

Az iPhone és a YouTube között: a filmek mozgásban

Absztrakt

A fényképezőgéppel és videokamerával felszerelt 3G mobiltelefon éppen akkor jelent meg, amikor a YouTube népszerűvé vált. Bár e két fejlesztés elkerülhetetlenül összetalálkozott, a mobiltelefonos film máshová is eljutott, például a mobiltelefonos filmeknek szentelt fesztiválokra. A gyorsan előretörő – most pedig fokozatosan visszaszoruló – fesztiválok megakadályozták, hogy a viszonylag konzervatív filmes kultúra lemaradjon az új technológiák nyújtotta fejlesztési lehetőségekről, valamint elősegítették, hogy a filmkészítők és producerek viszonylag zárt köre bekapcsolódhasson a kialakuló részvételi kultúrába. Miközben érzékenyítették a filmművészet területét az újonnan megjelenő technológiákra, szereplőkre és gyakorlatokra, légmentesen el is zárták azt attól az „amatőr kultusztól”, amely a YouTube felemelkedéséhez vezetett. A szerző alaposan megvizsgálja a kontextust, illetve a mobiltelefonos filmek szerepét a digitális média perspektívájából, rámutatva, hogy a mozgókép milyen új formákkal és funkciókkal gazdagodik a kortárs képernyők és tartalmak sokszínű világában. Hiszen a kortárs a hibridizációs folyamatok a filmet is átalakították: fő feladata, a filmszínházak falain kívül, már nem a reprezentáció, hanem a kommunikáció.

Szerző

Dr. Jan Simons docens a University of Amsterdam Médiatudományi Tanszékén. Kutatási területei közé tartozik a filmelmélet mellett a fotográfia, az újmédia és a játékelmélet. Kutatásai középpontjában az újmédia kiváltotta konvergencia és divergencia folyamatok állnak. *Playing the Waves: Lars von Trier's game cinema* (Amsterdam University Press) című kötete 2007-ben jelent meg.

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.3>

Az iPhone és a YouTube között: a filmek mozgásban

Digitális filmek: on- és offline helyszínek

Véletlen egybeesés – már ha valóban véletlenről van szó –, hogy a fényképezőgéppel és videokamerával felszerelt 3G mobiltelefonok éppen akkor jelentek meg, amikor a web 2.0 ikonjának számító YouTube népszerűvé vált. A 2004-ben világszerte forgalmazott mobiltelefonok kétharmada videokamerás telefon volt; a YouTube hivatalosan 2005 novemberében indult az Egyesült Államokban, ezt követték 2007-ben az európai, latin-amerikai és ázsiai megjelenések. Mivel a videokamerával felszerelt telefon minden felhasználót potenciális filmkészítővé tett, a YouTube pedig ingyenes felületet biztosított a saját készítésű filmek megosztására, terjesztésére és bemutatására, így e két fejlesztés elkerülhetetlenül összetalálkozott. Ennyi a lényeg, a többi pedig, mondhatni, történelem. De valóban az?

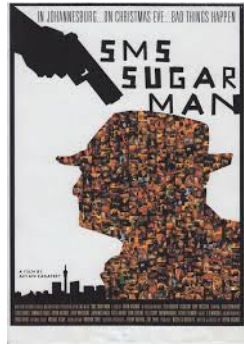
Egyfelől a fenti állítás helytálló: 2006-ban a YouTube bejelentette, hogy a napi látogatószám elérte a 100 milliót, a felhasználók pedig több mint 65000 videót töltenek fel naponta. 43%-os piaci részesedésével és több mint 2 milliárdos napi nézettségével 2010-re a YouTube az Egyesült Államok legnagyobb online videomegosztó webhelyévé vált. Forgalmának 70%-át az Egyesült Államokon kívül realizálja, havonta több százmilliós nézettséget regisztrál csak mobil eszközökön, így ma már a harmadik leglátogatottabb internetes weboldal a Google és a Facebook után. ^[1] Természetesen a YouTube-on az amatőr filmkészítők mellett professzionális és kereskedelmi filmes cégek, valamint tévétársaságok tartalmi is megtalálhatók. Ezek jelentős része „illegálisan” feltöltött, szerzői jogi védelem alatt álló anyag. Bár nehéz pontos számadatokra hivatkozni, úgy tűnik, hogy a sok esetben mobileszköz vagy számítógép kamerájával rögzített, „csináld magad” filmek alkotják a YouTube-tartalmak jelentős részét.

Másfelől azonban a mobiltelefonos film egyéb helyszínekre is eljutott, például a mobiltelefonos filmeknek szentelt fesztiválok világába, melyeknek változatos elnevezései közül csupán néhányat sorolok fel: „zsebfilmek” [„pocket movies”, „pocket cinema”], „mobilfilmek” [„cellular movies”], „Ciné Pocket”, „Movil Film”, „Mobi Fest”, „rövidfilmek”. Csak néhány évvel a vélhetőleg első, 2004-ben Atlantában megrendezett mobiltelefonos filmfesztivál után szinte a világ minden jelentősebb nagyvárosa elkezdte megrendezni saját fesztiválját. Ezenkívül számos hagyományos filmfesztivál- köztük a Sundance Filmfesztivál, a San Franciscó-i Nemzetközi Filmfesztivál, a Tribeca Filmfesztivál, az Edinburgh-i Nemzetközi Filmfesztivál, a Rotterdami Nemzetközi Filmfesztivál, sőt még a Cannes-i Filmfesztivál is – külön szekciót nyitott ezeknek az alkotásoknak. [2]

Ahogy az előre sejteni lehetett, az ilyen események helyi és nemzetközi változatai egyaránt megjelentek. Ezeket olyan mobilgyártó cégek szponzorálták, támogatták, mint az okostelefont megelőző időszakban a 3G készülékek terén piacvezető szerepet játszó Nokia, a Samsung, a Vodafone és sokan mások, akik tartalmat kerestek hardware-eik és szolgáltatásaik számára. A fesztiválokön tárt karokkal fogadták a 3G mobiltelefonnal rendelkező, „csináld magad” filmkészítőket éppúgy, mint „a tapasztalt filmrendezőket, egyéb szakmabelieket, egyetemistákat és nézőket.” Azt remélték, hogy így „beláthatóvá, előre tervezhetővé, feltérképezhetővé válik ez az új alkotási terület”, ahogyan egyébként azt az első, 2005-ben megrendezett párizsi Festival Pocket Films meg is fogalmazta. [3] Ez a megfogalmazás önmagában és önmagáról is sokatmondó: a mobiltelefonos film mint találmány megelőzte a gyakorlati megvalósulást. Ezek a terminusok és a körük szerveződő események nem egy új, feltörekvő jelenségre utaltak, mely még meghatározásra és besorolásra vár – funkciójuk sokkal inkább az akkor még újnak számító technológia által létrehozott űr betöltése volt.

