

ხელოვნება პოსტმედირ ეპოქაში

რევაზ ჭიჭინაძე

საკვანძო სიტყვები: მედიახელოვნება, ტექნოლოგიები, კომუნიკაცია, მულტიმედია, ციფრული მედია, პოსტმოდერნის ტული, „ახალი მედია“...

მედია და ახალ ტექნოლოგიებს თანამედროვე კულტურასა და ხელოვნებაზე მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს და ამ საკითხზე არავინ დაობს, თუმცა სადისკუსიო საგანია ის, თუ რა მოცემულობა იქმნება ხელოვნებაში პოსტმედირ ეპოქაში. საინტერესოა, შლის თუ არა ახალი მედია ზღვარს პოპკულტურასა და ე.წ. ელიტარულ ხელოვნებას შორის? რამდენად იოლად აღსაქმელია ახალი მედიახელოვნება თანამედროვე ადამიანისთვის? არის თუ არა სოციალური მედია ხელოვნების ერთ-ერთ ფორმა და როგორია ახალი მედია ხელოვნების პერსპექტივა?

თავდაპირველად, სანამ კონკრეტულად ახალ მედია ხელოვნებას განვიხილავთ, უნდა დავაკონკრეტოთ, თუ ზოგადად, რას წარმოადგენს, როგორია „ახალი მედია“. როდის გაჩნდა, სად იღებს სათავეს თავად ცნება „ახალი მედია“, ზუსტად არ არის გარკვეული.

მკვლევართა დიდი ნაწილი მას გლობალური ქსელის, ინტერნეტის შექმნას უკავშირებს. ნაწილი მიიჩნევს, რომ პროცესი XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან დაიწყო, როდესაც მსოფლიო მედიასაშუალებები თანამგზავრების, სატელევიზიო თუ საკაბელო სისტემების ჩამოსაყალიბებლად მუშაობას შეუდგნენ. სპეციალისტთა ნაწილი კი თვლის, რომ ტექნოლოგიურ წინსვლასთან ერთად, ყოველ ეტაპზე, იბადება ახალი მედია, როგორც იყო ფოტოგრაფია, მოძრავი კადრი, რადიო და ა.შ.

მედიატექნოლოგიების პროფესორი, მრავალი კვლევის ავტორი რასელ ნოიმანი (Russell Neuman) ახალი მედიის ლაკონურ განსაზღვრებას გვაძლევს: „ეს არის მასმედიის არსებობის ახალი ფორმატი, რომელიც მუდამ ხელმისაწვდომია ციფრულ მატარებლებზე და გულისხმობს მომხმარებელთა აქტიურ მონაწილეობას შინაარსის, კონტენტის მომზადება-გავრცელებაში“.¹

მკვლევართა უმრავლესობის აზრით, ტერმინი

ახალი მედია, ციფრული ეპოქის დადგომას უკავშირდება. სწორედ ციფრული ტექნოლოგიის ფარგლებში, ყველა ტიპის, მათ შორის, ტრადიციული მედიის, კონტენტმა მიიღო ციფრული ფორმა, რაც პოტენციურად ყველას აძლევს საშუალებას დაფაროს გავრცელების ახალი პლატფორმები და იმტერნეტქსელში საკუთარი პროდუქტი წარმოადგინოს. ალბათ ამიტომ ახალი მედიის სინონიმებად ითვლება ისეთი ტერმინები, როგორიცაა ონლაინმედია და ნეტმედია.

ზოგადად ახალი მედიის უკლებლივ ყველა მიმართულებას აერთიანებს მისი პროდუქტის დიგიტალიზაცია, გაციფრულება, რაც პირდაპირ აკავშირებს გლობალურ ქსელთან. მედიაპროდუქტის ინტერნეტთან ადაპტაციას უკავშირდება ახალი მედიისთვის მნიშვნელოვანი მახასიათებელი – ინტერაქტიური დიალოგი. ეს ის ძირითადი ფუნქციაა, რომელიც ტრადიციულს ახალი მედიისგან განასხვავებს.

