

فناوری جدید و فرهنگ بصری

مارتین لیستر، جان دوی،

ست گیدینگز، لین گرت و کایرن کلی

مترجم: مقداد جاوید

چکیده:

در این مقاله بر چگونگی اثرگذاری فناوری‌های تازه بر تحولات فرهنگ بصری تمرکز می‌کنیم. پرسشی را مطرح می‌کنیم که دارای ابعاد اجتماعی است: فناوری‌های نو چگونه بر کیفیت تصویری که در فرهنگ بصری سابقاً فوق‌فناورانه ما تولید شده‌اند، اثر می‌گذارد، فرهنگی که در قرن بیستم به واسطه رسانه‌های بصری چون عکاسی، فیلم و سینمای روایتی، تلویزیون و ویدئو غلبه یافته است؟ این اثرگذاری چگونه می‌تواند تاریخ قدیمی حیات و فرهنگ تصاویر را متغیر سازد؟ هم‌چنین به این نکته دقت خواهیم کرد که نگاه طبیعت که به جای عملکردی زیستی به عنوان تجربه‌ای فرهنگی دانسته می‌شود و رابطه بین تماشاگر و تصویر، در حال عوض شدن است. آیا می‌توانیم از «شیوه‌های دیدن» جدیدی صحبت به میان آوریم که به موازات ظرفیت‌های تصویرسازی و خیال‌پردازانه رسانه نو در حال شکل‌گیری است؟ با نگاهی نسبتاً دقیق به دو نوآوری درصدد پاسخ‌گویی به سؤال‌های فوق هستیم: ساختمان محیط مجازی غرقه‌گر^۱ (immersive) و مفهوم واقعیت مجازی (virtual reality) و استفاده از تکنیک‌های دیجیتالی در تولید فیلم و نمایش سینمایی.

واژگان کلیدی: رسانه، فرهنگ، فناوری، مدرنیته، مجازی، دیجیتال.

۱- فرهنگ بصری

مطالعه فرهنگ بصری توجه‌مان را به آن نهادهای فرهنگی، اقتصادی، فنی و سیاسی معطوف می‌دارد که داشته‌های بصری در درون آنها ساخته می‌شوند و پخش می‌گردند. در مقام جمع‌بندی باید گفت که این مطالعات شامل نظریه پردازی در مقولات زیر است:

۱- نظام‌های دلالت، «زبان»، تجربیات و تکنیک‌هایی که یک فرهنگ در تولید امر بصری از

آنها استفاده می‌کند و توانایی اعضای آن [فرهنگ] در خواندن، رمزگشایی یا درک معنای این نشانه‌ها از دیگر طرق موجود؛

۲- کاربردها و ارزش‌های نگاه در فرهنگی خاص؛

۳- قدرتی که به واسطه توانایی دیدن (به صورتی که از لحاظ تاریخی و فرهنگی ویژه است) به تماشاگر (the seer) تفویض می‌شود و بر موضوع به تماشا درآمده (the seen) اعمال می‌گردد، این مهم به خصوص در ارتباط با کاربست قدرت از سوی یک طبقه اجتماعی، گروه قومیتی، یا یک جنس بر دیگری [دیگران] مورد توجه است؛

۴- چگونگی توسعه، تفصیل یا تحدید از پیش معلوم قلمرو امر بصری به واسطه فناوری‌ها (تلسکوپ یا میکروسکوپ)، رسانه (دوربین یا دستگاه پخش دی‌وی‌دی) و افکار یا ایدئولوژی‌ها (که به ما نشان می‌دهند چه چیزهایی را جست‌وجو کنیم). با توجه به "نظام‌های دلالت، زبان، تجربیات و تکنیک‌های" مشخصی که در تولید تصویر مورد استفاده قرار می‌گیرند، به فهم این نکته رهنمون می‌شویم که معنی یا مقصود تصاویر معین به دانسته‌ها و توقعات بیننده (سواد بصری او) بستگی دارد.

همچنین می‌توانیم با عنایت به آخرین مورد، نقشی را در نظر آوریم که وسایل بصری [آن را] ایفا می‌کنند. برای مثال تصاویر علمی بر [مجموعه‌ای از] رمزگان سواد بصری تکیه دارد که فوق تخصصی و محدود کننده است و مجسم‌کننده قدرت و اقتدار قابل توجهی می‌باشد. امروزه پزشکی به طور فزاینده‌ای مبتنی بر رژیم‌های بصری فنی است. اخیراً [و] با ظهور ژنوم انسانی، مصنوعات بصری علمی موقعیت تشبیه شده‌تری را به عنوان حکم در دست گرفته‌اند [آنها] با تبدیل شدن به وسایل جدیدی برای مکان‌یابی انحراف ژنتیکی، نه تنها درباره سلامتی که همچنین در باب «عادی بودن» اشکال انسانی به حکمیت نشسته‌اند. تکنیک‌های تصویری پیچیده‌ای که متضمن چنین تجربیاتی است، رواج و اقتداری خارق‌العاده را نصیب تصاویر علمی کرده است. در همین حال و در اثنای تجربیات مرتبط با تعلیم، آموزش و روابط جمعی، نمودارها و «نماد presentation»‌های کامپیوتری به طور روزافزونی در حال وجهه بخشیدن به مطالب «اساسی» دیدنی یا دانستنی و معرفی ایشان هستند (در عین اینکه آنها را تقلیل می‌دهند و ساده می‌کنند). پس روشن است که مطالعه فرهنگ بصری، رشته تحقیقی وسیع‌تری نسبت به تاریخ سنتی هنر است، چرا که خود را به طیف خاصی از تصاویر تاریخی و معاصر که توسط جامعه «هنری» تولید می‌شوند و استقرار می‌یابند، محدود نمی‌کند. اما این مطالعات حداقل در یک جنبه مهم، به تاریخ هنر شباهت دارد و آن عبارت است از اینکه در مطالعه فرهنگ بصری به این نکته دقت می‌شود که تلاش برای فهم پدیده‌ها و مصنوعات بصری، نیازمند رویه‌ها و چارچوب‌های مفهومی خاصی است. ساخت تصویر، دیدن آن، یا تجارب دیگری که با امر بصری همراه است و یا دریافت دنیای مادی، با تجربه نوشتار یا سخن یا آنچه که خواننده و شنیده می‌شود، هم‌سان نیست. امر بصری به شیوه‌ای متفاوت از کلام نوشتاری، از قدرت بهره می‌برد و حواس ما را درگیر می‌کند. به زبان ساده، امر بصری «زبان» دیگری دارد. گفته می‌شود که با انفجار

فناوری‌های تصویری و بصری در ابتدای قرن بیستم (صنعتی شدن و نفوذ عکاسی و سینما در بسیاری از حوزه‌های زندگی اجتماعی) به بازار آمدن تلویزیون و ویدئو و شکوفایی دیگری که در پایان قرن اتفاق افتاد (دیجیتالی شدن، تصاویر ماهواره‌ای، اشکال جدید تصویرسازی پزشکی، چند رسانه‌ای‌ها، واقعیت مجازی و غیره)، فرهنگ بصری نه تنها جزئی از زندگی هر روزه است بلکه خود «زندگی هر روزه است» (mirzoeff ۳: ۱۹۹۸).