A gyorsan előretörő – most pedig fokozatosan visszaszoruló – fesztiválok a mobilgyártók és a telekommunikációs szolgáltatók tartalomhiányán túl két célt szolgáltak. Először is – a független filmkészítésben, a viszonylag olcsó és hordozható digitális videokamera megjelenésével, már jó tíz éve megtapasztalt változások után – megakadályozták, hogy a viszonylag konzervatív filmes kultúra lemaradjon az új technológiák nyújtotta, potenciális, jövőbeli fejlesztésekről. Vagyis azt remélték, hogy a mobiltelefon kamerája rátalál saját Lars von Trier-jére. És csakugyan, 2005-ben a dél-afrikai rendező, Aryan Kaganof elkészítette az *SMS Sugar Man* című alkotást, ami vélhetőleg az egyik első játékfilm hosszúságú, teljes egészében mobiltelefon-kamerával felvett film. [4]

Másodszor azzal, hogy a mobiltelefonos filmfesztiválok mozivászonra engedtek bárkit, aki közkinccsé kívánta tenni mobiltelefonnal készített alkotását, elősegítették, hogy a filmkészítők és producerek viszonylag zárt köre bekapcsolódhasson a kialakuló részvételi kultúrába, és olyan alkotásokkal rukkolhasson elő, mint amilyen a *Dogma 2.0*. [5]



SMS Sugar Man.
Aryan Kaganof, 2005

Ugyanakkor ez a két funkció egy újabb kettősséget hozott magával. A mobiltelefonos filmfesztiválok előretörése kísérlet volt arra, hogy az új technológiákat és a tehetséges, innovatív filmrendezőket a filmművészet már létező struktúráiba és működési módjaiba illesszék. Könnyen elképzelhető továbbá, hogy a mobiltelefonos filmfesztiválok legfőbb stratégiai funkciója abban állt, hogy érzékenyítsék a „filmművészet területét” az újonnan megjelenő technológiákra, szereplőkre és gyakorlatokra, ugyanakkor légmentesen elzárják azt attól az „amatőr kultusztól”, amely a YouTube felemelkedéséhez vezetett. [6] Rendszerelméleti szempontból a mobiltelefonos filmfesztiválok virágzása annak a megújulást célzó alkalmazkodási stratégiának a részeként értelmezhető, amely a „mozit mint intézményt” az elmúlt több mint száz évben jellemezte. Vagyis a YouTube-ra adott válaszként. Amennyiben ez igaz, akkor felmerül a kérdés, hogy a mobiltelefonos filmfesztiválok utóbbi években tapasztalható, fokozatos visszaszorulása a stratégia sikerének vagy éppen kudarcának a tünete. Vajon a mobiltelefonos filmfesztivál a 21. századi filmkultúra előfutára vagy éppen az új digitális médiakultúra utóvédharcosa volt? Átfogalmazva a kérdést: a mobiltelefonos alkotások a filmkultúra vagy a digitális kultúra részei?

Zsebfilmek [*Pocket Films*]: Kisujjunkban van a film

A mobiltelefonos film modernista felfogástól vezérelt zászlóvivői azt várták, hogy az új technológiák újfajta filmkészítési módokat, új filmművészeti formákat, formátumokat, stílusokat és történeteket is hoznak. A mobiltelefonos filmfesztiválok pedig a tapasztalt, az ígéretes és az önjelölt filmrendezőket játszóterévé válhatnak, ahol mindenki kedvére kísérletezhet a rendelkezésre álló új eszközökkel, s közben feltérképezhetik az eszközök lehetőségeit és korlátait. Mivel a mobiltelefonos film nem egy már létező filmtípus vagy filmes műfaj, sokkal inkább a 3G telefonok piaci megjelenése és gyors elterjedése által kiváltott ötlet, első kérdésként az merülhet fel, hogy mi is tulajdonképpen a mobiltelefonos film. A válasz pedig távolról sem egyszerű.

Elég egy pillantást vetni néhány fontosabb mobiltelefonos filmfesztivál részvételi felhívására, hogy a meghatározást körülvevő bizonytalanságra fény derüljön. A német Mobile Film Festival és a francia Festival Pocket Films a „zsebfilm” vagy a „mobiltelefonos film” kategóriáját mobiltelefon-

kamerával rögzített filmként definiálják [„films tournés avec téléphone mobile” és „Filme... die mit einem Mobiltelefon gedreht wurden”], a torontói Mobifest viszont „mobiltelefonra készített” filmekről beszél. [7] Annak ellenére, hogy a mobiltelefon az első olyan „új eszköz”, amely – ahogyan azt az első, 2005-ben megrendezett, párizsi Festival Pocket Films beharangozójában olvashatjuk – egyszerre „kamera, projektor és képernyő [*écran à diffusion*], a mobiltelefonnal készített filmek nem feltétlenül mobilon történő lejátszásra készülnek. [8] Az előbb említett fesztivál például meghirdet „Filmek nagy vászonra” [*Films pour grand écran*] és „Filmek zsebvászonra” [*Films pour écran de poche*] kategóriát is. A kanadai Mobifesten az „Animáció” mellett a „Mobiltelefonnal rögzített filmek” kategóriája is a programba került. Ezek a besorolások azt mutatják, nem minden mobiltelefonos film készül mobillal, és nem minden mobiltelefonos film készül mobiltelefon „zsebképernyőjére”. Ahogy Roger Odin, francia filmelméleti szakember a „zsebfilm közönségéről” írt esszéjében fogalmaz, a mobiltelefonnal rögzített filmek mozifilmek [„Les films tournés avec téléphone mobile sont des films de cinéma”], mivel nagy képernyőre lettek elgondolva. [9]

Hogy tovább bonyolítsuk a dolgokat, bár mobiltelefonnal lehet filmet készíteni, bemutatni és terjeszteni – a felhasználónak lehetősége van arra, hogy mobiltelefonról közvetlenül a YouTube-ra, Flickr-re töltsön fel filmeket, fényképeket vagy olyan közösségi oldalakra, mint a Facebook vagy a MySpace –, a felvétel és a bemutatás közé általában beékelődik a vágás és az utómunkálatok fázisa, amelyre a mobiltelefonok nem igazán alkalmasak. A német Mobifest engedélyezi a „mobilon kívüli eszközön történő vágást is” [„Die Filme können innerhalb oder außerhalb der Telephone geschnitten werden”], a brüsszeli *Ciné Pocket* fesztivál pedig kimondottan javasolja a mobiltelefonnal készített filmek számítógépes vágását [„Mais il reste souhaitable de copier et de monter le film sur ton pc”]. [10] A vágás ugyanakkor nem pusztán a snittek kiválasztása és elrendezése, általában hang és feliratok, színkorrekció, szűrők, virtuális kameramozgások, osztott képernyők, egymásra fényképezés hozzáadását, valamint – mivel a számítógép számára közömbös az általa feldolgozott adatok eredete – speciális effektek és számítógépes képek megalkotását is jelenti. Valójában mit jelent tehát a „mobiltelefon kamerájával készített” vagy „rögzített” kifejezés? Mint ahogy az a fentebb említett torontói Mobifest kategóriáiból is kiderül, a különböző mobiltelefonos filmfesztiválokra részt vevő alkotások gyakran kamera nélkül, teljes egészében számítógépen megalkotott animációs filmek.

