

فن الميديا : أشكال تعبيرية وممارسات مقالوتية جديدة في سوق الفن

Media art : new forms of expression and new entrepreneurial practices in the art market

نسيم بوقطاية¹ ، فاطمة بن نية²

¹ المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام / مخبر وسائل الإعلام، الاستخدامات الاجتماعية والاتصال

bouguettaya.nassim@ensjsi.dz

² المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام / مخبر وسائل الإعلام، الاستخدامات الاجتماعية والاتصال

bennia.fatima@ensjsi.dz

ملخص:	معلومات المقال
يهدف هذا المقال الى البحث في العلاقات المتظافرة بين فن الميديا بأشكاله الابداعية الجديدة، وموقع هذا الفن في السوق، وهي الثنائية التي تأثرت بالتكنولوجيات الحديثة للاتصال، سواء بالنسبة لفن الميديا الجديدة، من حيث أنه وليد هذه التكنولوجيا انتاجا وانتشارا وتلقيا، أو للبعد الاقتصادي (التجاري) لهذا الفن باعتباره تجربة تتطور وتتحرك ضمن بيئة رقمية مناسبة.	تاريخ الارسال: 2020/10/15 تاريخ القبول: 2020/11/26
فعبّر هذه الدراسة الوصفية التحليلية، سعينا الى التفكير في إمكانية توفير المنظومات التكنولوجيات الحديثة واستخداماتها الفنية والتسويقية العدة اللازمة لكي يُستثمرَ في فن الميديا، ليس فقط في منجزاته الابداعية، ولكن في نشر وتسويق هذه المنتجات عبر ممارسات مقالوتية فنية تتمتع بالدينامية والابداع، ونسمح للفنان بالتكيف بسرعة وكفاءة مع كل المستجدات.	الكلمات المفتاحية: ✓ فن الميديا ✓ المقالة الفنية ✓ سوق الفن
<i>Abstract :</i>	<i>Article info</i>
<i>This paper aims to examine the fusional relationships that exist between media art as well as the renewed attempts to secure a place for this art on the market. Indeed, through this analytical and descriptive study, we reflect on the possibility of transforming new technologies into the means necessary to invest in the art of new media, not only in its creative achievements, but also in the distribution and marketing of its products, by creating new entrepreneurial practices, while offering the artist the possibility of adapting quickly and effectively to any development.</i>	Received Accepted
	Keywords: ✓ Media art ✓ Artistic entrepreneurship ✓ Art market

المؤلف المرسل: نسيم بوقطاية

مقدمة:

يخضع الفن، كغيره من الميادين، الى التقدّم التكنولوجي المعزّز لنحوّله وتطوّره، وبمسّ هذا التحوّل، اضافة الى بنياته الجمالية التي يتمظهر من خلالها، أساليب عرضه على المتلقي واستراتيجيات ترويجه في السوق.

ومن الفنون التي ساهم المنطق التقني في بروزها وتطورت بتطوره نجد "فن الميديا الجديدة"، وهو فن ذو نمط وسائطي، يُنتج كحزمة معلومات متدفقة في البيئة الرقمية، ويمارس حضوره وتأثيره في ذات البيئة.

فن الميديا الجديدة دليل على وجود صلة بين الطفرة الرقمية وانفتاح سوق الفن على أنماط معاملات ونماذج اقتصادية مبتكرة حلت محل الممارسات التقليدية، وفرضت إعادة هيكلة للأشكال الإبداعية القديمة من حيث انتاجها ومسارها التسويقية، بل واستحدثت أشكالاً إبداعية وتسويقية عديدة ومتنوعة.

