dramaturgiai modulok egymáshoz illesztésekor jelentkezik. Jól átlátható, könnyedén kezelhető interfész és navigációs rendszer, mely teljesen alkalmazkodik a virtuális valóság által megkívánt környezethez, abba teljesen belesimul, szükségtelen külön kezelőszervek alkalmazása, „életszerű” cselekmények viszik tovább az eseményeket.

Art CD-, DVD-ROM – a játékoktól eltérő téma, program és interfész struktúra. Hiányzik a lezárt, lineáris narratív struktúra, az interaktivitás szerepe jóval jelentősebb a cinematografikus látvány és koncepció alakításában. Megjelenik az úgynevezett „adatbázis alapú narratíva” és az experimentális interfész, melyet gyakran kombinálnak különböző véletlenszerű adatkezeléssel.

Net-Cinema, Net-Art – ez a terület a társadalmi és kulturális konvenciók által a legkevésbé befolyásolt terület. Konceptuális struktúrák, melyek a transzkódolástól az újjáértelmezés különböző formáin keresztül valósítják meg az ideát, mely a komputert az összes többi média szimulátoraként tünteti fel. (Pseudo-terek kialakítása és betelepítése, alternatív élethelyzetek megélése.)

Hálózati kommunikáció – kereső program, mint a jövő TV-je, film-előzetesek, mint a mozi kiterjesztése az újmédia eszközeivel. A net-kultúrára jellemző fúziója a konzumértékeknek és a narratívának. Jellemző kulcsszavak: interaktivitás, narráció, propaganda. Bármilyen kulturális eseménynek – legyen az tradicionális, vagy jelenkori indíttatású – kötelező a megjelenése ebben a közegben is, (www.esemeny.com) hiszen elengedhetetlen már a tartalom illyesfajta kommunikációja.

ITV – valós idejű kapcsolattartás a felhasználóval (nézővel), azonnali visszajelzés. Nézőpont, látvány testre szabása, egyénítése. Teljeskörű szerkesztési lehetőség, tartalomválasztás, időzítés.

A komputer minden média szimulátoraként jelentkezik magába szippantva az összes hagyományos terület tartalmának termését és azokat interaktív felületeken kínálja újrahasonosításra. Felsejlik a mozgókép írást helyettesítő szerepe, általánossá válása, mint a digitális média általános nyelve.

1.4. Mozgó jövőkép

1.4.1. Változások és lehetőségek

Az újmédia teoretikusai gyakran támadják az interaktivitást, mint a digitális médiának a mentális folyamatokat felszínessé, silánnyá minősítő jelenségét.¹⁰ Mások a filmművészet újjászületésének lehetőségét vélik felfedezni az interaktivitás és a vele kapcsolatos folyamatok megjelenésének következtében. Nézzük, mire alapozzák feltevésüket!

Az elmúlt évtized radikális változásokat hozott a filmművészet lehetőségeit, kondícióit illetően. A technikai körülmények fejlődése (beleértve a felvételi, vetítési, trükk- és terjesztési lehetőségek változásait) a narráció és a képi fogalmazás új metódusait is magával hozza. Ugyanakkor nyilvánvaló, hogy a mozi története a technológiai tapasztalatok története, a néző és a látvány viszonya és története a gyártási, a forgalmazási, illetve a közlési folyamatoknak (vetítési módzatoknak), melyek a mozi gazdasági, politikai és ideológiai indokok alapján gúzsba kötik (kötötték).

Ennek következtében – dacára a filmművészet gazdag kreatív és technológiai sokszínűségének, Hollywood vált a meghatározó modelljévé a gyártási és forgalmazási technikáknak, a technológiai megoldásoknak és a történetmesélés formáinak. Az új, digitális médiatechnológiák térhódítása kérdőjelezi meg leginkább ezt a hollywoodi hegemóniát. Alternatívát nyújtanak a filmipar szinte összes tradicionális szegmensében. Az új digitális médiatartalmak teremtik meg azokat a platformokat, amelyek a mozi lehetséges továbbfejlődésének a kiindulópontjai. Megőrzik (újra életre keltik) a független alkotás tradícióját, a kísérleti, önmagára reflektáló avantgárd film lehetőségét.

Bár a folyamat még csak kezdeti fázisában tart, máris látni sejlik néhány sarokpontja a digitálisan kiterjesztett filmművészetnek. A digitális befolyás mindenén túl elsősorban az interaktivitás számos új lehetőségét kínálja fel, melyek a felhasználó közvetlen befolyását teszik lehetővé a film kreatív folyamatának alakítására. Így nyer egyre nagyobb jelentőséget a virtuális környezet, mely táguló tere a történetmesélés helyszínének, ahol az aktív nézői magatartás magába integrálhatja az operatőr és a vágó szerepét, feladatát is. Ezentúl a komputer-játékok és a netes technológiák jelenlétének köszönhetően a film virtuális tere egyben szociális térként is funkcionálhat, ahol a személyes jelenlét a történet hősvé teheti a felhasználó-játékos-nézőt.