۲- آیا می‌توان از یک فرهنگ بصری دیجیتال سخن گفت؟

هم‌اکنون با توجه به ورود فناوری‌های رسانه جدید به [عرصه] فرهنگ بصری معاصر، ناچار به پرسیدن سؤالاتی چند هستیم: «تحول شگرفی که در حال حاضر در نوع تصویرهایی که به دیده می‌آیند و در قدرت دیدن‌مان ایجاد شده است، تا چه حد به واسطه فناوری‌های تازه قابل توضیح است؟» برای مثال آیا می‌توان باور داشت که امکان غرقه شدن در محیط بصری سه بعدی، در بازی‌های D Imax^۲ از جای دیگری نشأت نمی‌گیرد؟ آیا این امکان به سادگی از رخداد فناورانه غیرمنتظره‌ای زاده می‌شود که روابط تاریخی‌مان را با تصاویر از هم می‌گسلد؟ در نهایت آیا مصرف رسانه بصری جدید و استفاده از فناوری‌های تصویری، نمونه روشنی از پیدایش «شیوه تازه دیدن» است؟

شیوه‌های دیدن

پیش از آنکه پاسخی چند را به پرسش‌های فوق بیازماییم، باید در ابتدا به دو مسئله توجه کنیم. اولاً زمینه‌های ناچیزی برای بحث در این باره وجود دارد که ممکن است به چیزی شبیه یک فرهنگ بصری دیجیتال متمایز، یا شیوه دیدن مرتبط با آن، که مستقل [از دیگر شیوه‌ها] عمل می‌کند، دست یابیم؛ [فرهنگ یا شیوه‌ای] که یک بار برای همیشه، جانشین فرهنگ‌های بصری تاریخی و پیچیده‌ای شود که از پیش وجود داشته‌اند و تهنشین شده‌اند. ثانیاً فناوری‌های رسانه‌ای یکپارچه نیستند و ممکن است استفاده‌ها یا نتایج متعددی داشته باشند. ما به نوبت به هر یک از این نکات خواهیم پرداخت.

در جوامع پیچیده (و به خصوص در جوامعی که فرایندهای مرکب و جهانی در آنها به کار می‌افتد)، فرهنگ‌های بصری، مجموعه ارزش‌های زیباشناختی و شیوه‌های دیدن متفاوت، در کنار یکدیگر همزیستی دارند. یک فرهنگ بصری به طور کلی جایگزین [فرهنگی] دیگر نمی‌شود. بلکه فناوری‌های مختلف تولید، انتقال و توزیع تصویر همزمان با یکدیگر حیات دارند و توجه ما را به طرق گوناگون جلب می‌کنند (برای مثال ما به سینما می‌رویم، در حالی که تلویزیون هم تماشا می‌کنیم) تلاش‌های تفکر برانگیزی به عمل آمده که از «شیوه‌های دیدن» غالب در یک فرهنگ صحبت به میان می‌آورد، اما مباحث و تحقیقاتی که بر اساس این گفته‌ها صورت گرفته است، قویاً به این واقعیت اشاره می‌کند که نمی‌توان از یک شیوه دیدن واحد در درون یک فرهنگ سخن گفت.

اکنون به خود فناوری نظر می‌کنیم. در اینجا نکته کلیدی این است که در حالی که امکان دارد بتوانیم بعضی مشخصه‌های ویژه فناوری‌های تصویری خاص را شناسایی کنیم امری که در بردارنده اشاراتی ضمنی به چگونگی کاربست آنها است باید دانست که این فناوری‌ها یکپارچه نیستند. به نقل قولی از لو مانویچ در باب سودمندی کلمه «وب سایت» توجه می‌کنیم: «نمی‌توان به استفاده از لغات فنی به مانند وب‌سایت به آسانی ادامه داد چرا که این کلمات را به گستره آثاری ارجاع می‌دهند که در محتوا و فرم با یکدیگر عمیقاً متفاوتند.» مانویچ تنها به ذکر نکته‌ای در باب زبان نمی‌پردازد، او تشخیص می‌دهد که www حتی در مدت زمانی نسبتاً کوتاه به طیفی از ژانرها شکل داده است و برای برآوردن اهداف متنوع مورد استفاده قرار می‌گیرد امری که ما را به اذعان به این مهم وامی‌دارد که معانی www با کاربرد ساده [واژه] «وب‌سایت» به درستی تشریح نمی‌شود.

۳- فناوری‌های تصویری جدید

پیشرفت‌هایی که اخیراً در عرصه فناوری کامپیوتر پدید آمده است، تکنیک‌های کامپیوتری و دیجیتالی را عمیقاً در پروسه دیدن ما وارد ساخته؛ استفاده از این [تکنیک‌ها] در تولید تصویر، که تاثیرات حیرت‌انگیزی را به جا گذاشته برخی مفسران را به اتخاذ این رای مجاب کرده است که ما شاهد پیدایش اشکال جدید کیفیت بصری و تغییر و تحولاتی در فرهنگ بصری هستیم. نسخه ظریف و تاثیرگذاری از این نگاه، در تک‌گفتاری از نظریه پرداز معروف فرهنگ بصری، جان اتان کریری که به کرات نقل شده است، دیده می‌شود: رسمیت یافتن و انتشار تصویرسازی کامپیوتری، حاکی از استقرار فراگیر «فضاهای» بصری مصنوع است که با ظرفیت‌های محاکاتی (mimetic) فیلم، عکاسی و تلویزیون کاملاً تفاوت دارد. این سه، حداقل تا میانه دهه ۱۹۷۰ عموماً اشکالی از رسانه آنالوگ بودند که هنوز با طول موج‌های نوری طیف و با نقطه دید ایستا یا متحرکی که در فضای واقعی قرار داشت، مطابقت می‌کرد. (crary: ۱، ۱۹۹۳)

کریری عقیده دارد که با باز شدن «فضاهای بصری» جدید، نگاه به «سطحی که از مشاهده‌گر انسانی جدا شده»، تغییر مکان داده است و این به آن معناست که «بیشتر کارکردهای مهم تاریخی که برای چشم انسان متصور بود، به وسیله تجربیاتی جایگزین می‌شود که در آنها تصاویر دیگر به موضع مشاهده‌گر در دنیایی واقعی که به واسطه نور دریافت می‌شود ربطی ندارد.» (crary: ۲، ۱۹۹۳) در نظر کریری صورت‌های مختلف نگاه فناورانه یا ماشینی به مثابه مدرکی است دال بر اینکه شکل به کلی تازه‌ای از فرهنگ بصری در حال شکل‌گیری است. او معتقد است که این تحول هم پایه گذاری است که «فصل بین تصویرگری قرون میانه و پرسپکتیو رنسانسی بود» (crary: ۱، ۱۹۹۳).

