

თეა ჭანტურია

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი,

სადოქტორო პროგრამა: აუდიო-ვიზუალური რეჟისურა „ტელერეჟისურა“ ,

ხელმძღვანელი – პროფ. ალექსანდრე ვახტანგოვი

ეკრანული ხელოვნების ევოლუცია და თანამედროვე ტენდენციები

ძნელი წარმოსადგენია თანამედროვე საზოგადოება აუდიოვიზუალური კულტურის გარეშე, რომელიც გახდა ჩვენი ყოველდღიურობის განუყოფელი ნაწილი, უნივერსალური კომუნიკატორი, საგანმანათლებლო საქმიანობის სტიმული და თანამედროვე ხელოვნების სახეობა. ამ კულტურაში ტექნოგენური სიახლეების ფეხდაფეხ ჩნდება ახალი მიმართულებები და წარმოიქმნება ახალი ტენდენციები. ამდენად, მეტად მნიშვნელოვან საკითხად მიგვაჩნია ეკრანული ხელოვნების ევოლუციის და თანამედროვე ტენდენციების მიმოხილვა.

„ხელოვნების ღრმა არსი იდეის ერთიანობაში და მის მატერიალურ განსახიერებაში მდგომარეობს. თანამედროვე ხელოვნება არ არის მატერიალისტური. მისი ზოგიერთი წარმომადგენელი სასიკვდილო გაყოფას განიცდის იდეასა და მის კონკრეტულ განსახიერებას შორის“ – წერს რუდოლფ არნჰეიმი თავის ერთ-ერთ ნაშრომში.[1]

„ხელოვნება – საკუთარი თავის და სხვების გააზრებისა და გაგების მეთოდია, აზრთწარმოქმნის ფორმა ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც მეცნიერება.

ხელოვნება თავისთავად არ არის ბუნებრივი გადარჩევის პირდაპირი პროდუქტი, არამედ ის ჩვენი დიდი ტვინის ცხოველქმედების შედეგია, რომელიც თავის მხრივ გადარჩენის მოსაზრებით განვითარდა“ – განმარტავს თანამედროვე ხელოვნებას ბოსტონის უნივერსიტეტის პროფესორი ელენ უინერი.[2]

„აუდიოვიზუალური კომუნიკაციის“ კონცეფციისა და ზოგადად მისი, ადამიანის ცნობიერებაში, ადგილის დასადგენად საჭიროა გავითვალისწინოთ ისეთი ძირითადი ცნებების შინაარსი და სტრუქტურა, როგორიცაა „კულტურა“: ესთეტიკური,

მხატვრული, ტექნიკური, საინფორმაციო და მედია. განსახილველ საკითხთან გარკვეულად იკვეთება აღქმის, მაცურებლის და ეკრანული თავისებურებები, რომლებიც ყველაზე მჭიდრო კავშირშია აუდიოვიზუალურ ხელოვნებასთან.

ხოსე ორტეგას აზრით, „ნებისმიერი სახის ხელოვნებას აქვს თავისი ზეთემა“. ის „იბადება თვითგამოხატვის ფუნდამენტური მოთხოვნების დიფერენცირების პროცესში, რაც ჩადებულია ადამიანში.“ „ხელოვნება არის კეთილშობილი და მგრძნობიარე იარაღი, რომლის საშუალებითაც ადამიანი გამოხატავს იმას, რისი გამოხატვაც სხვაგვარად შეუძლებელია“. [3]

აუდიოვიზუალურ ხელოვნებას განსაკუთრებული როლი აქვს მსოფლიო მხატვრულ კულტურაში. იგი არის ტექნოლოგიისა და მხატვრული შემოქმედების ერთობლიობა. ტექნოლოგიური პროგრესი აქტიურად ახდენს გავლენას აუდიოვიზუალური ხელოვნების ენაზე. მასობრიობა, დემოკრატიზმი, წვდომა, ეკრანული ხელოვნების ტირაჟირება (კინო, ტელევიზია, ვიდეო, მულტი-მედია) მისი დამახასიათებელი თვისებებია.