Újabb „kitörési pont” a mozi-élmény helyhez (mozihoz) kötődésének megszűnése. A mozi felépítette saját és sajátos tér-idő viszonylattal rendelkező hiperrealizmusát,

¹⁰ Espen J Aarseth: Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature, Lev Manovich: The Language of New Media.

mely a néző agyában konstruálódik a film nézése közben, az elsötétített moziateremben. Nyomon követhető a törekvés, amely az adott keretek között igyekezett az említett hiperrealizmus élményének minél hatékonyabb kiterjesztését elérni: gondoljunk a 3D vagy OMNIMAX vetítési formákra. Napjainkban a digitális platformon jelentkező on-line film lehetőséget kínál a TV, a PC és a világháló együtthasználatára, melyek megszüntethetik a vetítőterem döntő szerepét a filmes élmény elérésében, közvetítésében.

Mindenen túl a legnagyobb kaland a digitális filmművészet számára az új narratív technikák koncepciója és azok fejlesztése, meghaladva napjaink videó- és komputerjátékainak sematikus, bár interaktivitásra törekedő történet-modelljeit.

Ebben a tekintetben az egyik fejlődési irányt a moduláris narratív struktúrák alkalmazásai jelentik, melyek tetszőleges számban, sorrendben és linkelési lehetőségekkel állhatnak rendelkezésre, létrehozva a non-lineáris történetmesélés valós idejű rendszerét.

A másik koncepció magába foglalja az adatbázisokon alapuló valós idejű algoritmikus karakter-, és cselekmény-generálást, mely a felhasználó cselekedeteinek hatására automatikusan teremthet narratív helyzeteket.

Összefoglalva, a filmművészet jövője két jelenség egymásra hatásának és párhuzamos alakulásának a függvénye.

Az egyik folyamat a létező (tradicionális) mozi kiterjesztése, megjelenése, átkódolása egy új digitális környezetbe. Mivel a klasszikus mozi közösségi élményként is definiáljuk – melynek jellemzője, hogy rögzített helyzetben projektálnak mozgóképeket a vetítővászonra egy elsötétített, zárt térben kisebb-nagyobb emberi közösség számára –, bármelyik faktor megváltoztatása (mozgó projekció, panoráma vászon, vetített felületek egyidejű sokszorozása, stb.) már az említett elmozdulást, a jelenkori mozi- gyakorlat kiterjesztését jelenti.

A másik jelenség a már említett konvergencia a televízió, a számítógép és a világháló között. A virtuális környezet (játék- és előadási tér) kialakításának eredményei lehetővé teszik ezen terek „csoportos látogatását”, a neten elérhető új kommunikációs csatornák – kombinálva műholdas adatátvitellel, egyéb mobil-szolgáltatások alkalmazásával – megteremtik az új személyes és kollektív interaktív „moziélmény” létrejöttének lehetőségét.

1.4.2. Digitális kultúra, jogi problémák

A modern kor vizuális művészeti alkotásaival kapcsolatban a XX. század első felétől kezdve sok megközelítésben és különböző aktualitással lehetett véleményeket és elméleteket hallani, melyek közös témáját a sokszorosítással szerepét és néha (technikáktól függően) jelentőségét veszítő eredeti példányok léte és kérdése jelentette. Mindez többé-kevésbé művészettörténeti és filozófiai vita maradt, természetesen a műkereskedelem mindenkori érintettségét leszámítva.

A szerzői jog kérdései is teljesen kialakultak és többé-kevésbé általánosan elfogadott szabályrendszerre válva szervesen beépültek a jelenkori gazdasági és társadalmi rendszerekbe. Ezt az állapotot forgatta fel az elmúlt 10-15 év digitális forradalma egyfajta

krízishelyzetet indukálva. Természetesen most sem a képzőművészeti alkotások szerzői tulajdonlásának kérdése hozta lázba a világgazdaság óriásait.

Az érdeklődés fókuszában a hagyományosan, illetve az elmúlt 30 évben jogi oltalmat kapó újonnan megjelent szellemi termékek sorsa áll. Szoftverek, film- és zenei alkotások, videójátékok szerzői, forgalmazói vagy felhasználási jogai azok, melyek egyre feszegetőbb kérdéseket vetnek fel. A téma égető gazdasági hatásáról perek tucatjai és lángoló viták tanúskodnak.