نکته کلیدی این است که فرهنگ بصری پیش روی ما از تصاویری ساخته شده است که به‌طور روز افزونی مرکب هستند و از اشیای خارجی مستقل می‌باشند؛ مرجع تصاویر یا علل مستقیم تولیدکننده ایشان به‌صورت دیجیتالی و به‌وسیله ماشین، با استفاده از داده‌های ذخیره و

الگوریتم‌هایی که عملیات تصویر را راهبری می‌کنند، پدید می‌آید. روشن است که می‌توان درباره این موقعیت به مانند کریری اغراق کرد. اما می‌توانیم به هشدار او [نیز] توجه کنیم: «شیوه‌های قدیمی و آشنای دیدن به موازات این اشکال جدید حیات دارند و به هم‌زیستی ادامه می‌دهند.» اگر قصد بر آن است که این پیشرفت‌ها را، مانند کریری، چیزی بیش از عملیات فناورانه بدانیم ناچار به طرح چند پرسش هستیم:

- عناصر پیوستگی تصویرسازی معاصر و سازمان‌بندی‌های دیرین امر بصری از چه قرار است؟

- چه اشکال یا صورت‌هایی پشت سر گذاشته می‌شوند؟

- ما شاهد چطور انقطاعی هستیم؟ (Crary 1993: 2)

این فرهنگ در حال رشد، که از تصاویر ترکیبی و مستقل تشکیل شده است با حالات، ژانرها و انتظارات گسترده انواع مختلفی از رسانه‌های قدیم که با استفاده از عدسی به کار می‌افتند به رقابت می‌پردازد. این رسانه‌ها عبارتند از دنیای داستانی سینما (که بر پرده شکل می‌گیرد)؛ گزارش‌های آشکارا دست اول و فوری متعلق به جهان پهناور رخدادها که از طریق تلویزیون به دست‌مان می‌رسد، شهادت مؤکدی که در فیلم مستند و عکاسی روزنامه‌نگارانه نثار واقعیت می‌شود، فریبایی‌های مصنوع و ناب عکاسی تبلیغاتی است.

۴- واقعیت مجازی غرقه‌گر

از میان نظریه‌پردازانی که درباره واقعیت مجازی به بحث پرداخته‌اند می‌توان به نظریه‌پردازان اجتماعی و سیاسی (Holmes 1997)، جغرافییدانان فرهنگی (Hillis 1996) هنرمندان، کارشناسان هنر (<http://www.artmuseum.net/w2vr/timeline/ascott.html>) و فلاسفه (Levy 1998) اشاره کرد. اما آیا VR یک رسانه «بصری» جدید است؟ واقعیت مجازی (VR) غرقه‌گر فاقد الگوی نهادینه و بسیار مدونی [برای] توزیع، نمایش یا استفاده است و به همین دلیل سخت است که بخواهیم آن را به عنوان یک رسانه در معنی مورد قبول آن توصیف کنیم. رسانه چیزی بیش از فناوری مورد اتکای خویش است [رسانه] همچنین یک تجربه است. یک جور کار ماهرانه است که روی مواد خام (به مانند کلمات، مواد عکاسانه یا مواد آنالوگ دیجیتال شده) انجام می‌گیرد و از قراردادهای، ساختارها و نظام‌های نشانه‌ای برای شکل دادن به معنی بیان افکار و انجام فعالیت‌ها بهره می‌جوید. در این معنی ایراد ادعایی مبنی بر اینکه VR روزی به مقام رسانه بر خواهد آمد در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد. به بیان دیگر اینکه آیا VR مانند رادیو، سینما یا تلویزیون به شکلی از ارتباط و بازنمود اجتماعی تبدیل خواهد شد محل پرسش است. در این جا نکته مهم آن است که نه نظرپردازی عمیق و نه قابلیت فناورانه صرف به خودی خود نمی‌توانند به قدر کفایت تضمین‌کننده این مطلب باشند که رسانه به روش‌هایی که در بالا تعریف کردیم به واقع پیامد فناوری خواهد بود.

دسترس‌پذیری اجتماعی VR

VR گاهی اوقات در زندگی [ما] به مدت کوتاهی ظاهر می‌شود و آن هم در جشنواره‌های هنری و رسانه‌ای با اهمیت و نمایش‌های تجاری است (که مدت‌زمان آن غالباً بیش از یکی دو ساعت نمی‌باشد). هر کدام از این وقایع یا «نمایشگاه»ها منحصر به فرد هستند و در زمان کوتاهی اتفاق می‌افتند. تماشاگر یا کاربر اگر می‌خواهد در واقعیت «مجازی» قرار گیرد باید به‌طور طنزآمیزی در نهاد یا مکان خاص (وگرانی) در دنیای واقعی حضور داشته باشد.

می‌توان این وضعیت را در مقابل حضور فراگیر کامپیوترهای شخصی قرار داد، می‌توانیم ادعا کنیم که PC برای «سرگرمی، ارتباط بین افراد، بیان حال و دسترسی به انواع مختلف اطلاعات» مورد استفاده قرار می‌گیرد و بنابراین «کامپیوتر به مثابه رسانه به کار گرفته می‌شود» (Mayer ۱۹۹۹: xiii). همچنین واضح است که چنین کاربردهایی به توسعه گونه‌های متفاوت (فرامتن، آموزش، سرگرمی و بازی) چارچوب‌های سازمانی (ارائه‌دهندگان خدمات، گروه‌های کاربری و آموزش کاربردهای نرم‌افزاری) و الگوهای مصرف (کاوشگری (browsing)، وب‌گردی، بازی کردن، شرکت در مجامع داخل خط (Online) و گروه‌های خبری منجر می‌شود. آنچنان که دیدیم در حال حاضر مشکل می‌توان چنین ویژگی‌هایی را به واقعیت مجازی (VR) غرقه‌گر نسبت داد. اهمیت VR به عنوان یک فناوری مرجع در جای دیگری نهفته است. همان‌گونه که پس از این بحث خواهیم کرد خصیصه مهم VR عبارت است از به چالش کشیدن تجارب تاریخی و پایدار تولید و دریافت تصویر و شرایط فناورانه‌ای که به فعالیت‌های بصری و [کنش‌های] گفتاری و بساواپی مربوط به آن استحکام می‌بخشند. ولی به دلیل اینکه واقعیت مجازی (VR) غرقه‌گر در معرض دسترسی همگان قرار ندارد مینا یا مدارکی که برای چنین ادعایی عرضه خواهد شد نیازمند واریسی دقیق است.

لازم است عمیقاً درباره استعاره‌هایی که با انرژی فراوان به دنبال دستیابی به طبیعت و معنای واقعیت مجازی (VR) غرقه‌گر هستند فکر شود. باید دانست که هنرمندان و تولیدکنندگانی که درگیر این فناوری هستند و نظریه‌پردازانی که در باب بی‌آیندهای آن به تفکر و مباحثه مشغول‌اند در این باره چه عقیده دارند. در آینده در این باب بیشتر سخن خواهیم گفت.