აუდიოვიზუალური კულტურა არის კომუნიკაციური პარადიგმა, რომელიც ავსებს ადამიანებს შორის ურთიერთობების ტრადიციულ ფორმებს, პირდაპირი კომუნიკაციის და წერილობით (წიგნის) კულტურას.

ეკრანული ხელოვნება, კინემატოგრაფიასთან ერთად, XIX საუკუნის ბოლოს წარმოიშვა და XX საუკუნის განმავლობაში გახდა ნორმების, ჩვეულებების, ტრადიციების, ღირებულებების ფორმირებისა და ტრანსლირების ძირითადი მექანიზმი, რომელიც საფუძვლად უდევს ინდივიდუალურ კულტურულ თემებსა და მასობრივ კულტურას. სწორედ აუდიოვიზუალური კომუნიკაციის ახალი საშუალებების ტექნიკურმა შესაძლებლობებმა წამოიწყო კულტურული გლობალიზაციის პროცესები.

მარშალ მაკლუენი თავის ნაშრომში „მედიის შეცნობა, ადამიანის გაფართოვება“ (Understanding Media, The extensions of man) ახალიზებს მედიის კულტურალურ და ეპოქალურ პარადიგმებს: „ყველა კულტურას და ეპოქას აღქმისა და ცოდნის საკუთარი საყვარელი მოდელი გააჩნია, რომელსაც ისინი ყველას და ყველაფერს

მიაკუთვნებენ. ჩვენი დროის სახასიათო ნიშანია – ზიზღი დანერგილი კულტურული ნიმუშებისადმი“.[4]

მაკლუენი თავის გამორჩეულ ნაშრომში „The medium is the message“ აღნიშნავს, რომ „ჩვენს ძირითად სოციალურ და კულტურულ გარემოში ცვლილებები მიუთითებს ახალ შეტყობინებაზე, ახალი ტიპის ინფორმაციაზე, ანუ ეს არის ახალი გარემოს ეფექტი. სწორედ ამ ახალი გაფრთხილების საფუძველზე, ჩვენ შეგვიძლია ახალი გარემოს აღწერის და იდენტიფიკაციის დაწყება“.[5]

მაკლუენი გვაფრთხილებს, „ცვლილებების კონტროლი, როგორც ჩანს, არის არა მათ მხარდამხარ მოძრაობა, არამედ წინსწრება. მოლოდინი ძალის ვექტორის გადახრის და კონტროლის საშუალებას იძლევა“.

მარკ ფედერმანი აღნიშნულ ხედვას განმარტავს შემდეგნაირად: „კომუნიკაციის ახალ საშუალებას მოაქვს ახალი ტიპის ინფორმაცია“.[6]

აუდიოვიზუალური ხელოვნების განვითარების საწყის ეტაპზე, კინოს ტრადიციული ესთეტიკა ეფუძნებოდა რეალობის ეფექტს.

დაუმუშავებელმა რეალობამ, რომელიც უკვე არსებობდა, კინოთეატრების პირველ მაყურებელზე დიდი შთაბეჭდილება მოახდინა. ცხოვრებისეული ნაწილები შესაძლოა განსხვავებული ყოფილიყო, ლუმიერების „ქარხნის მუშების გასასვლელიდან“, ევროპის სხვადასხვა კუთხეში კორონაციის დემონსტრირებამდე, ცხოვრების რეალური დოკუმენტური ფრაგმენტებიდან, გულდასმით რეკონსტრუირებულ სათამაშო სცენებამდე.

ნამდვილობის ეფექტი კიდევ უფრო გააძლიერა ტელევიზიის დაბადებამ, რომელიც გახდა რეალობის განუყოფელი პოლიტიკური ნაწილი; იგი არ საჭიროებდა რაიმე სპეციფიკურ მანიპულაციას ტექნიკური ტრანსლირების გარდა, მოქმედების ადგილიდან სატელევიზიო ეკრანებამდე მეტ-ნაკლებ დისტანციაზე.[7]

მედია არის სოციალური ინსტიტუტი, ინდუსტრია, კულტურული ნიმუში, რთული ფენომენი, რომელიც პოლიტიკურად, სოციალურად, ეკონომიკურად და ანთროპოლოგიურად განისაზღვრება გარე ფაქტორებით.