وهذا ما يجعلنا نتناول بالدراسة والبحث امكانية توافق هذا الفن مع منطق اقتصادي للفن، وفي البيئة الرقمية تحديداً، محاولين الإجابة عبر هذه

الورقة البحثية عن سؤال محوري: **كيف يمكن لفن الميديا الجديدة أن يسوق في ظل البيئة الرقمية؟**

ولتحقيق هذا الغرض، اعتمدنا على خطة منهجية تتوخى التفكير النظري في المفاهيم والمصطلحات الأساسية للموضوع، اضافة الى محاولة تظهير العلاقات التي يمكن أن تتولد من تقاطعها، مع اعتماد التحليل الوصفي لعناصر من واقع فن الميديا الجديدة وعلاقته بسوق الفن.

عملياً، نسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف وتتمثل بداية في الاقتراب مفهوماً من فن الميديا الجديدة، حيث سنناقش المنطقيات المختلفة التي تشكلت حول مسألة تقنية الفن بشكل عام، لنتناول بعدها بالفهم احدى نواتج هذه التقنية، والمتمثلة في " فن الميديا الجديدة"، والناجئة عن التمازج بين الفنون المعاصرة وتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

في مرحلة ثانية، سننتقل الى التفكير في مسألة المقاربة الاقتصادية للفن، وهذا عبر التطرق الى سوق الفن ورهاناته، وكيف برز ملمح جديد للفنان بفعل منطق تكنولوجي واقتصادي حديث جعله أقرب إلى المقاولاتية وريادة الأعمال من الفن المحض.

وأخيراً، نستعرض بعضاً من ممارسات الاقتصادية الفنية الرقمية باعتبارها إحدى الحلول المقدمة لأزمة تسويق الفن.

2. الفن والتقنية: منطقيّات مختلفة في مسألة تقنية الفن

لم تكن علاقة الفن بالتقنية وليدة التكنولوجيات الرقمية الحديثة، فقد برزت هذه العلاقة منذ بداية العصر الصناعي الذي شهد فيه الفن أولى عمليات الاستنساخ الآلي عن طريق التصوير والسينما، و بدأت الممارسات الفنية المختلفة وما يتبعها من نقل وتوزيع، بالتحوّل العميق على مستوى كل عملياتها، سواء بالنسبة الى صورة العمل الفني الذي "عرف تداخلاً بين المتاع والفن كما في أعمال التنصيب، أو التداخل بين مفهومي البرجوازية الاجتماعية والبروليتاريا كما في ال Pop Art" (بهنسي و بن حمودة، 2013، ص73)، أو على مستوى تلقّي هذه المنتجات الفنية، وهي المسألة التي أثارت اهتمام باحثي حقل علوم الاعلام والاتصال تحديداً، حيث مكّنت التقنية من تعرض عدد كبير من الناس لهذه المنتجات مع سهولة اقتنائها، وهذا بدل الاقتصاد على فئة محدودة ونخبوية.

تمكّن الفنان الأمريكي Benjamin Laposky ما بين سنتي 1950 و 1952، من تأكيد إمكانية ارتباط الفن بالتقنية، من خلال "ترددات" (Oscillons) وهو عمل ابداعي تم باستخدام أنبوب خاص لبث موجات من الالكترونيا، وجعلها تتحرك بشكل متموج ومتغير أنتج صوراً ذات جمالية خاصة، ويعتبر هذا العمل الفني أولى المنجزات الإبداعية التي عرفت في المجال الرقمي بمفهومه الحديث (محسن، 2019).