۱-۴- برخورد قلمروها: گوشه‌هایی از تاریخ عملیاتی VR

به نظر می‌رسد که VR بر آن است ته‌مانده‌هایی چون صفحه نمایش کامپیوتر، صفحه کلید و ماوس را (که از بقایای تلویزیون، ماشین‌های تحریر و کنترل‌های مکانیکی به شمار می‌روند) کنار بزند. آن‌گونه که ایوان سادرلند یکی از پیشگامان گرافیک و میانجی کامپیوتری غرقه‌گر (immersive computer interface) در دهه ۱۹۶۰ می‌گوید، ما باید «شیشه را بشکنیم و به ماشین داخل شویم» (نقل شده در Hillis ۱۹۹۶) یا به بیان جارون لانیه، یکی از طراحان متاخرتر نظام‌های VR: در VR «فناوری محو می‌شود» چراکه «ما در درون آن به سر می‌بریم» (نقل شده در Penny ۱۹۹۵: ۲۳۷).

نظریات سادرلند چراغ راه پروژه‌ای به نام آموزش دهنده پرواز پیوند (Link Flight Trainer) بود، پروژه‌ای که در آن «حس» اجزای [مختلف] هواپیمای آزمایشی که چنان حرکت می‌کرد انگار در برابر باد و فشار هوا قرار گرفته است، به صورت مکانیکی به کارآموز خلبانی بازخورنده می‌شود (fed back). سادرلند به هنگام کار روی شبیه‌سازهای پرواز از بسیاری از توفیقات [عرصه‌های] فناوری و ریاضیات کمک گرفت (Woolley ۱۹۹۲:۲۴-۴۸). کوشش‌های سادرلند نشان داد که کنش‌های انسانی چگونه می‌تواند به اطلاعات قابل محاسبه تبدیل شود و سپس به وسیله مکانیسم‌های خود تنظیم و حسگرها به سوژه انسانی بازگردد. این [عملیات] در «حلقه بازخوردی» سایبرنتیک میان کامپیوتر و موجود انسانی، به صورت گرافیکی و لمسی درمی‌آید. اما چگونه می‌توان گفته‌های فوق را به تغییر و تحولات فرهنگ بصری مرتبط کرد؟

۲-۴-VR: واقعیت و اغراق

درباره واقعیت مجازی (VR) غرقه‌گر به توالی سخنانی از این قبیل گفته می‌شود که: VR همسان است با وارد شدن به درون تصاویر، بلعیده شدن به وسیله تلویزیون (Dery ۱۹۹۳:۶) گام گذاشتن به [فضای] کامپیوتر (Morse ۱۹۹۸:۱۸۱)، گذشتن از پرده سینما و غیره. همواره برای توصیف VR از استعاره‌های مختلفی استفاده شده است و نقل قول‌های متعارض فراوانی در این باب به چشم می‌خورد. یکی از کسانی که در اولین گردهم‌آیی‌های سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰ جایی که VR اولین بار عرضه شده، حضور داشته است، تجربه خویش از این نظام‌های VR اولیه را در برابر کلمات وجدآگینی قرار می‌دهد که پیشگامان گرافیک کامپیوتری که VR را ارائه کرده بودند، با به‌کار بردن آنها به توصیف فناوری جدید پرداختند. وولی زمانی را به یاد می‌آورد که محصولی با نام RB2، متعلق به [شرکت] VPL را امتحان می‌کرد: «من ... به تماشای مجموعه خشنی از تصاویری با رنگ‌های اصلی نشستم که به خوبی سازمان داده نشده بود.»

در همین حال جارون لانیه، سرپرست شرکت «تحقیقات VPL» که نظامی را طراحی کرده بود که نامیدی کامل وولی را در پی داشت، در توصیف VR این‌گونه گفت: «فضایی که در آن هر چیزی می‌تواند اتفاق بیفتد؛ VR دنیایی گشوده است که ذهن شما تنها محدودیت آن به شمار می‌رود» (Woolley ۱۹۹۲:۱۴). شرکت‌کننده دیگری از آزمایشگاه فناوری میانجی انسانی وابسته به دانشگاه واشنگتن، بر این عقیده بود که "واقعیت مجازی کمابیش چیزی بیشتر از واقعیت است." او اعتقاد داشت که VR فقط شیوه‌ای برای شبیه‌سازی جهان واقعی (با فیزیک و حد و مرزهای منحصر به خود) نبود، بلکه راهی برای ساختن دنیاهایی که در آن حدود و ثغور و واقعیت به کناری نهاده می‌شد. واقعیت مجازی، واقعیتی ذهنی بود که تنها در «چشمان نظاره‌گر» وجود داشت. در نزد لانیه این ویژگی VR با آزادی (مفروض) رویاها یا رهایی گمشده متعلق به تخیل دوران کودکی قابل قیاس بود. «آنچه فکر می‌کنم در باب واقعیت مجازی بسیار هیجان‌انگیز می‌باشد. این [حقیقت] است که این آزادی را مجدداً به ما محول می‌دارد. [واقعیت

مجازی] ما را قادر می‌سازد که یک زندگی بی‌بند را تجربه کنیم» (Woolley ۱۴:۱۹۹۲). در طول دهه ۱۹۹۰ بارها و بارها از صفات نامعقول و عجیب برای توصیف VR استفاده شد. جرمی والش می‌گوید: VR در شکل رایج آن عبارت است از یک «صورت فناورانه عقیم» که فقط به واسطه نوعی تمایلات جنسی سایبر، از قبیل توک فتیشیسم چرم(۳)، هرزه‌نگاری و خشونت هدایت می‌شود.

۳-۴-VR: اصلاح استعاره‌ها

مایکل هیم، فیلسوف و نویسنده [کتابی با نام] ^{۱۱} «ماوراءالطبیعه واقعیت مجازی ^{۱۲} که در اکثر آثارش نگاهی شائق به VR اختیار کرده است، به این مطلب اشاره می‌کند که لغت «واقعیت مجازی» نسبت به نوعی گسترش یافتگی گشوده است و این خطر وجود دارد که همین مسئله به بی‌معنایی آن بینجامد.

بسیاری از مردم اولین بار که کلمه واقعیت مجازی را می‌شنوند، به سرعت پاسخ می‌دهند که «ا، حتماً، من همواره در آنجا زندگی می‌کنم.» منظورشان از این جمله آن است که دنیای ایشان، سراسر به دست انسان ساخته شده است. زمین خود به مصنوعی تبدیل شده که محصول درهم آمیزی قوای طبیعت و انسان است. طبیعت به خودی خود... دیگر از تاثیرات انسانی نمی‌گریزد... اما هنگامی که واژه واقعیت مجازی را گسترش دهیم تا جایی که هر چیز ساختگی را شامل شود، نفوذ آن را از دست خواهیم داد. وقتی لغتی هر معنایی بدهد، هیچ معنایی در بر نخواهد داشت (Heim ۱۱۲:۱۹۹۳) و ما را از یک التقاط برحذر می‌دارد؛ [و آن] خلط شیوه تشخیص جهان «پست مدرن» معاصرمان با [شیوه تشخیص] تا یک پروژه معین فناورانه و فرهنگی است که به توسعه رسانه‌ای جدید (VR) خواهد انجامید. همچنین جفری بچن (۲۷۶:۱۹۹۸) از ما می‌خواهد استریوسکوپ را به یاد آوریم؛ «یک فناوری دیدن متعلق به قرن نوزده که به نظر می‌سد بسیار همانند تجربه VR است، [تجربه‌ای] که بسیاری از مفسران تمایل دارند آن را انقلابی و سراسر تازه بنامند.