ფუნდამენტური სხვაობაა ასევე ინფორმაციის მიმწოდებლისა და მიმღების შესაძლებლობებს შორის. არჩევანი ისე, როგორც ამბავთა როგითობის დადგენა, ახალი მედიის პირობებში, ინფორმაციის გამცემის ექსკლუზივი აღარაა.

ტრადიციულ მედიასთან შედარებით, ახალი მედია მეტად ოპერატიულია. უფრო დემოკრატიული და ღიაა საზოგადოებისთვის. მაშინ, როდესაც ტრადიციულ მედიას ჰყავს აუდიტორია, ახალ მედიას ჰყავს მომხმარებლები, რაც ინტერაქტიურ კომპონენტს ზრდის და აძლევს მას პროდუქტის შინაარსში აქტიურად ჩართვის საშუალებას, რათა სიახლე თავადაც გაავრცელოს („გააზიაროს“).

„თანამედროვე მედიის პირველი, ყველაზე მნიშვნელოვანი სტრუქტურული მახასიათებელი სატელეკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ინტეგრაციაა. მედიაში მიმდინარე საკომუნიკაციო რევოლუციის მეორე სტრუქტურული მახასიათებელი ინტერაქტიული მედიის ზრდაა. ახალი მედიის მესამე მახასიათებელი

¹ Russell, The Future of the Mass Audience, 1991, p. 29

კი (ტექნიკური) ციფრული კოდია. ახალი მედია ერთდროულად სამივე მახასიათებელს აერთიანებს. XX საუკუნის ბოლოსა და XXI საუკუნეში, მედია არის ინტეგრირებული, ინტერაქტიული და იყენებს ციფრულ კოდს².

საგულისხმოა, რომ ტრადიციული მედია კომუნიკაციის ერთ ფორმას ანიჭებს უპირატესობას: გაზეთი, ბეჭდური პერიოდიკა - საკითხავს, რადიო - მოსასმენს, ტელევიზია -სახილველს. ახალ მედიას კი მომხმარებელთან კომუნიკაციის ფორმა არ აქვს დადგენილი. გადმოცემის ფორმა, ამ შემთხვევაში, ავტორის მოსაყოლი, გასავრცელებელი ისტორიის აღქმამა და დამოკიდებული. ერთიანი შეჯერებული კლასიფიკაცია, თუ რა შეიძლება მივაკუთვნოთ ახალ მედიას, არ არის, თუმცა მეცნიერთა უმეტესობა ახალ მედიას შემდეგ კატეგორიებს აკუთვნებს: ბლოგი, ინტრანეტი, სხვადასხვა ტიპის პუბლიკაციის, მათ შორის, ვიდეო, ფოტო მასალების გავრცელება/გაზიარების ჯგუფები/პორტალები (მაგალითად: YouTube, Instagram); სოციალური ქსელები (Facebook, Twitter, MySpace და ა.შ.); ჰიპერტექსტური ჯგუფები სხვადასხვა ინფორმაციის სტრუქტურირებისთვის (Wikipedia); სათამაშო საიტები; გზავნილების მომენტალური გაცვლითი სისტემები (ICQ, AOL Messenger); ვიდეოკონფერენციები და ა.შ.

ახალი მედიის წარმოშობა, სოციალური კომუნიკაციის სივრცის ცვლილების ერთგვარი გამოძახილია. მედიაპროდუქტის მომხმარებლის მოთხოვნამ ბუნებრივად გამოიწვია მასალის მიწოდების პლატფორმების მრავალფეროვნება. მიმდინარეობს მედიის ევოლუციის პროცესი, რასაც ახლავს ჟურნალისტური პროფესიის სახეცვლილებაც. მაგრამ ევოლუციის, ციფრული ტექნოლოგიების, ჟურნალისტური პროდუქტის შეცვლილი ფორმის მიუხედავად, პროფესიის არსი - გადაიცეს, გავრცელდეს სწორი ინფორმაცია, უცვლელია. როგორც კი პერსონალური კომპიუტერი გახდა ხელმისაწვდომი, ფაქტობრივად მაშინვე შეიქმნა ახალი, ციფრული კომუნიკაციის გარემო, რომელიც მუდმივი განვითარების პროცესშია.