Amennyiben a rögzítési és utómunkálati technikák alapján nem lehet egyértelműen elkülöníteni a mobiltelefonos filmeket más típusú filmekről, elképzelhető, hogy „a mobiltelefonra készült filmeket” kellene ezzel a terminussal jelölni. A „zsebfilm” [*pocket cinema*] kifejezés is mintha ezt erősítené, hiszen megidézi a „zsebkönyvek” – mai nevükön puha kötésű könyvek – hordozhatóságát, könnyen emészthetőségét. Természetesen bármilyen könyvet ki lehet adni mind kemény kötésben, mind zsebkönyv-formátumban, és számos klasszikus szöveg jelent meg, szélesebb olvasóközönséget megcélözva, olcsó, zsebkönyv-kiadásban. Mivel a zsebkönyvet arra találták ki, hogy könnyedén magunkkal vihessük bárhová, és a hosszú, koncentrált olvasásnak nem igazán kedvező körülmények között is olvashassuk, például munkába utazás közben, a

zsebkönyvek hozzájárultak a könnyen emészthető, igen közhelyes és felejthető irodalmi stílusok – krimi, thriller, kalandos, horror vagy romantikus szerelmi történetek – elterjedéséhez. Annak ellenére, hogy ezeket a stílusokat nem kizárólag puha kötésben adták ki, mégis ennek a formátumnak a prototípusát képviselik, s erről bármelyik reptéri könyvesboltban megbizonyosodhatunk. Ugyanakkor ezen műfajok dominanciája a zsebkönyv-részlegben sokkal inkább magyarázható a különleges körülmények között történő olvasás megkönnyítését célzó, pragmatikus elgondolásokkal, mintsem a gyártás során alkalmazott anyagokkal és technológiákkal.

Vajon ugyanez elmondható a „zsebfilmekről”? Elvileg bármilyen filmet le lehet játszani mobiltelefon vagy más hordozható eszköz képernyőjén. Az Apple (amerikai) iTunesStore-ja például filmeket, televíziós show-műsorokat, videoklipeket és számítógépes játékokat is ajánl iPhone-ra, iPodra és iPadre történő letöltésre és lejátszásra, implicit módon bizonyítva, hogy a mobiltelefonos filmek sem most, sem korábban nem korlátozódtak a mobiltelefonra, bár csak ez utóbbi alkalmas filmnézésre és -készítésre egyaránt. Mégsem hívta soha senki ezeket a letölthető tartalmakat „mobil-” vagy „zsebfilmnek”, még akkor sem, ha kimondottan iPhone vagy iPad formátumban kaphatók. A legtöbb ilyen filmet, televíziós show-műsort és videoklipet moziban vagy televízión történő megtekintésre, esetleg a filmvásznon elérhető minőséggel hamarosan versenyre kelő, nagy felbontású, hatalmas képernyős házimozis technológiára készítették. Ugyanúgy, ahogy a zsebkönyvek esetében már láttuk, részben technológiai, de főként pragmatikus okokból kifolyólag, ezek az audiovizuális tartalmak, bár elvileg lejátszhatók mobil eszközön, mégsem tekintendők zsebfilmeknek.

Bár a mobil eszközöket általában high-tech eszközként árusítják, és akként is tekintünk rájuk, képminőségük jócskán elmarad a moziban, televízión vagy akár a számítógép képernyőjén megszokott minőségtől. Az LCD és plazma televíziók képernyőjéhez vagy a mozivásznonhoz képest a mobiltelefon jóval kisebb méretű és viszonylag kis felbontású, alacsony képváltási frekvenciával, valamint szűk színtartományú képernyővel rendelkezik. Emellett mobiltelefonon vagy más hordozható eszközön általában „menet közben” nézünk filmet, hasonlóan ahhoz, ahogyan zsebkönyvet olvasunk; vagyis, repülőgépre, vonatra vagy buszra várva, utazás közben, nyaralás alatt, a tengerparton. Olyan helyzetekben tehát, amelyek nem igazán kedveznek annak, hogy teljesen belemerüljünk egy játékfilm fiktív világába vagy egy dokumentumfilm hosszas fejtegetésébe. Leginkább azért, mert egymással versengő élmények sokasága jellemzi ezeket a helyzeteket: figyelmünket elterelő események, emberek, figyelmet követelő feladatok, nem megfelelő fényviszonyok, például túl erős napsütés.

Csábító lenne ezeket a technológiai és pragmatikus kötöttségeket a mobiltelefonos film megkülönböztető jegyeit meghatározó, médiumspecifikus esztétika jellemzőiként azonosítani. A mobiltelefonos filmek korai időszakában már történtek – tipikusan modernista – kísérletek ezen jellemzők azonosítására. Például Juliana Pierce, ausztrál újmédia tanácsadó és producer, a „negyedik képernyő” nevet adta a mobiltelefon kijelzőjének, azt sugallva, hogy a film a mozivásznon, a TV és videó képernyője, valamint a számítógép monitora mellett egy újabb felületre bukkant. Pierce azt is megállapítja, hogy érdemes „kerülni a totálképek, svenkek,

térhangzás, hangulatvilágítás és a részletgazdag elemek alkalmazását a mobiltelefonos filmekben”. [1]

[1] Reinhard W. Wolf, német kritikus szerint a mobiltelefon kis méretű kijelzője szinte kötelezővé teszi a közeli használatát, miközben az alacsony képváltási frekvencia korlátozza a gyors vágást éppúgy, mint a szereplők és a kamera gyors mozgását. A szűk színtartomány pedig nagy és élénk színű felületek alkalmazását teszi szükségessé. [12] Továbbá a zsebfilmeket nem érdemes bonyolult hanghatásokra, párbeszédre építeni, mivel a mobiltelefonok hangkapacitása szintén szerény a mai mozitermek és házimozik hi-fi felszereléséhez képest, de a mobiltelefonos filmnézést gyakran jellemző zajos környezet miatt sem. Figyelembe véve a mobiltelefonos filmnézés leggyakoribb körülményeit, valamint a különböző technológiai kötöttségeket, például a legtöbb mobil eszköz korlátozott tárolókapacitását vagy a vezeték nélküli internetes kapcsolat (már ha egyáltalán elérhető) sáv szélességét, egyáltalán nem meglepő, hogy a korai kritika az egyszerű történet-szövésű, rövid filmeket preferálja, világos, ám meglepő befejezéssel. Joe Miale, ausztrál filmrendező úgy fogalmaz, hogy a nagyon rövid film ne karakter-, hanem „karikatúraközpontú” legyen. [13]