A digitalizált kultúra egyik alapvető jellemzője, hogy tetszőleges műfajú és technikájú alkotás digitalizált formája mindenki számára elérhető, minőségvesztés nélkül élvezhető, birtokolható és esetleg újra felhasználható vagy hasznosítható. Sokan ebben a kreativitás egyik legjellemzőbb jelenkori megnyilvánulását látják. Óvnak attól, hogy törvényi eszközökkel fosszuk meg a felnövekvő új generációkat (eGeneration) attól az élvezettől és alkotói magatartástól, amikor a digitális multimédia eszközeivel tetszőlegesen keverhetnek és oszthatnak meg akár másokkal is minden, már korábban a kultúránk részét képező (audio és vizuális) alkotás sajátos át-, feldolgozását. „Kreatív szabadságot mindenkinek!”

Természetesen ez a magatartás merőben ellenszenves azoknak a gazdasági tényezőknek a szemében, amik profitját a műalkotások kiadása és forgalmazása hozza. A front eme oldalán olyan hatalmas erők állnak, mint az összes multi zene- és filmforgalmazó, illetve gyártó birodalmak, a szoftverpiacot uraló vállalatok, stb. Nyilván minden “lobbi-lehetőségüket” bevetik annak érdekében, hogy törvényi szabályozással védjék jól megszokott és létüket garantáló, de a technológia által már régen túlhaladott¹¹ és a közgondolkodásban sem elfogadott pozícióikat.

A másik oldalon, a liberalizáció hívei szerint, nem lehet olyan szabályozást foganatosítani (és főleg működtetni), amely a digitális kultúra alapvető éltető és mozgató erejének, a technológia fejlődésének és szabad felhasználásának próbál ellenállni, vagy irányt szabni.

A ma és holnap kultúráját a „remixed and shared culture” címke jellemzi, mely megköveteli új üzleti, kereskedelmi és jogi modellek kialakítását, még ha az a piac jelenlegi résztvevői számára rendkívül fájdalmas folyamatot is jelent.

1.4.3. Virtuális sztárok

Míg a piac vagy a kultúra bizonyos szegmenseiben már úgy tűnik, ingadozóban van a hagyományos imidzs-építési, ápolási gazdasági modell, addig más területeken ellenkező folyamatoknak lehetünk tanúi.

A technológia fejlődésének köszönhetően olyan szintre ért a mesterséges látvány- és intelligenciateremtés, hogy gazdasági tényezők elhatárolták: új szereplőkkel, új médiumokkal lépnek piacra.

¹¹ "A szórakoztatóipariak nincsenek képbén. Komolyan nincsenek képbén. A sávszélesség ára lemegy a semmibe. A merevlemezek pedig olyan nagyok és olcsók lesznek, hogy az ember összes zenéje elfér egyen. A tartalomterjesztési ipar el fog illanni." – állította beszédében a Billboard zenei szaklap tavaly novemberi díjátadó ünnepségén Bram Cohen, aki internetes terjesztési rendszerének köszönhetően szakértője a témának.

A mesterséges intelligencia- és személyiségfejlesztés már hosszú idő óta foglalkoztatja a terület szakembereit. Már több mint egy évtizede volt már annak is, hogy az első virtuális TV-személyiségek megjelentek a képernyőkön, de mindeddig nem mutatkozott komoly piaci érdeklődés ezen a területen.

Az első komoly változást az jelentette, mikor néhány évvel ezelőtt kiderült; a digitális technika lehetővé teszi, hogy hajdani mozicsillagok, évtizedekkel haláluk után, virtuálisan klónozva új filmes produciók sztárjaivá válhassanak. Mindenki számára egyértelmű, mekkora piaci vonzerőt jelenthetne Marilyn Monroe-t vagy Marlene Dietrich-t viszontlátni a mai kor ízlésének megfelelő filmekben. Ez már komolyan felkeltette a moziipar érdeklődését és ha tisztázódnak bizonyos (például jogi) körülmények, akkor már nem kell sokat várni, hogy valamelyik multicég reklámfilmjében a legújabb autócsodát Marlon Brando vezesse (persze, abban a fizimiskában, ahogy az ötvenes években nézett ki).