ახალი მედია მნიშვნელოვნად ცვლის არა მხოლოდ ჟურნალისტიკას, არამედ გვევლინება როგორც ხელოვნების ახალი ჟანრების წარმოშობი. ხელოვნების ევოლუციის გზაზე, მხატვრული ექსპრესიის გა-

მოხატვის ახალი ფორმების ძიება ბუნებრივი, შეუქცევადი პროცესია. შესაბამისად, ახალმა მედიამ, ახალი ხელოვნება - მედიახელოვნება წარმოქმნა. ეს არის ხელოვნების ფორმა, რომლის ნამუშევრებიც შექმნილია, ან იყენებენ ახალ ტექნოლოგიებს.

მედიური ხელოვნების მიმართულება XX საუკუნის 60-იან წლებში ჩამოყალიბდა. ახალი ტექნოლოგიების მიმართ ხელოვნების ინტერესი ადამიანთა ყოფაში მასმედიის დომინირებამ განაპირობა. მედიური ხელოვნება, როგორც ტელევიზია, პოსტმოდერნიზმის ეპოქის შვილია. ზოგიერთი მკვლევარი მას პოსტკინემატოგრაფისტულსაც კი უწოდებს, რადგან მათი შეხედულებით, ახალი მედიახელოვნება მსგავს ვირტუალურ არტეფაქტებს გვთავაზობს. თუმცა კინემატოგრაფისგან განსხვავებით, ის აუდიტორიასთან არა კოლექტიური, არამედ ინდივიდუალური „ურთიერთობის“ სტილს ირჩევს.

მეცნიერ პეტერ ვეიბელის განმარტებით, რასაც მკვლევართა დიდი ნაწილიც ეთანხმება, მედიახელოვნება, ანუ სხვადასხვა ტექნიკური მოწყობილობის გამოყენებით შექმნილი ხელოვნება, ეყრდნობა ადამიანთა მედიაგამოცდილებას, რაც გარკვეულწილად ესთეტიკური აღქმის ნორმატივად იქცა. „ხელოვნებაში მედიის გარეშე აღარაფერი არსებობს, არავის შეუძლია გახდეს მისგან დამოუკიდებელი“³. მკვლევარი იქვე განმარტავს, რომ ყველა ტრადიციული ხელოვნების მიმდინარეობა დღეს მედიაგამოცდილებას იზიარებს.

პუბლიკაციაში „მედიაარტი სიმულაციიდან სტიმულაციამდე“ პეტერ ვეიბელი საინტერესო თეზისს წარმოგვიდგენს: „როგორც ძველი ტექნიკური მედიახელოვნების (ფოტოგრაფია, კინემატოგრაფი) შემთხვევაში, ახალი მედიახელოვნების მიღწევებმა არა მხოლოდ დანერგეს ცალკეული მიმართულებები თუ გამოძახებულობითი საშუალებები, არამედ გავლენა იქონიეს ისეთ ტრადიციულ მედიაზე, როგორიცაა ფერწერა და სკულპტურა. ადრე ფერწერა და სკულპტურა არ განიხილებოდა, როგორც მედია, თუმცა ახალი ფორმებისა და ჟანრების გავლენით, ის არატექნოლოგიურ ძველ მედიადა აღიარეს. ახალი მედიის გაჩენა საშუალებას გვაძლევს გადავხედოთ ძველ მედიას, ასევე შეგვიძლია წარმოვადგინოთ შემდეგი თეზისიც,

2 Castells, Cardoso G. From Knowledge to Policy, 2005. p. 241

3 Weibel, From Simulation to Stimulation, 2015, p.151

რომ ახალი მედიის რეალური წარმატება მხოლოდ ის კი არაა, რომ შემუშავდა ახალი ფორმები და შესაძლებლობები ხელოვნებისთვის, არამედ ისიც, რომ ახალმა მედიამ მოგვცა შესაძლებლობა გამოვიყენოთ ახლებური მიდგომები, რაც ძველი მედიახელოვნების არსებობის გახანგრძლივებას უწყობს ხელს“.⁴