Ezen ajánlások alapján Isabella Rossellini minisorozata, a nyolc, nagyon rövid részből álló *Green Porno* [14] tökéletes zsebfilm. Rossellini egy rovarpár hím tagját alakítja, és elmagyarázza, majd bemutatja, hogyan közöskül az adott faj. Egyszerű, élénk színű jelmezeket visel, a díszlet szintén egyszerű és élénk színű. A leginkább talán gyerekrajzra emlékeztető képeken pedig mintha keveredne az élőszereplős és az animációs látvány. Minden rész a szexuális aktus beteljesedésével, s esetenként annak halálos következményeivel ér véget, mindig világos, időnként vicces, s mindenképpen meglepő fordulatot hozva. A gyerekes forma és a felnőtt tartalom játékos dialektikája, az ökológiai nevelés és a pornográf kíváncsiság ötvözése révén a *Green Porno* a mobil eszközök új, ám technológiai szempontból éretlen „negyedik képernyője”, valamint felnőtt megfelelői, a mozi és a televízió közötti feszültséget allegorizálja.

n, profi felszereléssel rögzítették, és nem kizárólag mobiltelefonos forgalmat nevet függetlenfilmes fesztiválokra szerzett, hozzáférni kizárólag streamingen, a Sundance Filmfesztivál internetes oldalán lehet, valamint – ahogyan a Tube-on. [15] Isabella Rossellini, az olasz neorealista rendező, Roberto Rossellini nő, Ingrid Bergmann lánya, olyan filmek révén vált ismertté, mint David Lean *Blue Velvet*, 1986] és *Veszett a világ* [Wild at Heart, 1990] című filmjei, illetve Jeroen Krabbé *Left Luggage* (1998) című alkotása. Így azután *Green Porno* címmel inkább tekintették a *film-ahogyan-ismerjük* típusú terméknek, mintsem a zsebfilmek mintájára – valami új előfutárának. Vagy a *Green Porno* ával: nem valami újat létrehozó, hanem reprodukáló formáról van szó.

nos kritikus és producer, például Pierce, Wolf vagy Miale számára a mobiltelefonos filmesztétika megkülönböztető jegyeit alkotják, ez az esztétika a hollywoodi film és az európai művészfilm tiszteletre méltó hagyományára

16

és formátumait. [17] Roger Odin, filmelméleti szakember egyrészt általánosságban, másrészt a *Imádkozó sáska* (*Praying mantis*). *Green Porno* (Isabella Rossellini, 2008) mobiltelefonos filmfesztiválok kapcsán beszél a mobiltelefonos filmek remediáló funkciójáról. Odin úgy véli, hogy a mobiltelefonos film remediálja a filmkép és a valóság közötti indexikus kötés elvesztését azáltal, hogy felhívja a néző figyelmét a digitális filmgyártás során alkalmazott anyagokra, technikákra és eljárásokra. Véleménye szerint a mobiltelefonos filmek ugyanazt képviselik a kortárs mainstream filmekhez képest, mint az avantgárd és az experimentális filmek a korabeli mainstream filmekhez képest. [18] A mobiltelefonos filmek legfontosabb funkciója az, hogy a kortárs digitális filmek nézőit emlékeztetik Godard-nak az előző évszázad hatvanas éveiből származó megfogalmazására: „Ce n'est pas une image juste; c'est juste une image” [a. m. „Nem egy pontos kép, pont csak egy kép”].

Bár a mobiltelefonos filmesztétika megalkotására tett kísérletek a lejátszásra szánt felület korlátaiban vagy a nézőre gyakorolt hatásban, nem pedig a gyártás módjában igyekeznek megragadni annak lényegét, az aktuális gyakorlatok és virtuális lehetőségek spektrumának egy szeletét azért lefedik. Egyrészt ezek a megközelítések a mobil eszközökön, illetve a házimozik képernyőjén vagy a filmszínházban történő filmnézés közötti felszínes hasonlóságok áldozatává válnak. Másrészt annak a modernista elképzelésnek a rabjai maradnak, mely szerint a médiatechnológiák saját, specifikus esztétikai tulajdonságokat és követelményeket hoznak létre. A digitális média perspektívájából közelítve, a mobiltelefonos filmek azonban teljesen más fényben kezdenek feltűnni.

Mozgóképek: a képek mozgásban

Pierce „negyedik képernyő” fogalma nyomán, Alex Munt kritikus a mobiltelefon kijelzőjét a számítógép képernyőjével együtt az S, vagyis kicsi [*small*], a nagyképernyős televíziót az M, vagyis közepes [*medium*], a 2D-s mozivásznat az L, vagyis nagy [*large*], míg az Imax mozik 3D-s vásznát az XL, vagyis az extra nagy [*extra-large*] kategóriába sorolta. [19] Egy másik kritikus, Ted Brown újabb besorolást javasol: az első kategória az analóg mozivásznat; a második az elektronikus televízió-képernyő; s a harmadik a digitális mobiltelefon-kijelző. [20] Ezek az osztályozások, akár a méretet, akár a technológiát veszik számításba, elsősorban arról tanúskodnak, mennyire hiábavalóvá, átmenetivé és ingataggyá vált bármilyen besorolás, mióta a vetítívásznat és a képernyő elhagyta eredeti otthonát, a mozit és a nappalit. Mára a képernyő mindenhol jelen van olyannyira, hogy bármilyen, a mozivásznat kiindulópontként elgondoló kategorizáció a mozi privilegizált státuszát megőrizni kívánó, reménytelenül elavult igyekezetnek tűnik.

Sokkal beszédesebb mindaz, ami kimarad az osztályozásból: a „nagyvárosi kivetítők”, vagyis azok a hatalmas, dinamikus hirdetőtáblák, amelyek egyre nagyobb számban díszítik városaink köztereit, utcáit, tereit; „tűzfalakon” vagy épületeken elhelyezett videofalak; köztereken, tömegközlekedési eszközökön tájékoztatás, reklám vagy szórakoztatás céljából felszerelt nagy képernyők; rock-koncertek vagy sportesemények alkalmával használt videofalak; a navigációs rendszerek kis képernyője; DVD-lejátszók és játékkonzolok autóban vagy hajón, hogy csöndben maradjanak a gyerekek, hogy elfoglalják magukat a vendégek. Audiovizuális információval „kiterjesztett” terekről ma már nem csak a Times Square és a Piccadilly Circus jut eszünkbe. Ha véletlenül nincs egyetlen képernyő sem a közvetlen környezetünkben, akkor még mindig elővehetjük a mobiltelefont, az iPodot vagy az iPadet.