A technológia viszont más területeken is bevethető, így az elmúlt évben meghirdették az első világszépe versenyt, melyet mesterségesen generált virtuális személyek számára írtak ki. Természetesen fiatal „hölgyek” voltak a résztvevői az eseménynek, melynek gazdasági mozgatója egy virtuális személyiségeket futtató modellügynökség volt. A vállalkozás célja termékeinek széleskörű alkalmazása a modell- és reklámpiacon. Mivel a megjelenés már szinte a megszólalásig valódi - vagyis „élő”, nyilvánvalóak azok az előnyök, amelyek vonzóvá tehetik egy minden szempontból az elvárásoknak megfelelni képes sztármanőken szerepeltetését azokkal szemben, akiknek súly-, drog-, szexuális- vagy valamilyen egyéb problémáik lehetnek, nem beszélve egyeztetési és főleg anyagi kérdésekről.

Nyilván szükséges, hogy a virtuális sztárok is rendelkezzenek személyiségjegyekkel, élettörténettel, ízléssel, kedvenc rajzfilmmel, stb., de ez már az imidzsépítés és sztár csinálás jól bevált módszereivel gyorsan és a korábbiakhoz képest sokkal hatékonyabban kivitelezhető. A többi már kommunikáció és marketing kérdése, az animátorok és a modellmesterek készen állnak, rajtuk nem múlik.

Egyetemeken és kutatólaboratóriumokban, valamint filmes produciók utómunka- és trükkrezslegeinél már évek óta érik az a gyümölcs, amit most a piac vállalkozó szegmense szüretelésre érettnak talál.

1.4.4. Oktatási modellek

Hogyan képes a megváltozott körülményekre reagálni és megfelelően alkalmazkodni az oktatás?

Itt természetesen eleve különválaszthatjuk a közoktatást illetve a művészeti felsőoktatást. Az előző működése és korszerűsítése azért is nagyon időszerű, mert a média és a kommunikációs eszközök szerepe és használata általánossá váltak. Nem ártana, ha ezt megfelelő esztétikai és vizuális műveltség kísérné.

A dizájn mint attitűd. Talán furá a kijelentés, de aktualitása nagyon egyszerűen levezethető, ha a XX. század néhány technikai vívmányának, illetve azok felhasználásának sorsát figyelemmel kíséjük, például az autóvezetéstől a gépíráson keresztül a fotografálásig. (És akkor még nem említettük azt a -manapság már teljesen megszokott- jelenséget, hogy a mozgókép készítésére és lejátszására, illetve módosítására hány és hány eszköz áll rendelkezésre. Ezen eszközöknek – pl. telefonok - eredetileg semmi közük nem volt a műfajhoz, mint ahogy a felhasználók tömegeinek sem.)

Bizonyos képalkotási, látványtervezési, kommunikációs folyamatok már nem tarthatóak a szakemberek kizárólagos fennhatósága alatt, azokat bárki elvégezheti, mert rendelkezésére állnak az eszközök. Természetes, hétköznapi tevékenységgé válik, ha valaki levélpapírt tervez magának. A felelőssége az oktatásnak és a vizuális szakembereknek az, hogy ne csak a szoftverekhez legyen érzéke a felhasználónak, hanem alapvető képzettséggel, vizuális kultúrával is rendelkezzen.

Nyilván egy-egy régió vagy ország vizuális kultúrájának más-más a felkészültsége, ahogyan ezt a folyamatot kezelni képes, de ahol elhanyagolják a kérdést, ott az később beláthatatlan károkat okoz.

Viszont tekintsünk inkább a művészeti felsőoktatásra!

Ahogy a XX. század elején illetve első felében az építészetben találta meg azt a szintetizáló lehetőséget a művészeti oktatás újjító szándékú szellemi ereje (lásd: Bauhaus), most ez a terület egyértelműen a multimédia: az újmédia. Ez az a közeg, mely elkerülhetetlenül körülvesz minden egyes művészeti és kulturális gesztust - még akkor is ha az teljesen hagyományos képzőművészeti alkotói folyamat -, de még inkább jellemző és kézenfekvő a helyzet, ha valamelyik médiával kapcsolatos alkotótevékenységről beszélünk.

Ennek megfelelően sok olyan törekvés létezik, melyek oktatási struktúrájukban integrálni szándékozzák azokat a tradicionális "dizájn-értékeket", mint a képalkotás, mozgóképes kommunikáció, narratív szemlélet, ergonómia, tárgyalakotás és térképzés, egyebek, azokkal a tudományos területekkel, melyek eddig köszönőviszonyban sem voltak művészetekkel. Megjelent a matematika, fizika, elektronika, rendszerelmélet, mesterséges intelligencia kutatása, stb.