აღსანიშნავია, რომ მეცნიერი ტრადიციული ხელოვნების ნაცვლად იყენებს ტერმინს ტრადიციული მედია. ზოგადად, ცალკეული თანამედროვე მკვლევრები, ვიბელის მსგავსად, ხელოვნებას განიხილავენ, როგორც მედიას. რამდენადაც ხელოვნების ნებისმიერი ნიმუში გულისხმობს აუდიტორიას (ვისთვისაც ის იქმნება), საკუთარ თავში მოიცავს საკომუნიკაციო პროცესსაც, რაც, ხელოვნების შემთხვევაში, ესთეტიკური კომუნიკაციის საზღვრებშია მოქცეული. თუმცა, აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ესთეტიკური კომუნიკაცია სხვადასხვა ეპოქაში განსხვავებული ტექნოლოგიით ხორციელდებოდა. ახალი მედიის დროს კი, ეს ტექნოლოგიები უფრო და უფრო დაუახლოვდნენ მედიატექნოლოგიებს, ანუ ნებისმიერი ინფორმაციის გადაცემის, მათ შორის, ესთეტიკური კომუნიკაციის ძირითად საშუალებას დღეს უკვე ციფრული ტექნოლოგიები წარმოადგენენ.

ახალი მედიახელოვნება ხშირად განიხილება პოსტმოდერნისტული კულტურის შემადგენლად, თუმცა პეტერ ვიბელი და მისი თანამოაზრე მკვლევრები, ახალი მედიახელოვნების ისტორიის გაანალიზებისას, მიდიან დასკვნამდე, რომ ეს პროცესი საზოგადოების ე.წ. პოსტმედიური მდგომარეობის გამოძახილია.

ისტორია გვიჩვენებს, რომ ტექნოლოგიებმა გარკვეული ცვლილებები შეიტანეს ხელოვნებაში. დღევანდელი პროცესები კი ცხადყოფს, რომ ახალი მედიახელოვნება იღებს ძველი, ტრადიციული მედიის არქეტიპს და, შესაბამისად, მიმდინარეობს რემედიალიზაცია, სადაც მედიუმი არის საშუალება, მასალა და არ აქვს მნიშვნელობა, ეს იქნება საღებავი, ბუნებრივი ქვა თუ თანამედროვე ტექნოლოგია.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ახალი მედიახელოვნების სწრაფ განვითარებასა და პოპულარობას ისიც განაპირობებს, რომ მოსახლეობის უმრავლესობა თანამედროვე არტის ნიმუშების შესაქმნელად, თანამედროვე „მასალას“ (კომპიუტერს, ინტერნეტს) გაცილებით უკეთ ფლობს,

ვიდრე ე.წ. ტრადიციულ მასალას (საღებავს, ფუნჯს, სანოტე სისტემასა და სხვ.). ამ ლოგიკური ჯაჭვიდან გამომდინარე, მივდივართ დასკვნამდე, რომ ახალი მედიახელოვნება თანამედროვე ადამიანისთვის უფრო გასაგები, იოლად აღსაქმელი და, შესაბამისად, უფრო მისაღებიცაა. სავარაუდოდ, სწორედ ესაა ერთ-ერთი მიზეზი, რატომაც მკვლევრები თვლიან, რომ თანამედროვე ხელოვნება სულ უფრო მეტად ემსგავსება პოპკულტურას.

ამას გარდა, ახალი მედიახელოვნებისთვის დამახასიათებელი ჰიბრიდულობაც, აახლოვებს მას პოპკულტურასთან, სადაც ხდება არსებული სხვადასხვა სახელოვნებო ჟანრისა და ფორმების შერწყმა. მედიატექნოლოგიები თანამედროვე არტისტს საშუალებას აძლევს შექმნას არტობიექტები სხვადასხვა, უკვე არსებული კლასიკური ტექსტის, ნამუშევრების, ფოტობისა და ა.შ. კომპილაციების საშუალებითაც კი.