A fentebb említett osztályozásokra jellemző szelektív vakság oka kézenfekvő: a kiválasztás elsődleges kritériuma nem a méret vagy a technológia, hanem a tartalom. A kategóriák csak filmek – játékfilmek vagy nagyon rövid filmek – nézésére alkalmas képernyőkre vonatkoznak. Vagyis nem képesek lefedni a kortárs képernyők és tartalmak sokszínűségét, és így arra mutatnak rá, mennyire szűklátókörűvé válik az, aki a már létező – s éppen „remediatizáció” előtt álló – média perspektívájából közelíti meg az újmédiát. A képernyők burjánzását tapasztaljuk az otthonokban, irodákban, bevásárló központokban, stadionokban, múzeumokban, bárokban, várókban, repülőtereken, vonatállomásokon, buszokon, repülőkön és vonatokon. Változatos formájú és méretű képernyők lepik el a privát szférát és a köztereket egyaránt. Ahogy a mozgókép elhagyja eredeti lakóhelyét, a mozit és a nappalikat, ez utóbbiak egy megjelenítési felületté válnak a sok közül. Ezekkel a változásokkal párhuzamosan, a mozgókép új formákkal és funkciókkal gazdagodik. A játékfilmek és televíziós show-műsorok a jelenkori „vizuális kultúra” ikonjává vált, mindenütt jelen lévő, multifunkcionális mozgókép sajátos esetét képviselik.

Ironikus módon, a mozikból és a nappaliból kilépve, a mozgókép gyakran kerül szembe

technológiai, gyakorlati és pragmatikus korlátokkal, melyek a már említett kritikusok, Pierce, Miale és Wolf által a zsebfilmek esetén azonosított kötöttségekhez hasonlíthatnak. Az óriáskivetítőkön – például *image skineken* és nagyvárosi kivetítőkön – megjelenített képek esetében gyakran nem megfelelőek a fényviszonyok, zajos a közvetlen környezet, és még a járókelők figyelméért is meg kell küzdeni, hiszen azt könnyen elvonják a különböző történések, utcai incidensek, a forgalom vagy éppen a többi képernyő. A viszonylag alacsony felbontás, képváltási frekvencia és a rossz megvilágítás miatt ugyanúgy nem ajánlatos részletgazdag képeket, panoráma-tájképeket, finom színeket, gyors vágásokat és kameramozgásokat alkalmazni, mint a mobiltelefonos filmek esetében. Ráadásul ezek a képek általában nélkülözik a hanghatásokat, hiszen azokat úgymint elnyelné a zajos városi környezet, legfeljebb csak fokoznák az egyébként is jelentős hangzavart.

Mindezek mellett a városi járókelők figyelme talán még rövidebb, mint a mobiltelefont használóké. A város lakó „úton van”, és meg kell osztania figyelmét az őt érő, számos érzékszervi, társadalmi és kereskedelmi benyomás között: kognitív és perceptuális értelemben egyszerre több feladatot „lát el”. A mobiltelefon esetében már megfigyelt okokból kifolyólag tehát fontos, hogy az ilyen képernyőkön sugárzott tartalom rövid, világos, könnyen érthető legyen. Az animációk, reklámfilmek és nagyon rövid filmek felelnek meg leginkább az óriásképernyők kívánalmainak. Vagyis a mobiltelefonos filmek esetén tapasztalt kötöttségek nem specifikusan az adott technológiához vagy a kijelző méretéhez, sokkal inkább a mozgókép befogadásának praktikus körülményeihez köthetők. Következésképp, azok a műfajok, amelyek hagyományosan csak marginális szerephez jutottak a mozivászon és a televízió képernyőjén, dominánssá váltak az óriás- és a miniképernyőkön. Az animációk, videoklipek és reklámfilmek mainstream szerepkörbe kerültek.

A világot benépesítő képernyők sokasága ma már nem csak filmeknek ad otthont, ahogyan azt a filmszínházakban megszokhattuk. A mobiltelefonok és számítógépek képernyőit elsősorban akkor használjuk, ha gépelünk, SMS üzeneteket vagy e-maileket írunk, írott vagy fényképes jegyzeteket készítünk, interneten keresgélünk, játszunk, számításokat végzünk, térképeket tanulmányozunk vagy telefonszámot, lakcímet keresünk. Mind az óriásképernyőket, mind a mobiltelefonok vagy egyéb hordozható eszközök miniképernyőit – ugyanúgy, ahogy az asztali gépek vagy laptopok képernyőit – arra használják, hogy szöveges üzeneteket, grafikákat, animációkat, fényképeket, térképeket, rajzokat, híreket, reklámokat, szórakoztató tartalmakat, közlekedési információkat jelenítsenek meg, nagyméretű nyilvános eseményeken instruálják a tömegeket, sporteseményeket és politikai gyűléseket közvetítsenek, valamint műalkotásokat, „zsebfilmeket” és egyéb, a szélesebb közönségnek bemutatkozni vágyó emberek által készített és feltöltött tartalmakat tekintsenek meg.^[21]

Természetesen a különböző tartalmak általános együttélését a médiumok többségének a digitalizálása tette lehetővé. Mivel ezek ugyanúgy az egyesekből és nullákból álló, digitális nyelvet „beszélnek,” nem csupán együtt élnek, de újabb és újabb konfigurációkba rendeződnek, boldogan vegyítve vagy cserélgetve a korábban egy-egy médiumot jellemző tulajdonságokat, eljárásokat,

formákat és formátumokat. A digitális technológiák révén a számítógépek a manovichi „metamédiummá” váltak, s nem csak a „filmművészetet, animációt, számítógépes animációt, speciális effekteket, grafikus designt és tipográfiát”, hanem a korábban „autonóm” médiumok „alapvető technikáit, munkamódszereit, reprezentációs és kifejezési módjait” is vegyítik. [22] A grafikus felhasználói felületnek (GUI) köszönhetően, addig tipikusan a filmművészetben használt eljárások, például a zoom vagy a svenk, szinte minden más alkalmazás számára is elérhetővé vált. A számítógép képernyőjén ablakokban megjelenített tartalmak a felhasználóknak lehetőséget adnak arra, hogy kedvük szerint fel- vagy legörgethessenek, jobbra vagy balra svenkeljenek, adott részletekre rázoomoljanak. Bizonyos értelemben tehát minden médium „mozgóképpé” vált.

Maga a film is hatalmas változásokon ment keresztül ebben a hibridizációs folyamatban. Ma már nagyon nehéz az élszereplős részeket megkülönböztetni az animációtól, a beállítások közötti éles vágások helyét átvették a képek közötti észrevehetetlen átmenetek, a vágás művészete pedig már nem a beállítások szelektálását és jelenetekbe rendezését, hanem azok szétbontását és újra összeállítását jelenti, pixelek és rétegek elemzését és dinamikus képekbe foglalását, melyek részleteit egymástól függetlenül, folyamatosan lehet változtatni, időbeli kötöttségek nélkül. A filmtörténet kezdetei óta a beállítást vagy az állóképet tekintik a filmnyelv alapegységének, ám a digitális képfeldolgozás mindkettő jelentőségét csökkentette. Nehéz dolga lenne annak a filmszemiotikusnak, aki Christian Metz híres, nagy szintagmatanáját – az egyértelmű időbeli és térbeli diszkontinuitások alapján beazonosított filmszegmensek taxonómiáját – szeretné a mai filmekben alkalmazni. [23] Beállítások, jelenetek, a vágás hagyományos módjai nem tűntek ugyan teljesen el, a kortárs hollywoodi filmek jelentős része alkalmazza ezeket, de ma már ez csak egy lehetőség, a „narratív módszerek” egyike a sok közül.