Más kísérletek igyekeznek az oktatási szituációt a lehető legszorosabban közelíteni a piacon prosperáló kutató vagy kreatív tényezőkhöz, hiszen olyan gyorsan változik a technológia hardver és szoftver része is, hogy nincs olyan iskolai modell, mely ezt a folyamatos változást követni tudná. Ha a diákok párhuzamosan vagy szoros együttműködésben képesek ismeretanyagot gyűjteni az iskolától és a gyakorlati tevékenységet folytató, speciális ismeretekkel rendelkező egyéb közösségektől, akkor optimalizált a helyzet és naprakész a tudásanyag. Hiszen talán először van a civilizáció történetében, hogy nem egy váltás-állandóság-váltás ciklust élünk meg, hanem folyamatos változást tapasztalunk. Az alkotói területek mindegyike alkalmazza és folyamatosan beépíti a legújabb technikákat, média- és kommunikációs eszközöket, melyek viszont soha nem állandósulnak. Egyetlen állandó jellemzőjük a folyamatos fejlődés, változás.

A bologna-i folyamat – mely bevezetésétől Európa hangos – erre a problémára is igyekszik választ adni. Az biztos, hogy egyértelműen szükséges az oktatási modellek újragondolása. Persze, ostobaság lenne a művészeti oktatás modelljeit az üzleti és tudományos területeken bevált formákkal teljesen felváltani.

Az automatizmusok ilyen alkalmazása veszélyes és káros. Meg kell találni azokat az új formákat, melyek a területnek leginkább megfelelnek, ugyanakkor biztosítják a folyamatos kommunikációt és együttműködést más területekkel, beleértve a tudományos és gazdasági világot. A kreativitás és az innováció együttműködése már az oktatási formákban is elengedhetetlen. Megkövesedett és avított akadémiák helyett olyan iskolai formákra van szükség, ahol egy-egy terület kreatív szakemberei, vezető specialistái készülhetnek fel arra az életpályára, ami a folyamatos továbbképzést, az új tudásanyag felvételét követeli majd meg.

Ugyanakkor nagyon fontos és felettebb aktuális mindazon hagyományos kreatív értékek ápolása, a jelenkori kulturális körülmények közegébe integrálása, melyeket nem lehet egy szoftver alkalmazásával helyettesíteni. Ugyan az megmászhatatlan tény, hogy a design és így a kommunikáció bizonyos alkalmazási területei a nagy tömegek által birtokolt és használt formává válnak, viszont a kreativitás – ha tetszik: a tehetség – olyan kiapadhatatlan erőforrás, amire a digitális társadalomnak is nagy szüksége van.

Felhasznált irodalom:

Benjamin, Walter: The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction
(<http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/benjamin.htm>)

Bowman, Chris: Visual Indexing and the Language of Gesture
(DAC 2003, Melbourne, <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/>)

Greenberg, Bob (Interjú, Wired, 11. 04.)

Gansing, Kristoffer: The Myth of Interactivity or the Interactive Myth?
(DAC 2003, Melbourne, <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/>)

Goetz, Thomas: Sample the Future
(Wired, 12.11)

Hutchison, Andrew: Analysing the Performance of Interactive Narrative
(DAC 2003, Melbourne, <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/>)

Lam, Brian: Don't Hate Me, Because I am Digital.
(Wired, 12.11)

Malmborg, Lone: The Role of Art and Design in IT-education at the Digital Bahaus
(DAC 2003, Melbourne, <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/>)

Manovich, Lev: Digital Art – Contemporary Art
(ArtFutura, Barcelona 2003, www.atrfutura.org)

Koolhaas, Rem: The new world (Wired. 11. 06.)

Shaw, Jeffrey - Weibel, Peter: FUTURE CINEMA 2002-2003
(The Cinematic Imaginary after Film, www.zkm.de)

Varga Csaba: Film és story board (Minoras kiadó - Budapest, 1998)

2. A mestermunka

2.1. A mestermunka elméleti megközelítése

DLA mestermunkám tervezése során egyértelművé vált számomra, hogy annak kifejezési formáját, műfaját, a közönséghez való viszonyát kiemelném a hagyományosnak nevezhető műfaji besorolások és definíciók közül; mint amilyen az animációs film, kísérleti videó, fotómontázs, multimédiás installáció, filmvetítés, TV-film, mozi, CD-ROM, stb.

Tervezőként is hatással van rám az az elméleti kutatómunka, melyet az újmédia és a vizuális kommunikáció kapcsolódási felületeiről, együttthatásuk jelenségeiről végeztem, végzek. Mindezek új lehetőségeket, kereteket villantanak fel, miközben a mű és a néző viszonyát helyezik új kontextusba, az alkotás és a kiállítási-, vetítési-, előadási tér kapcsolatát érintik, annak paramétereivel, tulajdonságaival, helyszínével és működési elvével egyetemben.

Ebben az összefüggésben kulcsszerepet kapnak az interaktivitás és az interfész fogalmai, melyek alkalmazása néhol már közhelyszerű gyakorisággal fordul elő digitális kultúránk szóhasználatában.