الشكل 1: إحدى أشهر صور مجموعة "ترددات" ل Benjamin Laposky



المصدر: <https://spalterdigital.com/artists/ben-laposky>, consulté le 03/03/2020

بعدها، وخلال الفترة الممتدة من 1950 الى 1980 توالى المحاولات لإنتاج عدد أكبر من الأعمال الفنية الموظفة للمنطق التقني، لتأتي بعدها سنوات التسعينات حاملةً معها التطور الكبير الذي عرفته التكنولوجيا بالانتقال الى الرقمنة (ريس، 2019)، وهو التطور الذي حوّل الحاسوب الى جزء من الاستخدام اليومي للفرد بشكل عام، و"استثمارا مستديما للحقل الفني" (Morelli, 2005) بشكل خاص. وشهدت هذه الفترة-تحديدا- ميلاد أعمال فنية رقمية مميزة، كعمل Kenneth Snelson، الذي قام باستعمال برمجية كمبيوتر للرسم المتحرك من أجل تحقيق البعد الوهمي 3D للصورة من خلال التكرار. لاحقا، وفي الفترة الممتدة من تسعينات القرن الماضي إلى العقد الأول للقرن الواحد والعشرين، وأمام تغلغل التكنولوجيا الرقمية في كل مجالات الحياة اليومية، تحولت التقنية من مجرد تجربة عارضة الى أداة، وأصبح الفنان ينتقل بين أدوات الفن التقليدية والتكنولوجية بشكل يصعب معه التفريق بين منجزاته اليدوية والرقمية (ريس، 2019)، كالبورترهات ثلاثية الأبعاد المصغرة ل Karin Sander المنجزة عبر آلة رقمنة بـ 360 درجة، والتي تحصل من خلالها على منحوتة تقليدية، وبطريقة رقمية.

تشتغل الفنانة الألمانية Sander على مفاهيم فنية جديدة تهدف الى التشكيك في سياقات وشروط أنظمة إنتاج ونشر الفن وتفكيكها بحيث تعمل على خلق نوع من الابتعاد أو الانفصال عن الواقع، وتستعين بتقنية مسح الجسم Body scan لمنح تمثيلات نحتية لأشخاص وتعطي صورا ثلاثية الأبعاد تقترب من الواقع لكن هذه الدقة في محاكاة الواقع تجعل المتلقي-في نفس الوقت-يشكك في مدى موضوعية العمل، كما هو موضح في الشكل المدون أدناه

بعض أعمال هذه الفنانة المتعلقة بتقنية 3D معروضة حاليا في أكبر متاحف العالم كمتحف الفن المعاصر بنيويورك الأمريكية ومتحف المتروبوليتان للفنون بنفس المدينة، ولها ابداعات فنية ذات شهرة عالمية عديدة أهمها تجربة Patina Painting (ترجمة للمصطلح الأصلي باللغة الألمانية Gebrauchsbilder) التي تجعل من الأعمال الفنية أشياء تلي حاجات أفراد في مكان معين ولفترة زمنية معينة ثم تنقل ذات الابداعات إلى اطار زمكاني اخر وتغير تسميتها واستخداماتها، ويستمر "تجَلُّزُ" العمل الإبداعي لفترة زمنية غير محددة وفي أماكن مختلفة.

الشكل 2 : صورة لاحدى أعمال Karin Sander الفنية.



المصدر : <http://www.karinsander.de/en/work/persons-1-5>, consulté le 01/09/2020

يتعلق الأمر اذن بانفتاح العصر الحديث على تكنولوجيا أدت الى تقننة جديدة للفن وتَعْدِيد لوظائفه الجمالية، وهو ما فتح نقاشا وجدلا هاما حول مسألة جدوى استعمال الفن للتكنولوجيا الجديدة ومدى تأثير هذه الاخيرة على القيمة الجمالية له، حيث انقسم الباحثون والمهتمون بفهم علاقة التكنولوجيا بالفن إلى اتجاهين يمتلك كل منهما حججه المؤسّسة.

فهناك اتجاه يَعتَبِرُ تدخل التقنية في العمل الفني سببا لتداعيه وتشوّهه وفقدانه للمبادهة تحت تأثير الاعلام والفرجة، وهناك اتجاه آخر يرى أن الفن -عن طريق التقنية- قد استعاد صفته كلغة علمية، من خلال دمقظته واخراجه من فضاء البرجوازية الى مساحة التداول الشعبية (بهنسي وبن همودة، 2013، ص ص76-79).