با نگاهی دوباره به گفته‌های کریری در خواهیم یافت که بعضی حواس ما با «استفاده» از VR به‌طور فناورانه‌ای در یک محیط مصنوعی یا ساختگی و یا به قول کریری در «فضاهای بصری مصنوعی» هدایت می‌شوند (این حواس عبارتند از بینایی در وهله اول و همچنین شنوایی و تا حدی (حس) لامسه). تجربه ما در محیط مجازی، حواس مان و کنش‌های دماغی که به واسطه آن [حواس] در ما ظاهر می‌شوند را جابه‌جا و منفصل می‌نماید و به این ترتیب نتایجی مختل کننده را برای حس پیکرمدی به بار می‌آورد، اما این بدان معنی نیست که در VR بدن خود را از دست می‌دهیم یا از آن «می‌گریزیم».

در نظر بیشتر مردم دستگاه‌هایی که پدیده «واقعیت مجازی» را تولید می‌کنند، «اشیایی دیرباب» هستند، برخلاف فناوری‌های در دسترس و ملموسی مانند تلفن، تلویزیون، دستگاه ضبط ویدیویی یا کامپیوتر شخصی که در زندگی هر روزه یکسره با آنها سر و کار داریم (البته

به‌طور قطع این فناوری‌ها نیز دارای ظهور و بروزهای دور و مهمی هستند). هر رسانه‌ای از منابع دلالت (رمزگان، قراردادهای و زبان) دیگر رسانه‌های تثبیت شده موجود استفاده می‌کند (و ممکن است این منابع را عوض کند یا آنها را مجدداً ترکیب نماید). این مهم در [مورد] VR به صورت مختلفی مشهود است. در بعضی ژانرهای VR واقع‌نمایی عکاسانه، هدف و استاندارد برای واقع‌گرایی است. (Cameron: ۱۹۹۵ X, Penny: ۱۹۹۵). در دیگر نسخه‌هایی که بر این نکته تأکید می‌کنند که قابلیت VR نه شبیه‌سازی واقع‌گرایی عکاسانه یا واقعیت مادی و «فیزیک» [مرتبط با] آن، بلکه ساخت دنیاها فانتزی است، یا وقتی [VR] توسط هنرمندانی به کار بسته می‌شود که به کشف حالات و موقعیت‌های حسی متفاوتی مشغول‌اند، گستره‌ای از اندیشه‌ها، موضوعات و قراردادهای که به تاریخ هنر تعلق دارند، به خدمت گرفته می‌شود.

۵- گام بلندی به پیش؟

می‌توان بین VR و نقاشی و همچنین رسانه‌های فناورانه «مدرن» تر (عکاسی، فیلم و تلویزیون) رابطه برقرار کرد. مارگارت مورس در کتابی به نام «کیفیت‌های مجازی: تلویزیون، هنر رسانه‌ای و فرهنگ سایبر» (۱۹۹۸) VR را به «گذشتن از پرده سینما برای ورود به جهان تخیلی فیلم» تشبیه می‌کند. هم او بر این عقیده است که ورود به محیط مجازی معادل است با اینکه «فردی قادر باشد از خلال نقطه‌گریز به درون تلویزیون یا کامپیوتر خویش قدم گذارد و به حوزه سه بعدی نمادها داخل شود» (Morse: ۱۸۱: ۱۹۹۸). مورس صفحه تلویزیون را همچون پرده نازکی می‌داند که میان دنیای غیرمادی نمادها - «کانون کیفیت مجازی» - و دنیای مادی که از میانه‌اش به آن [دیگری] نظر می‌کنیم، حائل شده است. او همچنین اعتقاد دارد محیط‌های مجازی که از قاب‌بندی‌های پرسپکتیوی بهره می‌برند، «آخرین نفس‌های فضای رنسانس هستند» و کاربرد VR، تماشاگری است که «در تاباندن تصاویر گذران می‌کند و از دیدگاه تک‌چشمی و ثابت به عاملیت متحرک در فضای سه‌بعدی سفر کرده است» (Morse: ۱۸۲: ۱۹۹۸). کوتاه سخن اینکه ارجاع به سنت تصویری غربی، شالوده‌بخش زیادی از تفکر ما درباره رسانه جدیدی با نام VR را تشکیل می‌دهد.

۵-۱- لنز دوربین و صنعتی شدن پرسپکتیو

پیش از آنکه به فاصله میان فضاها به تصویر درآمده [پرسپکتیوی] تا VR و «فضای سایبر» توجه کنیم که قرن‌ها از یکدیگر دور هستند، باید کمی در باب عکاسی و فیلم صحبت کنیم. میزان پیوستگی انواع [گونگون] تصاویری که به وسیله نقاشی، عکاسی، فیلم، تلویزیون و گرافیک کامپیوتری پرسپکتیوی تولید می‌شود، محل بعضی مناقشات است. امکان پافشاری بر تفاوت‌های واقعی بین تصاویری که توسط این رسانه‌ها تولید می‌شوند، به جای مهم قلمداد کردن پیوستگی و شباهت‌های آنها کاملاً وجود دارد و در اغلب موارد از اهمیت بسزایی برخوردار است. بدون توجه به زمینه‌هایی که تاریخ تصویرسازی با توجه به آنها نوشته شده است باید گفت که هر

روایت تاریخی خوبی نیازمند بذل توجه به بازی متقابل و پیچیده میان دو [رسانه] می‌باشد. گرچه در حال حاضر (و با وجود ادعاهایی مبنی بر اینکه VR تغییراتی به بزرگی رنسانس را در فرهنگ بصری ایجاد کرده است) به نظر می‌آید باید به شباهت مابین تمام رسانه‌های تصویری قدیمی‌تر که VR [آنها] را تمام و کمال پشت‌سر گذاشته است، نظر داشت اما معمولاً مباحث مربوط به رسانه جدید ما را بر آن می‌دارند که برخی اختلافات بسیار عمده [در بین این رسانه‌ها] را از دیده دور نداریم.

برای آنکه تاریخ نگاه را ردیابی کنیم، می‌توانیم به قاعده پرسپکتیو نظر کنیم؛ اصلی که از قرن ۱۵ به این سو، چگونگی دیدن‌مان را از خلال «پنجره» نقاشی سامان داده است. همین منبست که در فناوری‌های قرن هجدهمی انعکاس تصویر، دوربین عکاسی و پس از آن در سینما تسری می‌یابد. فیلم که از لنزهای عکاسی استفاده می‌کرد که پرسپکتیو به‌طور خودکار در آنها گنجانده شده بود تصویر را به طرق بسیاری پیچیده کرد.