თავად ტერმინები: ახალი მედიაარტი (New Media Art) ან უბრალოდ მედიაარტი (Media Art), ციფრული არტი (Digital Art), ნეტარტი (Net. Art) იგივე ინტერნეტარტი (Internet Art), სულ უფრო ხშირად გვეხმის. მედიახელოვნება რამდენიმე ჟანრს აერთიანებს (ვიდეოარტი, საუნდარტი, მედიაინსტალაცია და ა. შ.), რომლებიც ერთმანეთისგან იმით განსხვავდებიან, თუ რომელ მედიატექნოლოგიას იყენებს არტისტი.

მედიაარტის ჟანრთა ტიპოლოლოგია და ფორმები შეუძლებელია განისაზღვროს რაიმე ჩამონათვალით, რადგან ხელოვნების ეს მიმართულება ჰიბრიდულია, ის ითვისებს გამოხატვის ახალ ფორმებს და ვითარდება ტექნოლოგიურ ევოლუციასთან ერთად.

მედიასივრცეში მიმდინარე სახელოვნებო პროცესების განხილვისას, ყურადსაღებია ტრანსმედიურობის თეორია. საგულისხმოა, რომ ტრანსმედიას ხშირად აიგივებენ კროსმედიასა და მულტიმედიასთან, მაგრამ სამივე ფენომენი განსხვავდება ერთმანეთისგან და საკუთარი სპეციფიკა აქვთ.

კროსმედიისა და ტრანსმედიის მსგავსება ისაა, რომ ორივე შემთხვევაში საუბარია რამდენიმე სხვადასხვა მედიაპლატფორმის მონაწილეობაზე, სხვაობა კი ის, რომ ტრანსმედია გვიყვება რამდენიმე პატარა ისტორიას, რომლებიც ჯამში ერთ მთლიანობას ქმნიან. კროსმედია კი სხვადასხვა პლატფორმაზე ერთსა და იმავე ისტორიას გვთავაზობს. რაც შეეხება მულ-

4 Weibel, From Simulation to Stimulation, 2015, pp.148-149

ტიმედის, ის ისე, როგორც ტრანსმედია, გულისხმობს ისტორიის ე.წ. ინტერაქტიურ შესწავლას და გვთავაზობს რამდენიმე მედიაფორმას, თუმცა ტრანსმედიისგან განსხვავებით, ერთ მედიაპლატფორმას იყენებს.

ამერიკელი ფილოსოფოსი და კულტუროლოგი, კომუნიკაციის, ჟურნალისტიკისა და კინოხელოვნების პროფესორი ჰენრი ჯეკინსი (Henry Jenkins) ერთ-ერთი პირველი მედიამკვლევარია, რომელმაც გაანალიზა აუდიტორიის როლის ცვლილება ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების პირობებში. მედიაკონვერგენციის თეორიის ავტორი ნათლად გვიჩვენებს სხვაობას ტრანსმედიურობის ტრადიციულ გაგებასა და თანამედროვე ტრანსმედიურობას შორის. მხატვრული ლიტერატურის, კომიქსების ეკრანიზაცია, კინოფილმის ბაზაზე დაწერილი რომანი და ა. შ. ეს ტრანსმედიურობის ტრადიციული ფორმაა. თანამედროვე ტრანსმედიურობა კი, ჯეკინსის განმარტებით, გულისხმობს სხვადასხვა მედიამატარებლის მიერ საერთო პერსონაჟების გამოყენებას - „სერიალები, ფილმები, ანიმაცია, კომპიუტერული თამაშები, კომიქსები საერთო გმირებით ქმნიან სხვადასხვა ისტორიას, ყველიან სხვადასხვა ამბავს, რომელთაგან თითოეულს შეაქვს საკუთარი წვლილი ერთ მთლიან გამოგონილ სამყაროში“.⁵

ჰენრი ჯეკინსის მოსაზრებას ავრცობს კრისტი დენა (Christy Dena) სადოქტორო ნაშრომში „ტრანსმედიის პრაქტიკა“ (*Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*). მკვლევარი ასკვნის, რომ: „ტრანსმედიურობა იწყებს შერწყმას ინტერტექსტუალურობასთან“.⁶ ინტერტექსტუალურობა კი, თავის მხრივ, სხვადასხვა ტიპის ნაწარმოებებში, როგორც სრული სიუჟეტის, ისე კონკრეტული პერსონაჟების, ეპიზოდების, მოტივების, გარკვეული აქცენტებისა და ა.შ. მრავალფეროვნების საშუალებას იძლევა.