عكس الفريق الأول الناقد والخائف من التقنية، لا يجد الفريق الثاني الداعم لها حرجا في التخلي من فكرة ممارسة " الفن لأجل الفن"، ويروج بدلا من ذلك للتصور القائل بضرورة تداخل الفن مع أوجه الواقع، وبأهمية تماهيه مع التطورات السريعة التي تطل العصر الحديث. فالفن الذي كان مغلقا على أفكاره، ملتزما مساحات العرض الخاصة به، ومتجها الى جمهور محدد بأذواق فنية معينة، قد احتوته التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال بخيارات لا نهائية سواء على مستوى الانتاج أو النشر أو التلقي، وتحرر من كل الاطر الكلاسيكية التي خضع لها طويلا. وربما تعتبر الموسيقى، بصفتها أولى التعبيرات الفنية التي طالتها التقانة، مثلا جيدا للتحويلات التي يمكن أن يتعرض لها منتج فني ما- في هذا السياق التكنولوجي الحديث- ودليلا قويا يدعم فكرة أن التزام الفن بالتعايش مع تغيرات العصر، لا يمكن تجاوزه حسب رأي Mark Jaminez، رائد الجمالية المعاصرة (جيمينيز، 2012).

بل إن التكنولوجيا الحديثة قد أصبحت بمثابة "الذات الأخرى للفنان، يشكّلان وبينان الأثر الفني معا على أساس التبادل والتفاعل بين الفكر والتقنية"، (الردعي، 2017، ص113).

3. فن الميديا الجديدة: الفن بلغة تكنولوجيا الاعلام والاتصال

أدى تبني التكنولوجيات الحديثة من طرف الفن الى تمثّل أساليب إبداعية مُستحدثة تنوّعت مع الممارسة المستمرة، مُفصّحة مع الوقت عن عدد كبير من الاشكال الجديدة التي أخذت العديد من المسميّات، وهي أشكال بقي الغموض واللبس صفة لازمة للتعريف الممنوحة لها نتيجة التقاربات والتقاطعات العديدة الموجودة بينها.

ومن بين هذه الأنواع، نجد فن الميديا الجديدة Art des nouveaux médias أو ما يسمى أيضا بالفن الميدياتيكي L'art médiatique، حيث ظهر هذا النوع الفني في منتصف التسعينات، وتطور تدريجيا ليشمل عددا كبيرا من الممارسات الفنية، كفن الفيديو والفن عبر الحاسوب، الالعاب، الغرافيزم، فن البرمجة، الفن الصوتي، الفن السينمائي، الروبوتيك، الفن على الانترنت، الفن التوليدي، التنصيات الاغراقية، الحقيقة الافتراضية، البيو فن، و وصولا الى مختلف التقاطعات بين الفن والعلم" (Wong,2019,p98).

وفي خضم هذا المددّ الابداعي، ونتيجة تعدد الاشكال التعبيرية الفنية التي أفرزها التزاوج بين الفن و التكنولوجيات الحديثة، اضافة الى تنوع البيئات التي احتضنت تطور هذه الاشكال كالفرنكوفونية والانجلوسكسونية، لم يصل الباحثون الى اتفاق فيما يخص تعريف مصطلح "فن الميديا الجديدة"، حيث تم تأويله بطريقة مختلفة من كاتب الى آخر، بين من يتعامل مع مصطلحات عديدة كالفن الرقمي وفن الميديا الجديدة والفن الشبكي وفن الوسائط المتعددة كمترادفات، ومن يدعو الى إحداث تمييز بين هذه المصطلحات، بالنظر الى وجود فوارق دقيقة بينها لا تكاد تدرك للوهلة الأولى بالرغم أن الخوض في كل تفاصيلها يتطلب افراد مقال منفرد.

وأمام هذه الثراء المعرفي والمهني، ارتأينا أن نعتمد تصوّرا يوفق بين مختلف وجهات النظر وجعله نقطة ارتكاز للتعريف الذي سنمنحه لفن الميديا الجديدة في هذا المقال، حيث انتبهنا من خلال مراجعة أدبيات الموضوع إلى ضرورة التفريق بين الفن الذي يستعمل التكنولوجيا الرقمية كأداة فقط، والفن الذي يستعملها كوسيط بشكل كامل.