უცხოურ კვლევებში ყველაზე გავრცელებული პარადიგმა არის: ემპირიული ფუნქციონალიზმი, პოლიტიკური ეკონომიკა და ანთროპოლოგიური მოდელები. ეს მიდგომა მეთოდოლოგიურად სწორი იარაღია, რომელიც ხელს უწყობს მედიის კვლევის სისტემურ განხილვას. ამავე დროს, ასეთი პარადიგმატული მიდგომა არ ეწინააღმდეგება მედიის კვლევის პარადიგმების მრავალფეროვნებას, რაც განსაკუთრებით აშკარაა მეცნიერთა ცენტრისტულ შეხედულებებში, რომლებიც აღიარებენ მედიის სოციალურ, ეკონომიკურ და კულტურულ ასპექტებს.

სოციალური მედია არის ქსელები, ვებსაიტები და პროგრამები, რომლებიც ადამიანებს საშუალებას აძლევენ შექმნან, გააზიარონ და დაუკავშირდნენ სხვა მომხმარებელს ან მომხმარებელთა ჯგუფს. სოციალურ მედიას, აქვს რამდენიმე ზოგადი თვისება: ის ასტიმულირებს ონლაინ საზოგადოებების გაჩენას, ხოლო შინაარსს კი, თავად მომხმარებლები ქმნიან. ჩვეულებრივ, განასხვავებენ ტერმინებს „სოციალური ქსელი“ და „სოციალური მედია“. სოციალური ქსელებია: [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) და ა.შ. ციფრულმა ანალიტიკოსმა ბრაიან სოლისმა, რომლის ნამუშევრებმა დიდი გავლენა მოახდინა ადრეულ ციფრულ და სოციალურ მარკეტინგულ ლანდშაფტზე, შექმნა პლატფორმა: „A visual map of the social media landscape“, სადაც ათობით უდიდესი სოციალური ქსელია განთავსებული.[8]

აუდიოვიზუალური კულტურა – პოლიფუნქციური მოვლენაა, როგორც მთლიანობაში კულტურა. ეს ნიშნავს, რომ მას სოციალურ სისტემაში უნიკალური როლი აქვს. კულტურის ფუნქციის კლასიფიკაცია მოცემულია მრავალი მკვლევრის ნაშრომში: ფილოსოფოსების, სოციოლოგების, კულტუროლოგების და ა.შ.

დღეს ყურადღებას გავამახვილებთ მხოლოდ რამდენიმე ძირითად ფუნქციაზე, რომლებიც დამახასიათებელია აუდიოვიზუალური კულტურისთვის. ეს ის ფუნქციებია, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ საინფორმაციო ეპოქაში.

კრეატიული ფუნქცია. აუდიოვიზუალური კულტურის ერთ-ერთი ფუნდამენტური ფუნქცია სამყაროს განვითარება და ტრანსფორმაციაა. მიღებული ინფორმაციის დახმარებით, ინდივიდი აფართოებს თავის ცოდნას სამყაროს შესახებ, აცნობიერებს მას სხვადასხვა რაკურსიდან: ფილოსოფიური, მორალური, ეკონომიკური, ესთეტიკური,

იურიდიული და ა.შ. ამავდროულად ხდება ინდივიდუალური ცნობისმოყვარეობის გაზრდა, საკუთარი თავის და გარშემო სამყაროს შეცნობა. აუდიოვიზუალური კულტურის კრეატიული ფუნქცია საშუალებას აძლევს ინდივიდს, მოერგოს თანამედროვე რეალობას, გარემოს, მიიღოს პასუხი ბევრ კითხვაზე, იყოს მზად ყველა ტიპის წინააღმდეგობის და კატაკლიზმისთვის.