კრისტი დენას აქცენტი ინტერტექსტუალურობაზე მნიშვნელოვანია, რადგან დღეს, როგორც არასდროს, „ქსელური საზოგადოების“ პირობებში, ხელოვნების აღქმისას, კონტექსტი ერთ-ერთი გადამწყვეტი ფაქტორი ხდება. იქმნება შთაბეჭდილება, თითქოს

ცალკეული ნამუშევარი დაკავშირებულია სხვა ნამუშევართან. აუდიტორიას მედიით გავრცელებული ცალკეული ნამუშევრებიდან ამა თუ იმ რეპლიკის, მოტივის, ვიზუალური გადაწყვეტის და სხვ. მიმართ, გარკვეული შეხედულება უკვე აქვს ჩამოყალიბებული და, შესაბამისად, ახალ პროდუქტს კონკრეტული რაკურსით აღიქვამს.

ტრანსმედია ისე, როგორც ინტერტექსტუალურობა, არ უნდა აღვიქვათ როგორც ახალი მედიის პროდუქტი. რეალურად, ისინი ყოველთვის არსებობდნენ და ინარჩუნებდნენ კულტურული სივრცის მთლიანობას, განვითარებას, ტრანს-ფორმაციასა და ასევე სხვადასხვა თაობის აუდიტორიის მიერ ხელოვნების ნიმუშის თავისებურ აღქმას.

ეპოქალურ ტრანსმედიურ მოვლენებად შეგვიძლია განვიხილოთ ანტიკური მითოლოგიაც და ბიბლიაც. დროისა და სივრცის მიუხედავად, ტრანსმედიურობა სხვადასხვა მხატვრული სამყაროს ურთიერთკავშირს გულისხმობს. ეს ერთგვარად მარადიული, მაგრამ სპონტანური პროცესია. თანამედროვე აღქმით კი, ტრანსმედიური პროექტი შესაძლოა დაიგეგმოს და სხვადასხვა მედიამატარებელზე წინასწარი სცენარის მიხედვით გავრცელდეს.

სპეციალისტთა უმრავლესობა ახალ მედიაარტს განიხილავს როგორც მულტიდისციპლინარულ მოედანს, სადაც შეგვიძლია ვიხილოთ თანამედროვე ხელოვნების ყველა მიმართულება - როგორც საავტორო, ისე საშემსრულებლო.

მკვლევართა ნაწილი მედიაარტის მთავარ მიზანს სწორედ მის მულტიდისციპლინარულობაში ხედავს.

„ისტორიულად, ახალმა მედიაარტმა შეავსო ის ცარიელი სივრცე, რაც მანამდე არსებობდა კრეატიულ მოედნებს - ხელოვნებასა და მეცნიერებას, ხელოვნებასა და ტექნოლოგიებს შორის. ასეთია მისი მისია და დანიშნულება“.⁷

სხვადასხვა დისციპლინაში მომუშავე თანამედროვე მკვლევრები მიიჩნევენ, რომ ჩვენ პოსტმედია ეპოქის საწყის ეტაპზე ვართ და გამოთქვამენ ვარაუდებს იმის შესახებ, თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს ამ პირობებში მედიაარტი.