ففي الحالة الأولى، يتعلق الأمر باستغلال الإمكانيات المُقدّمة من التكنولوجيا الرقمية واقحامها في انجاز تفاصيل أعمال فنية كالتشكيل، التصوير الفوتوغرافي، الطباعة أو تصميم قطع ثلاثية الأبعاد، بينما يُنتج ويُخزن ويُعرض العمل الفني في الحالة الثانية حصريا تحت شكل رقمي وفي بيئة رقمية، ومع استغلال القدرة التفاعلية والتشاركية للميديا الجديدة.

بالمقابل، يتجاوز استعمال التكنولوجيا كوساطة، الجانب التقني ليشمل تطوير تفكير جمالي هام ازاءها، فإنتاج الفن وتخزينه وعرضه عبر المنصات الرقمية، يعمل على اكتشاف الامكانيات الكامنة فيها مما يساهم في تطوير أشكال إبداعية مبتكرة. وهكذا تتحول العلاقة بين الفن والتقنية الى علاقة تبادلية، حيث تتطور التكنولوجيا الرقمية بإيعاز من الفن كما هو الشأن لتطور الفن بتأثير من التكنولوجيا.

اعتمادا على ما سبق، نعتبر في هذا المقال اعتماد الفنون التي تتبنى التكنولوجيا كوساطة لا كأداة فقط، حيث يمكننا هذا الخيار من تعريف فن الميديا الجديدة اجرائيا، على أنه كل منجز ابداعي تكون تكنولوجيات الاعلام والاتصال الجديدة هي وسيطه، سواء على مستوى انتاج العمل الفني، وتخزينه ونشره وتلقيه، ليكون بهذا فنا ديناميكيا يستمد ابداعه وحركيته على وسائط الاتصال الجديدة وما توفره من إمكانيات لاسيّما التفاعلية والتشاركية.

أما فيما يخص صفة الجودة المرافقة لمصطلح الميديا، فالأرجح أن هذه الخاصية مؤقتة وزائلة مع الوقت، مثلما تتوقع الباحث Wong Ashley Lee التي ترى أنه من الطبيعي التخلي عن كلمة "الجديدة" في "فن الميديا الجديدة" فكل التكنولوجيات يعنى عليها الزمن بمرور الوقت.

وهكذا، تحيل كلمة الجديد في هذا المصطلح الى سياقها الزمني الذي نشأت فيه، محتفظة بهذا الوصف دون أن تعني توقف التطور الفني عند حد معين.

4. فن الميديا الجديدة وواقع رهانات السوق الفنية

تعتبر جدلية الفن والسوق اشكالا قائما منذ زمن بعيد، حيث كان ولا يزال التساؤل مطروحا عن سبب اعجابنا بعمل فني ما، هل هو نجاحه التجاري؟ أم ان اعجابنا به هو الذي حقق له هذا النجاح؟ تبدو الاجابة عن هذا السؤال صعبة للغاية وتتطلب تحريك عدّة نظرية ومنهجية هامة من أجل مناقشتها، ولكننا سنكتفي باستعراض أهم الأفكار، التي ستشكل مدخلا ضروريا لفهم أوجه علاقة الفنان بالسوق. لقد انتبه John Baudrillard في بداية سبعينات القرن الماضي الى أنّ "القيمة الحقيقية للوحة [...]" هي قيمتها الجينياولوجية (ولادتها: الامضاء والهالة المصاحبة للمعاملات المتتالية التي تخضع لها:نسبها [...]) حيث تنتقل اللوحة [...]" من وارث الى آخر، مما يوليها مكانة مرموقة عبر التاريخ" (Godar,1973) هذه القيمة الجينياولوجية تجسد غالبا من طرف جامعي الاعمال الفنية بهدف رفع قيمة الأعمال التي يمتلكونها، مما يعمل وبشكل ميكانيكي على رفع ثمنها في السوق.