რელაქსაციის ფუნქცია. რელაქსაციის ფუნქცია უკავშირდება ინდივიდის ფიზიკურ და გონებრივ დასვენებას, განტვირთვას. სწორედ აუდიოვიზუალური ხელოვნება უზრუნველყოფს ამ ყოველივეს თანამედროვე ადამიანისთვის.

საქმე მხოლოდ იმაში არ არის, რომ აუდიოვიზუალური ხელოვნების გარკვეული ტიპები მოხმარება (ბელეტრისტიკის კითხვა, აუდიოჩანაწერების მოსმენა, ფილმების ყურება, ტელევიზია, კომპიუტერული თამაშები და ა.შ.) დასვენების დროს, როდესაც გართობის ან მოდუნების განწყობაზე ვართ. ფაქტია, რომ თვით კულტურა, ჰოლანდიელი მკვლევრის ი. ჰოიზინგას აზრით, შეიცავს თამაშურ ელემენტს. ი. ჰოიზინგას კონცეფციის თანახმად, რომელიც გაანალიზებულია წიგნში «Homo Ludens» („მოთამაშე ადამიანი“), თამაში არა მხოლოდ კულტურული წარმოშობის ფორმაა, არამედ ნებისმიერი კულტურული საქმიანობის შეუცვლელი ელემენტი, მამოძრავებელი ძალა კულტურის განვითარებისათვის.[9]

„ყველაფერი თამაშია“ – აღნიშნავდა ი. ჰოიზინგა, თავის აზრებს კი ადასტურებდა ძველი ბერძენი ფილოსოფოსების ნაშრომებით. ჰერაკლიტე ამბობდა: „ადამიანთა მოსაზრებები ბავშვების თამაშია“; პლატონის აზრით, „ადამიანი შექმნილია უფლის სათამაშოდ, და ეს, არსებითად, ყველაზე საუკეთესოა მისთვის. ამიტომაც მან ცხოვრება თავისი ბუნების შესაბამისად უნდა გაატაროს და ითამაშოს ყველაზე ლამაზი თამაშები...“ თანამედროვე გასართობი ინდუსტრია, რომელიც აუდიოვიზუალური კულტურის განუყოფელი ნაწილია, წარმოგვიდგენს რელაქსაციის საშუალებების სპეციალურ ფართო სპექტრს – გარკვეული ჟანრის ფილმებიდან დაწყებული, ინტერაქტიული თამაშებით, ტელე-ეთერით ან კომპიუტერის საშუალებით ვირტუალურ სამყაროში მოგზაურობით დამთავრებული.[10]

საკომუნიკაციო ფუნქცია. ეს ფუნქცია მყარად არის დაკავშირებული საინფორმაციოსთან. საკომუნიკაციო ფუნქციის არსი მდგომარეობს შემდეგში – აუდიოვიზუალური კულტურა არის ურთიერთობის აქტი: მთავრობასა და საზოგადოებას შორის, სხვადასხვა ქვეყნებს შორის, სოციალურ ჯგუფებს შორის, ინდივიდებს შორის და ა. შ.

აუდიოვიზუალური ხელოვნების საკომუნიკაციო ფუნქცია მოქმედებს, როგორც კულტურათაშორისი დიალოგის ძლიერი კატალიზატორი; შედეგად ხდება კულტურული ინფორმაციის გაცვლა ისტორიულ-ფილოსოფიურ და ისტორიულ-ლიტერატურულ კონტექსტში და ეს პროცესი ასტიმულირებს სოციალურ პროგრესს.

კომუნიკაციის ფორმებისა და მეთოდების შემუშავება – კაცობრიობის კულტურული საქმიანობის უმთავრესი ასპექტია. მისი განვითარებით, კაცობრიობამ მოიპოვა ფართო შესაძლებლობები სხვადასხვა ინფორმაციის გადაცემის და გაცვლის – პრიმიტიული დრამის სიგნალით დაწყებული, თანამედროვე სატელევიზიო ტელევიზიით და კომპიუტერით.