Miért fontosak ezek?

Alkotóként szeretném, ha közvetlen kapcsolat jöhetne létre művem és annak közönsége között. Fontos a visszajelzés, az együttműködés lehetősége, a részvétel, mely a nézőt kiemeli a passzív szemlélő pozíciójából és közreműködőként definiálja újra szerepét.

Vagyis a projektnek lehetőséget kell biztosítania a nézők (résztevők) reakcióinak befogadására, szándékaik feldolgozására □ interakció. Ugyancsak lényeges, hogy ennek az együttműködésnek a tere, helyszíne (legyen az valóságos vagy virtuális) mutasson túl a hétköznapi gyakorlatban elkoptatott, mechanikus számítógép-felhasználói pozíciókon és struktúrákon, a kommunikáció az alkotás (az alkotó) és szemlélője között a tartalom, az üzenet, a történet eljuttatásának leghatékonyabb formáját valósítsa meg □ interfész.

Érdekel az együttműködés, az ebből adódó váratlan jelenségek lehetősége. A fentiek fényében vitathatatlanul fontossá vált számomra az interaktivitás és az interfész fogalmának tisztázása, elhelyezésük abban a kontextusban, ahol tervezőként és alkotóként tevékenységemet folytatom.

Mestermunkám elkészítésekor olyan műforma elérése lebegett szemem előtt, mely maximálisan támaszkodhat az interaktivitás lehetőségeire, és egyben széles körben elérhető. Természetesen adódik a lehetőség az internetkultúrából ismert blog-műfaj adaptálására, egyfajta animációs napló fejlesztésére, mely betekintést enged egy filmes alkotó terveinek, ötleteinek fejlesztési szakaszaiba, elérhetővé téve azokat az internet nyilvános fórumán.

Kiindulásképpen olyan szurreális filmnovellát írtam, mely a hagyományos filmes formanyelv alapjaira épülve emeli be a non-lineáris történetmesélés sajátosságait. Engedi, hogy maga

a néző (felhasználó) aktivitása hatással legyen a létrejövő látvány- és mozgáskombinációk megjelenésére, időbeli lefolyására. Ugyanez igaz a hozzájuk rendelt akusztikai és zenei szövet alakulására. Munkámat elkészülte után nyilvános kísérletnek tekintem, mely az animáció mozgóképes megoldásait vegyítve ad betekintést narratív, és burleszk-ízű filmmorzsák, történetek, gegek személyes egyvelegébe, egy animációs alkotó jelenkori naplójába.

A kísérlet eredménye részben már ismerhető. Ez személyes, alkotói folyamathoz köthető, mely a hagyományos közlési, megjelenési csatornák, a tradicionális gyártási és pénzügyi feltételek híján alternatív megjelenési formához jut. Így adódik lehetőség a filmkészítés egyéni, intim, külső körülmények befolyásaitól mentes folyamatainak átéléséhez. A tervezés határait bővítve, a képes forgatókönyvön túl, a mű megvalósulása felé, jóval messzebb haladva lehet mérlegelni a megoldások indokoltságát, helyességét. Létrejönnek alternatív helyzetek, ahol láthatóvá válik, hogyan működik egy-egy jelenet fordított sorrendben, a montázs lehetősége folyamatosan nyitva áll és nem zárt struktúraként jelentkezik a mű szemlélése, befogadása közben.

2.2. Műfaj

A "Marhalekvár" egy animációs album, egy virtuális képeskönyv.

Jelenetei közt az összefüggést nem a lineáris történetvezetés, hanem az audio-vizuális elemeket laza szerkezetbe szövő képi dramaturga teremt. Létrejöttét gyűjtési folyamat előzte meg; fotográfiák, "videó-morzsák", figuratervek, illusztrációk képezték a vizsgálat tárgyát.

A kiválasztott részletek egy albumban gyűltek, keresgetve az egymáshoz illeszthető elemek kapcsolatát, fenntartva a továbblépés, a fejleszthetőség lehetőségét. Épp ezért vált magától értetődővé az interaktivitás beemelése a műforma keresése közben. Az interaktív jelző hallatán itt sem valós idejű történetgenerálást kell érteni. Jelen esetben a néző ("olvasó") aktivitása azt a modellt követi, mint amikor valaki egy képeskönyvet tetszésének, érdeklődésnek megfelelően lapozgat. Ismerkedik az oldalakon megbúvó firkákkal, vázlatokkal, vizuális üzenetekkel. A lapok és a rajtuk látható képi elemek egymáshoz rögzített, állandó struktúrában léteznek, de megvan a lehetőség oda-vissza lapozni, sorrendet váltani, hátulról kezdeni, csak egy kiragadott részt szemlélni. A "Marhalekvár" is ezt az élményt nyújtja, szerkezete egyszerre kötött és változtatható. Lapozgatás közben bizonyos részletek automatikusan szemünk elé tárulnak, míg vannak olyan elemek, amiket az olvasónak kell felfedeznie.