اننا هنا بصدد عرض ما يصفه كل من Luc Boltanski و Arnaud Esquerre بالاثراء، فقيمة العمل الابداعي اذن لا تتشكل فقط من حضوره الجمالي، حيث تصنع جملة العمليات التي يخضع لها بما فيها التجارية، وبشكل مستمر، قيمته الفعلية.

ان خضوع العمل الفني للتفاوض المالي في السوق، هو خضوع للنقاش حول قيمته كفن أولا، حيث أنّ الأعمال الأكثر قيمة هي الأعلى مبيعا غالبا، كما أنّ اخضاع المنتج الفني المسوق لهكذا عملية سيعيد بناء قيمته في كل مرة يسوق فيها، ليس فقط في اطار المعاملات الرئيسية التي تحصل كالمزادات العلنية الكبرى و المعارض الدولية، بل عبر عمليات البيع المتواضعة، وأروقة العرض التي لا تمتلك سمعة كبيرة، والتي تشكل الجزء الأكبر من سوق الفن. لذلك وكما يقول (Glicenstein, 2019)، من الصعب اعتبار العمل الفني لذاته فقط، بدون الاخذ بعين الاعتبار بالعوامل المختلفة الظرفية، والتي تؤثر على النظرة التي تعطى للعمل، والتمن المرافق له .

يتبنى هذا الاتجاه فكرة وجود توازن صارم بين القيم الجمالية والمالية للمنجز الابداعي. وهي مقارنة تتداعى الى جانبها مقاربات اخرى، بعضها تركز على أنّ القيمة المالية للفن لا تعكس بالضرورة قيمته الجمالية، وبعضها الآخر يعتبر القيمة المالية موجودة ولكنها ثانوية في مسألة التذوق الجمالي، محاججين فكرتهم بوجود أعمال ذات أهمية كبرى بدون أن تكون لها مكانة في السوق. اما الاتجاه الاخير فيرفض أصلا وجود اية علاقة بينهما، ويصر على عدم اخضاع الفن للتسليع، مقترحا بدل ذلك تمويله عبر السلطات العمومية والخواص، مثله مثل البحث العلمي.

وتعقبا على الرأي الاخير، وبالنظر الى وضع الثقافة في البلدان النامية بصفتها هامشا ضمن اهتمام الجهات الوصية من حيث عدم تخصيص أي دعم للفن ومنتجاته، و بالنظر أيضا الى الازمة الاقتصادية التي ضربت البلدان المتطورة وما رافقها من خصخصة للشركات العمومية مع توقيف الدعم الحكومي للكثير من القطاعات بما فيها الفن، فان التفكير في إيجاد سبل اخرى لحل مشكلة السوق أصبح أكثر من ضرورة، وهذا عن طريق بناء نماذج اقتصادية جديدة، ذاتية التسيير وابتكارية، يستطيع من خلالها فاعلو هذا الحقل من تحقيق النجاح التجاري للمنجز الابداعي مهما كان موقفهم بخصوص تسويق الفن، وهذا انطلاقا من الاتجاه الذي يرى الموازنة بين القيمة الجمالية والمالية للفن، مرورا بالاتجاه الذي يرى ان قيمته الحقيقية يجب دعمها ماليا مع عدم السقوط في المنطق العشوائي والمساومات القسرية للسوق، انتهاء بالاتجاه الراض لتسليعه والذي "لا

يمنع من أن يكون هناك جزء من الانتاج متجها للتسويق، على شكل ملفات أو منتجات مشتقة" (Glicenstein, 2019, P14)، لا تمس بأي شكل من الاشكال بالعمل الأصلي.

مقارنه بالأنواع الابداعية الأخرى، لا يزال فن الميديا الجديدة إذن بعيدا عن مجال اهتمام المستثمرين في مجال الفن بسبب اعتماده الشديد على التكنولوجيا الرقمية التي لا تمنح له مساحة عرض كافية في الفضاءات الفنية بسبب صعوبة التعامل مع المنجز الفني الرقمي، وهذا على مستوى تخزينه وعرضه وصيانتته، بل إن أغلب الأعمال الفنية الرقمية تتسم بصفتها الزائلة، وبالتالي صعوبة تسويقها بالنظر الى ما تتطلبه هذه العملية من امكانيات لنقل التنصيبات الخاصة وارتفاع التكاليف الاستثمارية المتصلة به.