ინტერნეტის და ტექნოლოგიური საშუალებების განვითარებამ ფუნდამენტური ცვლილებები შეიტანა ადამიანის საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის მედიასა და აუდიოვიზუალურ ხელოვნებაში. ტექნოლოგიურმა პროგრესმა რადიკალურად შეცვალა საინფორმაციო ნაკადების გადაცემის გზები და მეთოდები. შეიცვალა ასევე ინფორმაციაზე წვდომის მექანიზმი და მასშტაბი. მოხდა ტრადიციული მედიასაშუალებების საზღვრების გადაფარვა, სხვადასხვა ტიპის აუდიოვიზუალური მიმართულებების კონვერგენცია და სხვაგვარი ინტერპრეტირება.

ლ. კრუგლოვა აღნიშნავს, რომ აუდიოვიზუალურ კომუნიკაციებში ინტერნეტის ინტეგრაციით თავდაპირველად შესაძლებელი გახდა, მაგალითად, ვიდეოს ჩამოტვირთვა და სასურველ დროს ყურება. „Flesh“-მა და „ფართოფორმატიანი“ ხედვის შესაძლებლობამ გაამარტივა და დააჩქარა აუდიოვიზუალური ინფორმაციის მიღება და აღქმა. თანამედროვე ეპოქაში „ვიდეო“ გახდა ინფორმაციის მატარებელი სისტემური, რთული საშუალება. თუმცა მარტივად გადმოსცემს არა მხოლოდ ინფორმაციას, არამედ ემოციებსაც, რაც ზოგადად მნიშვნელოვანია კომუნიკაციისთვის. ჩვეულებრივ,

კომუნიკაციაში ვერბალური კომპონენტი 20%-ზე ნაკლებია; ყველა დანარჩენი არის ხედვითი და სმენითი, თუმცა ეს ყოველივე შეიძლება არ იყოს პირდაპირ კავშირში მიღებულ ინფორმაციასთან.[11]

მისურის უნივერსიტეტის პროფესორი ბაირონ სკოტი დარწმუნებულია, რომ „ვიდეოკონტენტის მნიშვნელობა ახალ მედიებში შესამჩნევად იზრდება. ამას რამდენიმე მიზეზი აქვს. მაყურებელი ეჩვევა ტელევიზორს – მისთვის გაცილებით მარტივია ახალი ამბების „ყურება“, ვიდრე „კითხვა“ – ანუ ვიზუალური ინფორმაციის გადამუშავება უფრო ადვილია. მაგალითად, ახალი ტექნოლოგიები ვიდეოსიუჟეტური „პოდკასტების“ ნახვის საშუალებას იძლევა. სხვადასხვა კვლევაში გამოიკვეთა, რომ „ვიდეოს“ შემცველი რესურსები (ინტერნეტრესურსები) გაცილებით პოპულარულია, ვიდრე მხოლოდ ტექსტის შემცველი. აუდიოვიზუალური გარემო სპეციფიკურია, იგი ემყარება სამ ძირითად პრინციპს: ადამიანები თავად ირჩევენ რას უყურონ? სად უყურონ და როდის?[12]

სარა გიბსონის (ბი-ბი-სის ანალოგური მაუწყებლობის ხელმძღვანელი) აზრით, დღეს მნიშვნელოვანია არა საიდან მაუწყებლობ – ეს საკითხი მეორე პლანზე გადადის, არამედ პრიორიტეტულია, რამდენად ხელმისაწვდომია მასალა აუდიტორიისათვის.[13]

ბევრ დამკვირვებელს მიაჩნია, რომ მედიაში რევოლუცია ხდება. სიტუაცია ბევრად უფრო რევოლუციურია, ვიდრე ტელევიზიის გაჩენის პერიოდში. ახალი მედია გავლენას ახდენს სხვადასხვა საზოგადოებრივ სფეროზე, ბიზნესის ხედვასა და კულტურულ ტრადიციებზე. მედიამ არ უნდა უარყოს და შეცვალოს ტექნოგენური და ფილოსოფიური ტენდენციები აუდიოვიზუალურ ხელოვნებაში, პირიქით, თავისი სამუშაო მეთოდით უნდა ადაპტირდეს დღევანდელ ტექნოლოგიურ რეალობასთან.