2.3. Szerkezet

A "Marhalekvár" három nagyobb egységre tagolható.

Az első a légy és az üvegbe zárt lekvár konfliktusa, mely a légy sajnálatos balesetével végződik. A középső rész elején a légy vasutas képében reinkarnálódik, és egy karaoke-malac kíséretében indítja különböző karakterek kavalkádjával a középső részt. Harapós kutya, ejtőernyős teknőcök, tévéző ledér hölgy, és egy fényképezőgépet kattogtató macska, akit végül az ürbe is elkísérhetünk. A harmadik részben a macska fotói játsszák a főszerepet. Megjelenéseiket rendre ugráló akrobaták mutatványai kísérik. Ennek a résznek a vége, egyben a kiindulópont megjelenése, körbe ért a "történet", az ujjaink között pergő lapok elfogytak,

ott vagyunk ismét az első oldalon. Ha tetszik - tovább lehet lapozni vagy le lehet tenni a képeskönyvet.

Ahogy lapozgattuk a virtuális album lapjait, különböző stílusjegyekkel találkozhattunk. Bizonyos lapokon rajzfilm-elemek elevenednek meg, másutt videójátékokra jellemző megoldások jelentkeznek vagy egy-egy fotókollázs keresi legoptimálisabb kompozícióját, arányrendszerét. Ennek következtében a lekvár nem rendelkezik folyamatosan érvényesülő, kohéziót indukáló dramaturgiai elvvel. Fenntartja magának a kísérletező kedvet, mert kialakulatlan, vázlatos akar maradni egy animációs alkotófolyamat magára reflektáló megnyilvánulásaként. Ötleteket, vizuális poénokat, "filmcsírákat" vonultat fel. Eljátszik velük, némelyiket részleteiben is megvizsgálja és rögzíti, dokumentálja a folyamatot.

Elkészülte azt a célt szolgálja, amit egy telerajzolt, festett, ragasztott vaskos vázlattömb. Tárházává válik ötleteknek, felvételeknek, melyekhez alkalomadtán vissza lehet térni és némelyikükből talán egyszer film is készül.

2.2. A mestermunka dokumentációja

2.2.1. A mestermunka leírása

Cím: Marhalekvár

Műfaj: interaktív animációs album

Technika: flash-animáció

Formátum: flash alkalmazás, *fla* kiterjesztéssel. A lejátszáshoz személyi számítógépre és Flash Player vagy Internet böngésző (Safari, FireFox, Explorer, stb.) szoftver szükséges.

Hordozó: CD-Rom, internet

Marhalekvár - abszurd összetétel, pikáns ízek.

Kapcsolatok helyszínek és emberek között.

Viszonyok, helyzetek és érzelmek.

Elbeszélő arcok és tekintetek.

Utazás.

Pillanatfelvételek, portrék, csoportképek, emlékek fűzére.

Mindez ritmust, kép-láncot alkot, a sztori változásokon át folyamatosan alakul, soha nem érhető utol. Jelenetek következnek egymás után, ahogy egy fotóalbumot nézegetünk.

Az egyes képek önmagukban is történeteket takarnak, egymás mellé választva különleges állomásait adják egy álom és emlékbeli utazásnak.

A Marhalekvár az animációs műfaj, valamint az interaktivitás különleges formanyelve segítségével keres utat. Különböző grafikai elemek, gesztusok, ornamentikák, gyermeki naivitással húzott vonalak, geometriai alakzatok animációja, melyet a felhasználó szerkeszthet mindig változó alakzatokba. Hagyományos kulcs-fázis rajzfilm és fotómontázsok papír-kivágásos mozgatása olyan képi közeget alkot, amelyből a humor és az abszurditás árad.

2.2.2. Közreműködők, alkotók

Alapötlet, koncepció: Fülöp József

Forgatókönyv: Fülöp József

Látványtervek: Fülöp József

Fotográfiák: Fekete Gábor

Figuratervek: Fekete Gábor, Fülöp József, Magyarósi Éva, Erdélyi Judit

Lay-out, interakciók: Fülöp József, Erdélyi Judit, Gacs Réka, Magyarósi Éva

Animáció: Erdélyi Judit, Gacs Réka, Magyarósi Éva

Zenei szerkesztő, sound designer: Kisvári Ferenc

Programozó, kompozitor: Nagy Máté

Rendező: Fülöp József

3. Függelék

3.1. Referenciák és publikációk

Animációs filmek

- Marhalekvár – Interaktív animáció (2006.)
- Mondókák – gyártó: Stúdió Baestarts (2006.)
- Herr Hirny's History I. rész - partner: Varga Stúdió (2002.)
- Jolán és Kukika - (2001.)
- Z+ filmek - megrendelő: Z+Tv csatorna (1998.)
- Trip - diplomafilm (1991.)