يواجه فن الميديا الجديدة اضافة الى كل ما سبق رهانا آخر حسب Wong، وهو بروز جيل جديد من الفنانين، يُسمون بفناني ما بعد الانترنت، وهم يمثلون جيلا يُفكر عبر ومن خلال الانترنت. ولأنهم وصلوا الى سن البلوغ في عِرّ الازمة الاقتصادية التي حدثت سنة 2008، فقد دخلوا السوق بابتكار أعمال فنية مادية وقابلة للبيع، كلوحات ومنحوتات منجزة بطرق رقمية.

يشتغل فنانو الميديا الجديدة بمبدأ معين وهو تسويق العلامة التجارية، وتسويق الذات عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالانستغرام. فنانو ما بعد الانترنت يعتبرون الادوات الرقمية جزء من تجربتهم الاجتماعية، وبالتالي من عملهم الفني، وهذا ما يبرر نجاحهم في سوق الفن. وبانتاجهم اعمالا سهلة التصوير والمشاركة عبر الهواتف الذكية، وتطويرهم لأحجام سهلة التسويق، فهم يعكسون بشكل واضح البيئة الميديايتيكية للسوق، أو "ثقافة الاستهلاك السريعة" التي تنمو فيها هذه البيئة التي يبدو فيها كل شيء سهل ومتاح بكبسة زر بالنسبة للمستهلك (المتلقي) الذي ينسى أن وراء هذه السهولة صعوبات تقنية وتكنولوجية ومادية تستلزم تحكما واستمارات ضخمة خاصة في البنى التحتية. انّ فناني ما بعد الانترنت يعتبرون الادوات الرقمية جزء من تجربتهم الاجتماعية، وبالتالي من عملهم الفني، وهذا ما يبرر نجاحهم في سوق الفن.

بسبب ظروف كهذه، طور فن الميديا الجديدة مع الوقت مقاومة ضد التسويق ونماذج العرض التجارية التقليدية، مما جعل وضعه في السوق صعبا، ويتطلب ايجاد نماذج جديدة تخلق القيمة الاقتصادية لفنّ "يستغل في أفضل الأحوال من طرف المتاحف بهدف كسب المصدقية، وليس للربح المادي الذي تحقّقه من بيع أنواع أخرى من المنجزات الفنية وأشكال أغلبها تقليدية" (Horowitz,2011).

لم يعن هذا الوضع لفن الميديا الجديدة البقاء بدون محاولة للاندماج، ولكن الامر كان يتم بشكل جد تقليدي، عن طريق شبكات المهرجانات والملتقيات، وبعض التشجيع الذي كان يناله من طرف جامعات ومؤسسات، لآ أن تمثيل هذا الفن بقي ضعيفا جدا في المتاحف والمعارض التي تعتبر البوابة الأساسية لسوق الفن.

هكذا، نمت لدى فناني الميديا الجديدة أفكار جعلتهم يعملون غالبا دون دعم مؤسسي أو حكومي، وينشطون من خلال شبكات منظمة ذاتيا، خاصة عبر البيئة الرقمية. وهي البيئة التي تتسم بتحديات كثيرة خاصة مع انتشار ال Open sources والقرصنة الالكترونية، وثقافة المجانية بخصوص اقتناء المنتجات الثقافية.

فهل ستحفزهم هذه الميزات على ايجاد حل لأزمتهم مع سوق الفن؟

أمام النجاح الذي حققه الكثير من فناني ما بعد الانترنت، ظهرت محاولات للتموقع في سوق الفن بعدما كانت الأعمال الإبداعية الرقمية المبتكرة بعيدين عنه لفترة طويلة، وتعتبر هذه المساعي كرجبة من هؤلاء المبدعين في انتزاع اعتراف بهم وبفهمهم، ومبادرة لادماجه في سوق لا يرى في هذا الفن أي مصدر للثروة.