Az úgynevezett „PowerPoint film” jól példázza a hagyományos és új narratív módokat vegyítő „metafilm” kategóriáját. A leghíresebb, minden bizonnyal, Al Gore grafikonokat, térképeket, statisztikai adatokat, fényképeket, rajzokat és filmképeket is tartalmazó, *Kellemetlen igazság* (An Inconvenient Truth. Davis Guggenheim, 2006) című filmje; Michael Wels YouTube-on közzé tett oktatófilmjei, a *The Machine is Us/Ing Us* (2007) és az *An Anthropological Introduction to YouTube* (2008) szintén jó példák. [24] Nem meglepő módon, a PowerPoint filmek mobiltelefonos filmsz fesztiválok is szerepelnek. Példaként említhetjük David Bakker *A Short History of Nearly Everything* (David Bakker, 2008) című, Bill Bryson 624 oldalas könyvét négy percben összefoglaló filmjét, mely szerepelt a 2008-ban megrendezett groningeni *Viva La Focus* fesztiválon. Az *Objet à usages multiples* (Delphine Marceau, 2008) című, viszonylag hagyományos módon rögzített és vágott mobiltelefonos film a különböző médiák fentebb említett konvergenciáját kifigurázva, hétköznapi használati tárgyakkal az eredetétől eltérő funkcióban történő használatát mutatja be. Természetesen maga az okostelefon is ezek közé tartozik manapság. [25]

Sok más példa közül kiemelem még Henry Reichold *Free Run* című, a 2007-es párizsi *Festival Pocket Films* alkalmával bemutatott, „remix” mobiltelefonos filmjét. [26] A londoni metróból kilépő és a kamera irányába sétáló utazó tömeget ábrázoló dokumentarista nyitókép után a város nevezetességeit és forgalmát bemutató mozgó- és állóképeket, filmeket, fényképeket, animációkat,

rajzokat és képeslapokat látunk, ahogy a főszereplő átgördeszkázik a városon. A film ügyesen foglalja össze a filmtörténetet: a Lumière-testvérek *A munkások kilépnek a gyár kapuján* (Sortie des usines Lumière, 1895) című, az ipari kort summázó filmjére nyilvánvalóan utaló nyitójelenettől kezdve, a film remix-jellegén át, az erősen individuális, egyéni és szubjektív gördeszkás mozgásformáig, ami a posztindusztriális és posztmodern érárt jelképezi, valamint a kor digitális és kommunikációs technológiáit, amelyek által megjelenítődik. A *Free Run* azt szemlélteti, hogy manapság ugyanúgy létre lehet hozni mozgóképet számítógéppel, mint kamerával, sőt még annál inkább. Ugyanakkor, bár mobiltelefonos filmfesztiválon mutatták be, a filmet bizonyára nem mobiltelefonnal vették fel, és arra sincs okunk, hogy azt feltételezzük, mobiltelefonos lejátszásra készült. A *Free Run* voltaképpen nem más, mint a filmművészet „zsebtörténete”.

A PowerPoint filmek ugyanakkor más értelemben is példázzák azt, ahogyan a „film elhagyja a mozit”. A moziterem falain kívül a (vegyes) mozgóképek fő funkciója már nem a történetmesélés, nem olyan karakterek bemutatása, akivel a néző azonosulni tud, nem olyan események, kalandok és románcok ábrázolása, melyekbe a néző belemerülhet. Épp ellenkezőleg, a mozi falain kívül a mozgókép feladata, hogy tájékoztasson, szórakoztasson, elcsábítson, hatást gyakoroljon, meggyőzzön, vagy éppen sokkoljon. Vagyis legfontosabb feladata már nem a reprezentáció, hanem a kommunikáció. A mozgókép a városi és építészeti környezet részévé vált, melyben a „Las Vegas-i lecke” – miszerint az épület megjelenése nem az épület szerkezetét és funkcióját mutatja meg, ahogyan azt a modernista építészet alapelvei diktálnák, hanem elsősorban a kommunikációt szolgálja – már általános tudássá vált, a kommunikáció pedig előbbre való, mint a reprezentáció. ^[27]

¹ Mivel a városi és hétköznapi környezet tele van a figyelmünkért versengő ingerekkel, a filmszínházakon és a nappalikon kívül jobb, ha a képernyők nem összetett, inkább feltűnő módon kommunikálnak. Eisenstein elképzelése a montázsról, mint a néző „arculcsapása”, relevánsabb a kortárs vizuális kultúrában, mint a valós reflektív feltárásként elgondolt bazini filmkép. És mivel a képnek először is önnön jelenlétét kell kommunikálnia, ezért a médium, szó szoros értelemben, üzenetté vált.

A *keitai*, vagyis a 3G telefonok használata terén, Japánban és más Délkelet-ázsiai országokban, például Dél-Koreában végzett kutatások arra jutottak, hogy a felhasználók azért küldenek fényképet vagy videót kortársaiknak, családtagoknak vagy kollegáknak, hogy tanácsot kérjenek ruhavásárláskor, segítséget egy megoldandó feladathoz, hogy felhívják a figyelmet egy érdekes vagy szórakoztató történetre, vagy egész egyszerűen tudassák a másikkal, hogy gondolnak rá. Gyakran maga a tartalom nem is annyira lényeges, sőt elhanyagolható az üzenettel kifejezni kívánt szándékhoz képest: a kommunikáció előbbre való, mint a reprezentáció. ^[28] Mindennek persze megint csak kevesebb köze van a képek létrehozásához és megosztásához használt médiumhoz vagy technológiához, mint azokhoz a pragmatikus és gyakorlati körülményekhez, amelyek között terjednek és kommunikálnak ezek a képek.

iPhone és Youtube

Hová soroljuk a mobiltelefonos filmet a filmtípus vagy a filmes műfaj tekintetében? Először is eléggé egyértelműnek tűnik, hogy a mobiltelefonos film a médiumokra általában kiterjedő „remediatizációs” folyamatban vesz részt, amely nem korlátozódik a filmre. A mozgókép a digitális metamédium nyersanyagává vált: minden más médiummal keveredhet, vegyülhet, ráadásul gyártása, tárolása, forgalmazása és bemutatása már nem kötődik specifikus csatornákhöz, felületekhez. Vagyis a mobiltelefonos filmek nem feltétlenül mobiltelefon kamerájával készülnek: a mobiltelefonos filmfesztiválokra részt vevő alkotások jó része tartalmaz számítógép-generálta animációt, speciális effektet, nem filmes képből, grafikából, szövegből és tipográfiából álló kollázst. A mobiltelefonos filmek nem is kizárólag mobiltelefonon történő lejátszásra készülnek. Mivel a mobilkijelzők más, nem moziban található képernyőkhöz hasonló technológiai és pragmatikus korlátokkal bírnak, ezek a filmek ugyanúgy megjelenhetnek a nagyvárosi óriásképernyőkön, *image skineken*, tömegközlekedési eszközökön felszerelt monitorokon, hordozható eszközökön, közterületen vagy bevásárlóközpontokban elhelyezett kijelzőkön. A mobiltelefonos filmfesztiválok fokozatos visszaszorulásának egyik oka talán éppen abban rejlik, hogy a mobiltelefonos film beolvad az általános digitális médiakultúrába.