Animációs reklámfilmek

- (M)érték TV-Spot / Magyar Fotóművészek Szövetsége (2006.)
- LUMÚ TV-Spot / Ludwig Múzeum (2005.)
- Olimpikonok mesélnek TV-Spot / MagyarRádió (2004.)
- “Hadarz” EstMédia kampányfilm (2004.)
- “Telebingó” kampányfilmek (1995.)
- Plusssz Sport I.-II. / Pharmavit (1994.)
- VW Haszonjárművek (1994.)
- Reach fogkefe / Johnson&Johnson (1993.)
- Fauch tűzgyújtó / Johnson&Johnson (1992.)

Televíziós arculatok, főcímek

- Minimax TV - vállalati és on-screen arculat (2004., 2005.)
- Hír TV arculat (2002.)
- Édes vágók / Viasat (2000.)
- Nyári borzongás / MTV (1998.)
- X-generáció / MTV (1998.)
- Szieszta / MTV (1998.)
- Álompolgár / MTV (1997.)
- Aktuális / MTV - tipográfia: Nádai Ferenc (1997.)
- Magyarok Cselekedetei / MTV - tipográfia: Nádai Ferenc (1996.)
- K.É.K. délelőtti magazin / MTV (1994.)
- Március 15-i “videólobogók” / MTV (1992.)
- Napközi / MTV - témavezető: Sas Tamás (1992.)
- II. János Pál Pápa Magyarországon / MTV - tipográfia: Nádai Ferenc (1991.)
- A Reggel / MTV - tipográfia: Nádai Ferenc (1991.)

Kiállítások, fesztiválok

- „Feketefül in Africa”, Fumetto Comix Festival, Luzern, Svájc (2005.)
- „Herr Hirny's Bibelgeschichte”, Mesch Galerie, Luzern, Svájc (2003.)
- „Hybrid” - Feketefül kiállítás, Meile Galéria, Luzern, Svájc (2003.)
- „Fumetto Kirakat Kiállítás” ÖKK Biztosító, Luzern, Svájc (2003.)

„Anifest1”, Budapest, Millenáris (2003.)
„Összművészeti fesztivál”, Budapest, Millenáris (2003.)
“Herr Hirny”- Fumetto Comix Festival – Luzern (2002.)
Haar-Baar, Illusztrációs kiállítás - Luzern (2002.)
Illusztrációs workshop, Harrare-i Nemzeti Galéria - Zimbabwe (2000.)

Projektek, események

Europrix, Top Talent Award – a zsűri tagja (2004., 2005., 2006.)
Budapest Animációs Filmklub - művészeti vezető (2004 -)
Varga Filmklub – felkért előadó (2001-2003.)
TTA kiállítások – szervező és kurátor (Budapest, Ponton Galéria; 2004., 2005., 2006.)
Kiskakas2 Nemzetközi Animációs Filmnapok – programigazgató
Budapest, Toldi Mozi, MIE. (2003.)
Kiskakas Nemzetközi Animációs Filmnapok – szervező és kurátor
Budapest, Puskin Mozi, MIE. (2002.)

Pályázat, ösztöndíj

Állami Eötvös Ösztöndíj (2004.)
NKA Médiapályázat nyertese – “Agytangó” digitális képregény (2003.)
Aranyceruza díj - I. helyezés on-line animációs pályázaton (2001.)
Varga Stúdió forgatókönyv-pályázat - I. és II. helyezés (2001.)
World Animation Celebration forgatókönyv-pályázat - IV. helyezés, Nickelodeon-különdíj (1997.)
John Halas ösztöndíja (1991.)
Rubik Alapítvány ösztöndíja (1990.)

Publikációk

“Szellem a monitorból” – Filmvilág 2005/8.
“Műfajhatárok és interaktivitás” – Vizuális üzenetek tervezése - alkalmazása II.
(A MIE és az MTA Szociológiai Kutatóintézet kiadványa, 2004.)
“Minden Animáció?” - PestiEst “Kiskakas” különszám (2002.)
“Animáció, de hogyan?” -vitaindító “Kiskakas Nemzetközi Konferencia” (2002.)