5 Henry, *Convergence Culture*, 2006, p. 131

6 Christy, *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing...*, Sydney, 2009 - https://ciet-transdisciplinarity.org/biblio/biblio_pdf/Christy_DeanTransm.pdf - (04.24.2020)

7 Domenico, *New Media Art*, 2013, pg. p.196

„თუ ვაღიარებთ მოცემულობას, რომ ვცხოვრობთ პოსტმედია ეპოქაში, ეს მხოლოდ დასაწყისია. ხელოვნების (ცნობილი, როგორც ახალი მედიართი) ინტეგრაცია თანამედროვე ხელოვნების სამყაროში, არის ფართომასშტაბიანი რეორგანიზაციის მხოლოდ საწყისი ეტაპი. კონტინენტალური დრიფტი (მასშტაბური მოძრაობა) უკვე დაიწყო. როდესაც ის დასრულდება, ჩვენ, ალბათ, მხოლოდ მაშინ გავიგებთ, რა მნიშვნელობა ექნება სიტყვას „ხელოვნება“ ახალ ათასწლეულში“.⁸

მედიაარტისა და ზოგადად ხელოვნების განვითარების მომავალის შესახებ არა ერთი დისკუსია მოეწყო. კომპანია BBC აქვეყნებს მასალას სათაურით „როგორი იქნება ხელოვნება 20 წლის შემდეგ“ (აპრილი, 2019). სხვადასხვა არტისტისა და არტკურატორის მოსაზრებებზე დაყრდნობით, იკვეთება რამდენიმე ტენდენცია, რომლებიც, სავარაუდოდ, 20 წლის შემდეგ იქნება სახელოვნებო სივრცეში აქტუალური.

პროგნოზის მიხედვით: 2040 წლისთვის მასმედიის გავლენით, ხელოვნება გახდება მეტად ინკლუზიური და ხელმისაწვდომი; სავარაუდოდ, არტბაზარზე სიტუაცია რადიკალურად არ შეიცვლება და XX საუკუნის პირველ ნახევარში შექმნილ ფერწერულ ნიმუშებზე კვლავაც იქნება ყველაზე დიდი მოთხოვნა აუქციონებზე; სავარაუდოდ, მუზეუმებსა და საგამოფენო სივრცეებში ექპოზიციის კონცეფციები რადიკალურად შეიცვლება; კლიმატის ცვლილებები იქნება ხელოვნების ინპირაციის ერთ-ერთი მთავარი წყარო; იქნებიან აქტივისტი მხატვრები, რომლებიც ირეაგირებენ და ჩაებმებიან პოლიტიკურ აჯანყებებში; გაჩნდებიან ექსპერიმენტატორები, რომლებიც შეისწავლიან ახალ (მათ შორის, კოსმოსურ) სივრცეებს, დაბოლოს, BBC-ს პროგნოზის მიხედვით, 2040 წელს, ხელოვნება შესაძლოა არ ჰგავდეს ხელოვნებას თანამედროვე გაგებით, მაგრამ ის მაინც ეპოქის სულის ამსახველი იქნება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Castells, M, “The Rise of the Network Society”; 2nd edition; Blackwell Publishers, Inc. Cambridge, MA, USA, 2000
- Castells, M. Cardoso, G. “The Network Society: From Knowledge to Policy“. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005
- De Sola Pool I. “Technologies of Freedom“. Cambridge: Belknap Press; First Edition, 1983
- Dena, Christy. Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments, (PhD) School of Letters, Art and Media Department of Media and Communications Digital Cultures Program University of Sydney, Australia, 2009 - https://ciet-transdisciplinarity.org/biblio/biblio_pdf/Christy_DeanTransm.pdf (04.24.2020)
- Maldonado, Devon Van Houten, What will art look in 20 years, BBC, 23. April 2019 - <http://www.bbc.com/culture/story/20190418-what-will-art-look-like-in-20-years-> (04.24.2021)
- Domenico, Q. “Beyond New Media Art“ Publisher: LINK Editions, Brescia, 2013
- Elkins, James; “What happened to art criticism?“ Prickly Paradigm Press. 2003
- Henry, J. “Convergence Culture Where Old and New Media Collide “. New York New York University Press. 2006
- Knudsen, S., ”The Art of Critique“, Artium Publishing, 2018
- Neuman W. Russell, “The Future of the Mass Audience“, Cambridge University Press, 1991
- Weibel, P., “From Simulation to Stimulation“. Philosophical Journal “Logos”; № 4 (106); 2015

8 Maldonado, What will art..., BBC, 2019 - <http://www.bbc.com/culture/story/20190418-what-will-art-look-like-in-20-years-> (04.24.2020)