ახალი აუდიოვიზუალური ტექნოლოგიების, როგორც ეკრანული კულტურის განვითარების საფუძვლის განხილვის შეჯამებისას, გვინდა კიდევ ერთხელ ხაზი გავუსვათ, რომ იგულისხმება კულტურის ტიპი, რომლის შეტყობინების მთავარი მატერიალური მატარებელია არა წერა, არამედ „ეკრანიზაცია“. ეს კულტურა ემყარება „ეკრანულ მეტყველებას“, რაც თვისობრივად განასხვავებს მას წიგნის კულტურისგან და აახლოებს კომუნიკაციების თავდაპირველ ტიპთან – პირადი კონტაქტის

კულტურასთან, იგი დინამიკურია და ყოველ წამს იცვლება. რაც შეეხება ეკრანული კულტურის მხატვრულ ასპექტებს, აქ საკითხი გაცილებით ღრმაა, ვიდრე ერთი შეხედვით ჩანს. საქმე მხოლოდ იმაში არ არის, რომ ეკრანულ კულტურას აქვს უდიდესი მხატვრული პოტენციალი. ფაქტია, რომ ეკრანული კულტურის ენა – მაშინაც კი, როცა სამეცნიერო მიზნებისთვის გამოიყენება – საწყის „მარცვალში“ არის ღრმად მგრძნობიარე და შესაბამისად მხატვრული.

წარმოდგენილი მიმოხილვის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სახეზეა აუდიოვიზუალურ ხელოვნებაში მიმდინარე ტექნოლოგიურ პროგრესთან და მსოფლიოში არსებულ სოციალურ, ეკოლოგიურ, კულტურულ პროცესებთან ასოცირებული ცვლილებები. ეს ამბავებს ადამიანის ფსიქოლოგიური კომფორტისა და დისკომფორტის პრობლემებს როგორც პირად გარემოში, ისე სოციუმში. შესაბამისად, გასათვალისწინებელია აუდიოვიზუალურ კულტურაში მიმდინარე ცვლილებები, რათა დროულად და ადეკვატურად მოიძებნოს მოჩვენებითი (ვირტუალური) რეალობებით გამოწვეული ფსიქოლოგიური პრობლემების დაძლევის გზები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Arnheim R, Art and Visual Perception, University of California, 1961, p. 309.
- Bibler V Dialogue Of Cultures (A Definition Endeavor), <http://www.culturedialogue.org/drupal/en/node/464> (20/12/2020)
- Dunas D. Paradigmatic Approach To Media Studies: The Experience Of Foreign Researchers, Вестн. Моск. Ун-Та. Сер. 10. Журналистика. 2017. № 4, 2017, <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2017/4/paradigmalnyy-podkhod-k-izucheniyu-smi-opyt-zarubezhnykh-issledovateley/>, (20/12/2020)
- Federman M, What is the Meaning of the Medium is the Message?, 2004, <https://reengagementrealized.com/about/biography/> (20/12/2020)
- Flidlender GM, Art Philosophy and Art Of The Philosopher (Философия Искусства И Искусство Философа (Эстетика Хосе Ортеги-И-Гассета), Moscow, 1991.
- Gibson S. <https://aibd.org.my/node/6190> (20/12/2020)
- Huizinga J, Homo Ludens, Kettering, GB, 2014.
- Khilko N, Role Of Audio-Visual Culture In The Creative Self-Realization Of The Person (Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности), Omsk, 2001.
- Kirillova H, Audiovisual Arts And Screen Creativity Forms (Аудиовизуальные Искусства И Экранные Формы Творчества), Ekaterinburg, 2013.
- Kruglova L, Transformation Of Audio-Visual Content In New Media (Трансформация Аудиовизуального Контента В Новых Медиа), Вестн. Моск. Ун-Та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 3, <https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/937/2012-3-31-36.pdf>.
- McLuhan M, The Medium Is The Message, New York City, 1967.
- McLuhan M, Understanding Media, The Extensions Of Man, Massachusetts University of Technology, 2003.
- Ortega J, Aesthetics Philosophy Of Culture, 1991,
- Razlogov K, New Audio-Visual Technology (Новые Аудиовизуальные Технологии), Moscow, 2005.
- Scott B, <https://journalism.missouri.edu/2006/04/byron-scott-retires-earns-professor-emeritus-status/>
- Solis B, <https://www.briansolis.com/>.