A mobiltelefonos filmfesztiválok résztvevőinek „szociológiai” háttere kevésbé tanulmányozott aspektus. A szervezők és a zsűritagok általában médiszakemberek: filmrendezők vagy producerek, filmkritikusok vagy filmmúzeumok kurátorai. A versenyfilmek jelentős részének formátuma, megjelenése és kvalitásai messze nem amatőr filmesekre utalnak. Bár a résztvevők szakmai háttéréről ritkán esik szó, a címek, a kompozíció, a vágás, a hangeffektek és a technikai kvalitások arra engednek következtetni, hogy az indulók szakmai képzésben részesültek, és rendelkeznek némi tapasztalattal a forgatókönyv, a színészek irányítása, a színrevitel, a filmes felszerelések és a vágó szoftverek használata terén egyaránt. Érdekes tehát ebből a szempontból is összevetni a különböző fesztiválokra, például a brüsszeli *Cinépoche*-en vagy a párizsi *Festival Pocket Films*-en szereplő alkotásokat a groningeni *Viva la Focus* résztvevőivel. Míg az első két fesztiválon inkább profi alkotásokat láthatunk, Groningenben elsősorban a régióban élő középiskolások és fiatalok által készített alkotások tekinthetők meg. A két, különböző típusú fesztivál körülbelül úgy viszonyul egymáshoz, mint a Vimeo a YouTube-hoz. Vagyis, az egyik esetben szakmabeliek által irányított fesztiválról beszélünk, míg a groningeni esemény inkább egy mindenki előtt nyitott platform, ahol a részt vevő alkotásokat nem szűrik szakmai szempontok alapján. Talán nem véletlen, hogy a filmfesztiválokra nevezett alkotásokat általában nem lehet a YouTube-on megtalálni.

Amennyiben tehát a mobiltelefonos filmfesztiválok legfontosabb funkciója az új filmkészítési módok a hagyományos filmművészetbe történő integrálása, úgy tűnik, hogy e fesztiválok eleve veszített csatát vívnak. A mobiltelefonos filmek a digitális média világot gazdagítják, s ilyen értelemben ezek az alkotások nem tekinthetők a filmművészet valamiféle kiterjesztésének vagy

toldalékának. Emlékezzünk csak Odin megjegyzésére, aki szerint a „zsebfilmek közönsége” tudatos nézőkből áll, akik a kortárs mainstream alkotásokhoz a gyártási eszközök és technológiák mentén közelítenek. Ez azt jelenti, hogy a mobiltelefonos filmek és fesztiválok olyan játszóteret vagy gyakorló terepet biztosítanak a jövőbeli filmrendezők és nézők számára, ahol mindenki begyakorolhatja a digitális metamédium jelentette jövőbe vezető, látványos „free run” elemeket. Ha ezt elfogadjuk, akkor a mobiltelefonos filmfesztiválok utat mutatnak a jövőbe, fokozatos térvesztésük pedig saját sikerük jele.

Másfelől viszont a mobiltelefonos filmfesztiválok határvonalat is igyekeznek húzni a professzionális filmkészítés és a legmarkánsabban a YouTube által képviselt, egyre népszerűbb *csináld magad* filmes kultúra közé. Alapvető üzenetük ugyanis az, hogy bár gazdasági és elvi síkon a filmkészítés gyakorlata ma már mindenki számára hozzáférhető, érdekes filmek készítéséhez nem elég egy mobilkamera és egy olcsó, felhasználóbarát szoftver. Annak ellenére tehát, hogy bárki nevezheti alkotását, mégis igyekeznek kizárni a professzionális filmkészítők soraiból az ajtajukon kopogtató amatőröket. S ez egyfajta, a YouTube-ra adott válaszként is értelmezhető. Egyelőre még a jövő titka, hogy a mobiltelefonos filmfesztiválok visszaszorulása azt mutatja-e, hogy ez a csata is elveszett.

[A szöveg eredeti megjelenési helye: Jan Simons: Between iPhone and YouTube: Movies on the Move? In *Video Vortex Reader 2: Moving Images Beyond YouTube*. Szerk. Geert Lovink és Rachel Somers. Amsterdam, Institute of Network Cultures, 2011. 95-107.]

Fordította Karácsonyi Judit

A fordítást ellenőrizte Füzi Izabella

Jegyzetek

1. conScoreReleases 2010. május U.S. Online Video Rankings.
2. Terdiman, Daniel: A Celebration of Cell-Phone Film. *Wired*, 2004. augusztus 30.
<http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2004/08/64698>;
3. Cinema at your fingertips. *Festival Pocket Films Paris*, 2005.
<http://www.festivalpocketfilms.fr/english/archives-98/article/2005-edition>.
4. Más filmek szintén maguknak vindikálják „az első játékfilm hosszúságú, teljes egészében mobil kamerával felvett filmnek” járó tiszteletbeli címet. Példaként említhetjük a holland rendező, Cyrus Frisch *Why Didn't Anybody Tell Me It Would Become This Bad in Afghanistan* (2007) című filmjét. Az első, kizárólag mobiltelefonon terjesztett fontosabb film pedig (állítólag) a Sally Potter 2009-ben forgalomba hozott *Rage* című alkotása. A bizonytalanságot valószínűleg az SMS *Sugar Man* 2005. decemberi forgatása és 2008-as forgalmazása közötti időbeli eltérés okozza.
5. Létezett egy igen rövid életű Dogma Mobiltelefonos Nemzetközi Filmfesztivál. A Dogma és Lars von Trier kapcsán ld. Simons, Jan: *Playing The Waves: Lars von Trier's Game Cinema*. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2007.
6. Keen, Andrew: *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture*. New York, Doubleday, 2007.