۲-۶- پرسپکتیو به مثابه شکلی نمادین

پرسپکتیو فناوری ساختن فضا در تصویر است اما همچنین می‌تواند برای بخشیدن نیروی بیان کرانه (Expressive) و افزودن معنا به آنچه بازنمایی شده است به‌کار رود. فضای تصویری که پرسپکتیو آن را به وجود آورده است در وسعت بخشیدن به فضای مادی و معمارانه موثر واقع می‌شود این [فضا] همین‌طور موقعیت بیننده مجسم را در فضای واقعی، و در رابطه با [تصویر] به نمایش درآمده یا باز نمایی شده معین می‌دارد.

اگر پرسپکتیو به عنوان یک فناوری به زبان یا نظام دلالتی مشخص راه می‌برد، این اتفاق در مورد VR رخ نمی‌دهد چرا که VR فاقد سازماندهی و پیوستگی خاصی است که پیدایی یک زبان در طول مدت زمان طولانی به آن نیاز دارد. گران بودن این فناوری به همراه مدت زمان کوتاهی که ممکن است در زندگی معمولی به کار گرفته شود و نیز عدم وجود یک گنجینه دانش مدون برای پیشبرد آن VR را از تبدیل شدن به رسانه‌ای که دارای زبان خاص خود می‌باشد باز می‌دارد.

۳-۵- تماشاگر و تصویر

در جایی که پیش از این به وسیله تماشاگر اشغال می‌شد اکنون چه چیزی باقی مانده است؟ بدن بیننده (و اکنون کاربر یا غرقه) اما این بدن قادر نیست دنیا را ببیند حوزه دید آن کاملاً با محرک‌های الکترونیکی انباشته شده است که صفحات نمایش LCD دوچشمی در نزدیکی چشمان کاربر آن را فراهم می‌کند. [چشمان فرد غرقه] نسبت به جهانی که در آن ایستاده است نابینا هستند و بنابراین آنها همچنین نمی‌توانند رابطه‌شان را با دنیای مجازی تثبیت کنند در باب تجربه جمعی تماشا یا آیین‌های اجتماعی دیدن (به اشتراک گذاشتن عمل و وضعیت نگاه کردن با دیگران، به‌خصوص در طریقه مصرف سینما و تلویزیون و نیز در چگونگی استفاده از تصاویر

و گراورها به عنوان مبنایی برای بحث و تبادل نظر اهمیت دارد) هم باید به این امر توجه کنیم که آنچه بر [فرد] غرقه می‌گذرد، برای دیگران پوشیده است. بینندگان دیگری هم می‌توانند وجود داشته باشند که در محیط مجازی غرقه نشده‌اند اما تماشاچی واقعی VR محسوب می‌شوند. آنچه ایشان می‌بینند بدن غرقه است که با منطق فضایی که آنها به نوبه خویش قادر نیستند آن را نظاره کنند به حرکت درمی‌آید. از گفته‌های فوق می‌توان نتیجه گرفت که در تجربه VR دو اتفاق در حال رخ دادن است تماشاگر دید خود را از قاب و سطح تصویر از دست می‌دهد و قادر نیست رابطه خود را با آن به‌طور مفهومی، خیالین یا فیزیکی تخمین بزند.

از آنجایی که فناوری‌های پایه‌ای VR به‌طور فعالانه‌ای در تولید فیلم‌های مردم‌پسند هم به کار می‌روند، اکنون لازم است که به آنچه سینمای دیجیتالی خوانده می‌شود، توجه کنیم.

۶- سینمای دیجیتالی

در این قسمت به محبوبیت تصویرپردازی کامپیوتری (computer-generated imagery: CGI) و به‌کارگیری‌اش در جلوه‌های ویژه و نقاشی متحرک کامپیوتری، خواهیم پرداخت. این اشکال از سویی به عنوان فناوری‌ها و رسانه‌های مادی و تاریخی و از سوی دیگر به مثابه شکل‌دهندگان به [امر] خیالی فناوری‌های در نظر گرفته خواهد شد که در آن تاثیراتی که تکنیک‌های دیجیتالی بر سینما بجا گذاشته نشانه یا عامل مسبب «مجازی شدن» دنیای مدرن است.

هم محققان VR و هم نظریه‌پردازان فرهنگی چنان از ادبیات و سینمای علمی - تخیلی عامه‌پسند یاری گرفته‌اند که گویا [اتفاقاتی که در آنها روی می‌دهد] واقعیت‌های فناوری‌هاست.

۶-۱- واقع‌گرایی مجازی

واقع‌گرایی‌های سینمایی

نمی‌توان از واقع‌گرایی سخن گفت، آنچه می‌توان از آن صحبت کرد واقع‌گرایی‌هاست. (Ellis ۱۹۸۲: ۸) جان الیس تعدادی از قراردادهای واقع‌گرایانه در سینما و تلویزیون را این‌گونه برمی‌شمارد:

- مفاهیم و انتظارات رایج، مثل جزئیات تاریخی صحیح در فیلم‌های تاریخی، یا کلیشه‌های نژادی در مجموعه‌های تلویزیونی جنگی؛
- [ارائه] توضیحات مناسب برای وقایعی که آشکارا [عجیب و] گیج‌کننده هستند و استقرار روابط منطقی مابین علت و معلول رخدادها؛
- انگیزه‌های روانشناختی منسجمی که شخصیت‌ها از آن برخوردارند.

در مورد رادیو نیز می‌تواند به مانند تلویزیون و سینما این گفته را تکرار کرد. به همین صورت می‌توان ادعا کرد از آنجا که گاهی اوقات از ابزار فناوری‌ها سینما و تلویزیون در مباحث مربوط به واقع‌گرایی، سخن گفته می‌شود، این [ابزار] غالباً به عنوان عاملی کلیدی در بنا کردن تاثیرات ایدئولوژیک [اشکال] واقع‌گرایانه در نظر نمی‌آید. نقل‌قول‌های زیر نشان‌دهنده تغییرات مهمی

است که در ملاحظات انتقادی در باب واقع‌گرایی، با توجه به پیشرفت‌های فناوریانه اخیر در سینما صورت گرفته است. انگیزه اکثر دستاوردهای فنی در سینما از سال ۱۹۵۰ [به این سو] «واقع‌گرایی» باشکوه‌تر یا بلندمرتبه‌تر و نفس‌گیرتر شدن و واقعی‌تر شدن هرچه بیشتر صحنه‌ها بوده است. هر دوی این نیروهای محرک با دستیابی به تصاویر عظیم‌تر، شفاف‌تر و فراگیرتر، صدای رساتر، چند لایه‌تر و سراسرتر و رنگ‌های استادانه‌تر و «حقیقی‌تر» (truer-to-life) جامعه عمل به خود می‌پوشند. نیت تمام نظام‌های فنی که از ابتدای دهه ۱۹۵۰ [تاکنون] توسعه یافته‌اند، ضعیف کردن ادارک تماشاگر از دنیای «واقعی» خویش و جایگزین ساخت آن با [جهانی] کاملاً مصنوعی و باورپذیر است (Allen ۱۹۹۸: ۱۲۷).