- Winner E, The aesthetic attitude to art, 2019, <https://www.bc.edu/bc-web/schools/mcas/departments/psychology/people/faculty-directory/ellen-winner.html>

Tea Chanturia

Ph. D. student at the Shota Rustaveli Theatre and Film Georgia State University,

Film and TV Faculty

Leader – prof. A.Vakhtangov

The Evolution of Screen Art And Modern Trends

Summary

In order to determine the concept of “audiovisual communication” and its place in the human consciousness in general, it is necessary to consider the content and structure of such basic concepts as “culture”: aesthetic, artistic, technical, information and media. The issues under consideration, the viewer and the screen, which are most closely related to the audiovisual art, are clearly identified with the issue under consideration.

Many observers believe that a revolution is taking place in the media. The situation is much more revolutionary than in the period of the advent of television. New media influences different public spheres, business visions, and cultural traditions. The media should not reject and change the technogenic and philosophical tendencies in audiovisual art, on the contrary, it should adapt its working method to the current technological reality.

Summarizing the discussion of new audiovisual technologies as the basis for the development of screen culture, we would like to emphasize once again that we mean the type of culture whose main material of communication is not writing, but “screening”. This culture is based on “on-screen speech”, which qualitatively distinguishes it from the culture of the book and brings it closer to the original type of communication – the culture of personal contact, it is dynamic and changes every

second. As for the artistic aspects of screen culture, the issue here is much deeper than it seems at first glance. It is not just that screen culture has the greatest artistic potential. The fact is that the language of screen culture – even when used for scientific purposes – is deeply sensitive in the initial “grain” and therefore artistic.

Based on the presented review, we can conclude that there are changes associated with technological progress and current social, ecological, cultural processes in the world today. This exacerbates the problems of human psychological comfort and discomfort both in the personal environment and in society. The current changes in the audiovisual culture must be taken into account in order to overcome the severity of the psychological problems caused by imaginary (virtual) realities in a timely and adequate manner.~

[1] Arnheim R, Art and Visual Perception, University of California, 1961, p. 309.

[2] Winner E, The aesthetic attitude to art, 2019, <https://www.bc.edu/bc-web/schools/mcas/departments/psychology/people/faculty-directory/ellen-winner.html> (20/12/2020)

[3] Flidlender GM, Art Philosophy and Art Of The Philosopher (Философия Искусства И Искусство Философа (Эстетика Хосе Ортеги-И-Гассета), Moscow, 1991, p. 589

[4] McLuhan M, Understanding Media, The Extensions Of Man, Massachusetts University of Technology, 2003, p. 366.

[5] McLuhan M, The Medium Is The Message, New York City, 1967, p. 160.

[6] Federman M, What is the Meaning of the Medium is the Message?, 2004, <https://reengagementrealized.com/about/biography/> (20/12/2020)

[7] Razlogov K, New Audio-Visual Technology (Новые Аудиовизуальные Технологии), Moscow, 2005. P.428.

[8] Solis B, <https://www.briansolis.com/> (20/12/2020)

[9] Huizinga J, Homo Ludens, Kettering, GB, 2014, p. 220

[10] Kirillova H, Audiovisual Arts And Screen Creativity Forms (Аудиовизуальные Искусства И Экранные Формы Творчества), Ekaterinburg, 2013, p. 154.

[11] Kirillova H, Audiovisual Arts And Screen Creativity Forms (Аудиовизуальные Искусства И Экранные Формы Творчества), Ekaterinburg, 2013, p. 154.

[12] Scott B, <https://journalism.missouri.edu/2006/04/byron-scott-retires-earns-professor-emeritus-status/> (20/12/2020)

[13] Gibson S. <https://aibd.org.my/node/6190> (20/12/2020)