7. Mobile Film Festival: <http://de.mobilefilmfestival.com/teilnahmebedingungen.php>; Festival Pocket Films: www.festivalpocketfilms.fr/rubrique.php?id_rubrique=4&var_mode=recalcul; Mobifest: <http://www.mobifest.net/home/>.
8. <http://www.festivalpocketfilms.fr/archives/edition-2005/>.
9. Odin, Roger: Le „Pocket Film Spectateur”. *Festival Pocket Films*, 2009. <http://www.festivalpocketfilms.fr/communaute-42/reflexions/article/le-pocket-film-spectateur-par>.
10. <http://cinepocket.lescorsaires.be/spip.php?article40>.
11. Pierce, Juliana: Feature: The Fourth Screen. *Off The Air: Screenrights' Newsletter*, 2005. augusztus. <http://www.screen.org/pdfs/about/offtheair/2005/ota0805.pdf>.
12. Wolf, Reinhard W.: Micromovies – Kurzfilme für die Westentasche, Teil 1. *Shortfilm.de Das Kurzfilmmagazin*, 2006. január 2. <http://www.shortfilm.de/index.php?id=414&L=0&O=>.
13. Terdiman idézi, in *A Celebration of Cell-Phone Film*. A mobiltelefonos filmezés „alapjairól”, ld. még: Curry, Neil: Film-maker Shares Secrets of Great Mobile Phone Movies. *CNN*, 2009. március 20. http://articles.cnn.com/2009-03-20/entertainment/mobilemovies.toptips_1_mobile-phone-video-quality-regular-camera?-s=PM:SHOWBIZ.
14. *Green Porno* (Rossellini, Isabella, Shapiro, Jody és Rick Gilbert (producerek), USA, 2008.) <http://www.sundancechannel.com/greenporno/>.
15. http://www.youtube.com/watch?v=mkm3CCX1_xk.
16. Az érvéles aktuálisabb megfogalmazását ld. Benoît Labourdette: *Tournez Un Film Avec Votre Téléphone Portable*. Editions Dixit, 2008.
17. A remediáció [*remediation*] fogalma Jay David Boltertől és Richard Grusintól származik. In *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 1999. Magyarul lásd A remediáció hálózatait. Ford. Babarczy Katica. *Apertúra*, 2011. tavasz. URL: <http://apertura.hu/2011/tavasz/bolter-grusin>
18. Odin: i.m.
19. Munt, Alex: S, M, X, XL: The Question of Scale in Screen Media. *Flowtv* 6.8, <http://flowtv.org/?p=809#>.
20. Brown, Tod: Isabella Rossellini Does Bug Porn. *Twitch*, 2008. január 1. <http://twitchfilm.net/site/view/isabella-rossellini-does-bug-porn/>.
21. Lásd Beekmans, Jeroen: Turing Times Square Into Art Square. *The Pop-Up City*, 2009. december 21. URL: <http://popupcity.net/2009/12/turning-times-square-into-art-square/>; Mirjam Struppek: Urban Screens – The Urbane Potential of Public Screens for Interaction. *Intelligent Agent*, 6. 2: Interactive City. URL: http://www.intelligentagent.com/archive/vol6_No2_interactive_city_struppek.htm.
22. Manovich, Lev: *Understanding Hybrid Media*. 2007. <http://www.manovich.net>.
23. Metz, Christian: *Essais Sur La Signification au Cinéma*, Tome 1. Paris, Klincksieck, 1983.
24. Welsh, Michael: *The Machine Is Us/Ing Us*, 2007. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>; *An Anthropological Introduction To YouTube*, 2008. URL: http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4_hU&feature=channel; Bakker, David: *A Short History of Nearly Everything*, 2008. URL: <http://www.vivalafocus.nl/archief/2008/films/a-short-history-of-nearly-everything-3gp>.
25. *Objets à Usages Multiples* (Delphine Marceau, 2008). URL : <http://www.festivalpocketfilms.fr/films/article/objets-a-usages-multiples>.
26. <http://www.festivalpocketfilms.fr/films/article/free-run>.
27. Venturi, Roberto, Brown, Denise Scott és Izenour, Steven: *Learning From Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 2001.
28. Ito, Mizuko, Okabe, Daisuke és Matsuda, Misa (szerk.): *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*

. Cambridge, Mass., The MIT Press, 2005.

Irodalomjegyzék

- Bolter, Jay David és Richard Grusin: *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 1999.
- Brown, Tod: Isabella Rossellini Does Bug Porn. *Twitch*, 2008. január 1. URL: <http://twitchfilm.net/site/view/isabella-rossellini-does-bug-porn/>
- Beekmans, Jeroen: Turing Times Square Into Art Square. *The Pop-Up City*, 2009. december 21. URL: <http://popupcity.net/2009/12/turning-times-square-into-art-square/>.
- Curry, Neil: Filmmaker Shares Secrets of Great Mobile Phone Movies. *CNN*, 2009. március 20. URL: http://articles.cnn.com/2009-03-20/entertainment/mobilemovies.toptips_1_mobile-phone-video-quality-regular-camera?-s=PM:SHOWBIZ.
- Ito, Mizuko, Daisuke Okabe és Misa Matsuda (szerk.): *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 2005. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5309.001.0001>
- Keen, Andrew: *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture*. New York, Doubleday, 2007.
- Labourdette, Benoît: *Tournez Un Film Avec Votre Téléphone Portable*. Editions Dixit, 2008.
- Manovich, Lev: *Understanding Hybrid Media*. 2007. <http://www.manovich.net>.
- Metekohy, Mark: YouTube Statistics. *Viralblog*, 2010. május 17. URL: <http://www.viralblog.com/research/youtube-statistics>.
- Munt, Alex: S, M, X, XL: The Question of Scale in Screen Media. *Flowtv*, 6.8. URL: <http://flowtv.org/?p=809#>.
- Metz, Christian: *Essais Sur la Signification au Cinéma*. 1. kötet. Paris, Klincksieck, 1983. Odin, Roger: Le „Pocket Film Spectateur”. *Festival Pocket Films*, 2009. URL: <http://www.festivalpocketfilms.fr/communaute-42/reflexions/article/le-pocket-film-pectateur-par>.
- Pierce, Juliana: Feature: The Fourth Screen. *Off The Air: Screenrights' Newsletter*, 2005. augusztus. URL: <http://www.screen.org/pdfs/about/offtheair/2005/ota0805.pdf>.
- Simons, Jan: *Playing The Waves: Lars von Trier's Game Cinema*. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2007. <https://doi.org/10.5117/9789053569795>
- Struppek, Mirjam: Urban Screens – The Urbane Potential of Public Screens for Interaction. *Intelligent Agent*, 6. 2: Interactive City. URL: http://www.intelligentagent.com/archive/vol6_No2_interactive_city_struppek.htm.
- Terdiman, Daniel: A Celebration of Cell-Phone Film. *Wired*, 2004. augusztus 30. URL: <http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2004/08/64698>.
- Venturi, Roberto, Denise Scott Brown és Steven Izenour: *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Cambridge, Mass., The MIT Press, 2001.
- Wolf, Reinhard W.: Micromovies – Kurzfilme für die Westentasche, Teil 1. *Shortfilm.de Das Kurzfilm-magazin*. 2006. január 2. URL: <http://www.shortfilm.de/index.php?id=414&L=0&O=>.

© Apertúra, 2019. tél | www.apertura.hu

webcím: https://www.apertura.hu/2019/tel/simons_az-iphone-es-a-youtube-kozott-a-filmek-mozgasban/

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.3>

Apertura.hu

Image not found or type unknown