از روزهای آغازین سینما، ابداعاتی که در فناوری‌های سمعی و بصری صورت گرفته، در کار فراهم ساختن تجاربی جدید و از لحاظ مفهومی بهبود یافته برای تماشاگران بوده است... همواره گسترش این ابداعات به دریافت روشن‌تری از امر واقعی انجامیده است. وضوح بیشتر، روشنایی بهتر و فام‌های غنی‌تر (Hayward and wollen ۱۹۹۳: ۲). مشخص است که تصویر و فناوری‌های [تولید] آن منظور نظر گفته‌های فوق می‌باشد.

حال می‌خواهیم به بررسی این امر بنشینیم که چگونه این گفتارهای (discourse) متناقض واقع‌گرایی به ما در درک تاثیرات رسانه دیجیتالی بر سینمای مردم‌پسند، یاری می‌رساند. اگر تصاویر واقع‌گرایی‌هایی خیالین و مصنوع هستند، آیا امروزه آنها چیزی دارند که از «دنیای واقعی» مان به ما بگویند و اگر پاسخ مثبت است، از چه سخن خواهند گفت؟ اگر در مورد توانایی تصاویر برای بیان سر راست حقیقت شک داریم، آنگاه این تصاویر چه معنایی خواهند داشت و در باب جهانمان (و جایگاه خویش در آن) به ما (در صورتی که کلامی برای گفتن داشته باشند) چه خواهند گفت؟

۲-۶- جلوه‌های ویژه و فراواقعیت

نقاب (۱۹۹۴) نمونه خوبی است از فیلم‌هایی که شکل [کلی] و محبوبیت‌شان را مدیون استفاده پیشتاز از جلوه‌های ویژه کامپیوتری هستند. غالباً جلوه‌های ویژه در بهترین حالت به عنوان گسست از جنبه‌های خلاقانه یا هنری سینما و در بدترین وضع به مثابه خصیصه‌ای که به چنین ابعاد [خلاقانه‌ای] آسیب می‌رساند، در نظر آمده است:

نقاب بر اهمیت رو به کاهش داستان‌گویی قراردادی در فیلم‌هایی که برای جلوه‌های ویژه ارزش محوری قائلند، صحنه می‌گذارد؛ فیلم‌هایی که از سایه‌افکندن بر افکار قشنگ در باب پی‌رنگ (plot) و شخصیت به‌واسطه ابزار پرزرق و برق و نوبی که از آن سود می‌برند، مسرورند.

معمولاً به‌نظر می‌رسد فیلم‌هایی که از جلوه‌های ویژه بهره می‌برند، در میان ژانرهای جوان‌پسند - علمی تخیلی، ترسناک، خیال‌پردازانه و حادثه‌ای - [آثاری] وهم‌انگیز و کم‌مایه هستند که در تقابل با وجوه قابل احترام‌تر سینمای عوامانه به مانند روانشناسی شخصیت و ظرافت‌های پی‌رنگ و میزانشن، قرار می‌گیرند. این [فیلم‌ها] اغلب بیش از آنکه با «هنر» سینما پیوند داشته

باشند، با فناوری در ارتباطند.

این [گونه] خوانش از تغییرات زیباشناسی واقع‌گرایانه که در محو شدن امر «واقعی» جمع بسته می‌شود، اشتیاق به نوستالژی رمزگان واقع‌گرایانه‌ای را که زمانی هدف اولیه نظریه فیلم بود، بر می‌انگیزد. اگر «واقع‌گرایی» مفروض، الگوی خاص خویش از «دنیای واقعی» را داراست و آن را به‌کار می‌اندازد، پس تعجب‌آور نیست که در نظریه‌های پست‌مدرنیستی، «فراواقع‌گرایی» گرافیک کامپیوتری آن‌طور تفسیر شود که گویا تصویری که عرضه می‌دارد، کمتر [از تصاویر واقع‌گرایانه] به جهان واقع شبیه است و [دنیای محسوسات] در آن گم می‌شود.

[اکنون] می‌توانیم این پرسش را مطرح کنیم: چگونه رسانه‌های دیجیتالی، [رسانه‌هایی] جدید محسوب می‌شوند؟ برای مثال بودریار بر این نظر است که فراواقع‌گرایی پیش از این در تلویزیون و دیگر رسانه‌های الکترونیکی ظهور کرده بود.

۷-۳ - بازگشت امر سرکوب‌شده در سینمای دیجیتالی

از سینمای اولیه تا فرهنگ دیجیتالی

مشابهت‌های بین «ناهمگونی افراطی» [فناوری‌های ابتدایی سینما] و فناوری دیجیتالی، که دارای نمودهای متنوع ولی به‌هم پیوسته است - که در مرز میان سرگرمی، هنر، علم، امور دولتی و نظامی به‌کار می‌افتند - نشان‌گر لحظه فناورانه، تاریخی و فرهنگی همانندی است. لحظه سیالی که جهت‌گیری‌های آینده را در دسترس قرار می‌دهد. قطعاً برخلاف سینما، فناوری دیجیتالی در دنیای ظهور می‌کند که پیش از این شاهد یک قرن ترقی رسانه‌های جمعی بوده است.

CGI و VR به‌طرز پیچیده‌ای با استفاده از رمزگان و نهادهای رسانه‌های سرگرم‌کننده غالب، شکل می‌گیرند. از سوی دیگر این طرز نگریستن به «پیشاتاریخ» سینما همچنین پرده از اشکال سینمایی جایگزینی برمی‌دارد که گویا قربانی غلبه بدنه اصلی صنعت فیلم شده‌اند اما در [پیکر] رسانه‌های دیگر امتداد یافته‌اند، به حاشیه رفته‌اند و سرکوب یا جهت‌دهی شده‌اند. و اینک آماده‌اند خود به فناوری غالب تبدیل شوند. نقاشی متحرک و جلوه‌های ویژه از این اشکال هستند.

تمام این اشکال، علی‌رغم تنوعی که در آنها وجود دارد، مخاطبان‌شان را دعوت می‌کنند تا با تحریکات بصری یا جنبشی (Kinaes the tic) نمایش‌هایشان درگیر شوند، با مهارت‌های فنی ایشان مجذوب گردند و با خود فناوری سرگرمی به مثابه یک صحنه تماشایی فریفته شوند. رمزگان واقع‌گرایانه کلاسیک (انگیزه شخصیت‌ها و عمق روانشناختی، علیت منطقی و پیچیدگی روایی)، اگر اصلاً وجود داشته باشد، فقط به‌عنوان اسبابی برای پیوند دادن فصول پویای [فیلم] به کار می‌رود.

«سینمای جذابیت» ناپدید نشد، بلکه در دیگر رسانه‌ها و اشکال فرهنگی ادامه پیدا کرد. برای مثال نقاشی متحرک همچنان از نمایش عمومی و قابلیت‌های فنی برخوردار بود. تامپسون معتقد است کارتون در حالی که به حاشیه رانده شد و جزئی فرض گردید اما بیش از آنکه سرکوب

شود، با فیلم‌های کلاسیک رابطه‌ای دیالکتیکی برقرار کرد. خاصیت ضدواقع‌گرا و از هم گسلنده جذابیت‌های مربوط به نقاشی متحرک، اگرچه رام شد اما حسی از شگفتی را در فیلم‌های هالیوودی برجا گذاشت؛ [نقاشی متحرک] رازهای فناوری سینما را پیش چشمان تماشاگر قرار داد و مردم را با «جادوی» فیلم متأثر ساخت. کارتون سینما را به بدعتی همیشگی تبدیل کرد.» (Thompson ۱۹۸۰، ۱۱۱)

۴-۶ - مخاطب و اثرات

تری لاول، نظریه فیلم دهه ۱۹۷۰ را به‌خاطر فرض‌کردن مخاطبانی بکر که در موقعیت ذهنی‌شان «سنگ شده‌اند»، به پرسش می‌کشد. لاول بر این عقیده است که مخاطبان «بیش از آنکه نقد قراردادی به‌دنبال قواعدی است که این‌گونه بازنمایی را هدایت می‌کند یا بیشتر از آنکه مخاطبین خود بتوانند به تبیین چنین قواعدی بپردازند، آگاه هستند» (Lovell ۱۹۸۰: ۸۰). مفاهیمی نظیر «نمایش» سطحی نیز به مانند نظریه فیلم ابتدایی، اشکال سینمایی مردم‌پسند را خطرناک می‌دانند (گرچه شاید بیش از آنکه این اشکال را ایدئولوژیک بدانند، آنان را ناقض قوانین و بی‌معنی می‌پندارند). ممکن است مخاطب تشخیص دهد که با توهّمات سروکار دارد اما فراسوی [این] بازی با توقعات معنایی نهفته نیست.

جلوه‌های ویژه نشان‌دهنده «شکل‌گیری یک زیباشناسی ماه‌پسند و فن - آینده‌گرایانه است که پیشاپیش خصوصیت‌های ترکیبی تصویربرداری الکترونیکی قرار می‌گیرد» (Pierson ۱۹۹۹: ۱۵۸)، جلوه‌های ویژه علمی تخیلی (یا در واقع هر شکل از سینمای جذابیت) می‌تواند به‌عنوان نوع مشخصی از واقع‌گرایی در نظر آید: [سینمای جذابیت] اگرچه امر خارق‌العاده و نظری را بازمی‌نماید (Vepresent) اما پیشرفت‌های فناورانه واقعی را نیز در عرصه سینما می‌نمایند (Present).

جودیت ویلیامسون در این نظر با لاول مشترک است که مخاطبان عام، بیشتر از لحاظ شناخت‌شناسی، طبیعتی «فعال» دارند؛ نیز او معتقد است که خود فیلم‌های مردم‌پسند نه بی‌معنی و نه به‌طور کامل ایدئولوژیک هستند. آنها هم به‌مانند محصولات معمول [در بازار] در احساسات گروهی [جامعه]، حتی به‌طور متضاد، قابل پیگیری هستند.

فیلم‌های عامه‌پسند همواره - و اگرچه غیرمستقیم - به آرزوها، ترس‌ها و اضطراب‌های اجتماعی، در هر موقعیت خاصی اشاره می‌کنند... هرکس که به [مطالعه] خیالات و وحشت‌های فرهنگ ما مشتاق باشد، باید به فیلم‌های موفق عمیقاً توجه کند، به این دلیل که موفقیت آنها دقیقاً به این معناست که با اوهام و آشفتگی‌های تعداد زیادی از مردم، همسو هستند (Williamson ۱۹۹۳: ۲۷).

چنان که دیدیم، قسمتی از لذت جلوه‌های ویژه علمی - تخیلی که در حال حاضر به‌کار می‌رود، در این نهفته است که نه تنها آینده را باز می‌نماید، بلکه خود آینده است یا دست‌کم پیشرفته‌ترین دستاورد فناوری به‌شمار می‌آید. «فن - آینده‌گرایی» به پیش می‌رود چراکه مخاطبانش را بر آن

می‌دارد تا درباره آینده‌های ممکن خیال‌پردازی و نظوروری کنند. از این‌روست که لزوماً ژانرهای تماشایی مردم‌پسند از معنا تهی نیستند که در واقع باید از عکس آن سخن گفت. همان‌طور که جودیت ویلیامسون عقیده دارد: «ممکن است یک فیلم ترسناک بسیار معمولی با بهره‌گیری از قراردادهای ژانر، به وضوح در باب جنسیت و بدن سخن بگوید، یا یک اثر پرهیجان «درجه دو»، ترس‌های گسترده‌ای در مورد دانش و امنیت را آشکار کند» (Williamson ۱۹۹۳: ۲۹).

پی نوشتها:

۱- غرقگی حالتی است که در آن آگاهی شخص از خود فیزیکی‌اش زایل می‌شود. توجه شدید به محیط مجازی، دریافت مغشوش از زمان و کنش‌های خودجوش از مواردی هستند که همواره در این حالت پدید می‌آیند. این کلمه در حوزه بازی‌های ویدئویی کاربرد گسترده‌ای دارد اما در دیگر زمینه‌ها، مانند واقعی مجازی هم قابل به‌کارگیری است.

۲- IMAX مخفف Image Maximum یک نوع قالب (Format) فیلم است که توسط شرکت IMAX در کانادا طراحی شده و قابلیت آن را داراست که نسبت به نظام‌های نمایش فیلم رایج، تصاویری با ابعاد بزرگ‌تر و وضوح بیشتر را به نمایش بگذارد.

پرده استاندارد سالن‌های IMAX، ۲۲ متر طول و ۱۶/۱ متر عرض دارد اما می‌تواند از این نیز باشکوه‌تر باشد. در حال حاضر IMAX پر استفاده‌ترین نظام برای نشان‌دادن فیلم‌های خاص و با قالب بزرگ است. در مارس ۲۰۰۷، ۲۸۰ سالن نمایش IMAX در ۳۸ کشور وجود داشته (که ۶۰ درصد از این تعداد در کانادا و ایالات متحده واقع شده است). یکی از انواع IMAX، ۳D IMAX است که با آن می‌توان فیلم‌های سه‌بعدی را نمایش داد.

۳- نوعی از فیتیش است که با لباس‌های چربی در ارتباط می‌باشد. فیتیش عبارت است از موقعیت‌هایی که در آن لذت جنسی فرد به تجربیات یا اشیای نامعمول بستگی دارد. فیتیش به‌خصوص رفتارها یا تمایلات جنسی تکرارشونده‌ای را شامل می‌شود که متضمن استفاده از اشیایی بی‌جان به‌مانند جامعه‌هاست.

این مقاله تلخیصی از بخشی از کتاب زیر است:

"New Media: A Critical Introduction". Martin Lister Jon Dovey Seth Giddings Iain

Grant and Kieran Kelly.