لذلك، أصبح فنانو الميديا الجديدة أمام تحدي اكتشاف فرص لتحويل الاعمال الفنية الى سلع وخدمات، وانشاء وتوسيع نشاطهم التجاري بخلق أفكار وأسواق جديدة. كل هذا عبر انشاء مقاولات وشركات ناشئة تنشط على العديد من المستويات والبيئات، وبخاصة البيئة الرقمية.

ان السلوك الاقتصادي الذي يظهره فنانو الميديا الجديدة والفاعلون في هذا الحقل تحديدا، يعبر عن فهم لامكانات البيئة الرقمية الى جانب وعيهم بتحديات السوق، ويبرز هذا الفهم من خلال طريقة أدائهم في تسيير مشاريعهم، حيث سنذكر فيما يلي أهم ما تم تبنيه في هذا الاطار (Wong,2019):

أ. يدَعَمُ فنانو الميديا الجديدة نشاطهم الفني عبر انشاء ورشات ابداعية، وبهذا فهُم يخلقون نظامهم الاقتصادي الخاص بهم، ويتجهون الى عرض منتجات هذه الورشات في الفضاءات الفنية، وبالخصوص الفضاءات الرقمية، حيث تعتبر تكاليف مواقع الويب منخفضة مقارنة بمصاريف أروقة العرض، اضافة الى ضمان الوصول الى عدد أكبر من الملتقِينَ.

ب. يعتمد أغلب فناني الميديا الجديدة أسلوب "المعارض الافتراضية"، وهو شكل من أشكال تكيف الفن مع البيئة الرقمية، حيث يتم عرض الأعمال الفنية على منصات رقمية خاصة يقومون بانائها ضمن مشاريعهم الاقتصادية، أو عن طريق طلب العرض على منصات أخرى ينتقلون اليها، ولفترة زمنية محدودة. وتستعمل هذه المعارض صورا كاملة للشاشة وفيديوهات توفر خاصية التفاعل والمشاركة لمتلقي العمل الفني. وبهذا، يتمكن الفنان من عرض فنه بسهولة وبثمن جيّد في نفس الوقت.

ت. يتم القيام بنشاطات افتراضية تشرف عليها الى جانب المؤسسات الكبرى، مؤسسات ناشئة، حيث يرسل الفنانون من كل أنحاء العالم منجزاتهم، لتعرض على موقع انترنت لفترة أشهر قبل لقائهم على أرض الواقع. ورغم أن هذا يحقق مردودا ماليا للفنانين المشاركين، إلا أن فترة الاستفادة منه محدودة وليست مستدامة.

ث. يتم، وفق أفكار ابتكارية وخلاقة، تحويل المنتج الفني الرقمي الى أشكال أخرى كبيع الصور مرفوقة بترخيص.

ج. يَسِير هذا النوع الجديد من النشاطات الفنية في البيئة الرقمية عن طريق صنع حواجز الكترونية للدفع، وهذا من أجل جعل الدخول إلى المضامين الفنية متاحا فقط لمن يملك حقا قانونيا، يخوله له شراء العرض، حيث يتم بيع الأعمال الفنية مع توفير شهادة الاصاله Certificat d'authenticité، ويمنح هذه الأمر قيمة أصيلة للعمل الفني.

ح. بعض المؤسسات تمنح اشتراكات وفق نموذج الدفع " Pay per view " مقابل المشاهدة، وهو الامر الشائع بالنسبة للتلفزيون والسينما ك Netflix، ومن مساوئه انه يفقد العمل الفني حصريته، ولا يعود بالفائدة المادية على الفنان الا بنسبة ضئيلة.

تستغل تقنيات Blackchair بما توفره من امكانيات المصادقة والتحقق من ملكية الاعمال الفنية المبتكرة، ويقدم هذا نموذجا للإدارة اللامركزية وطريقة آمنة لبيع المنتجات فن الميديا الجديدة.

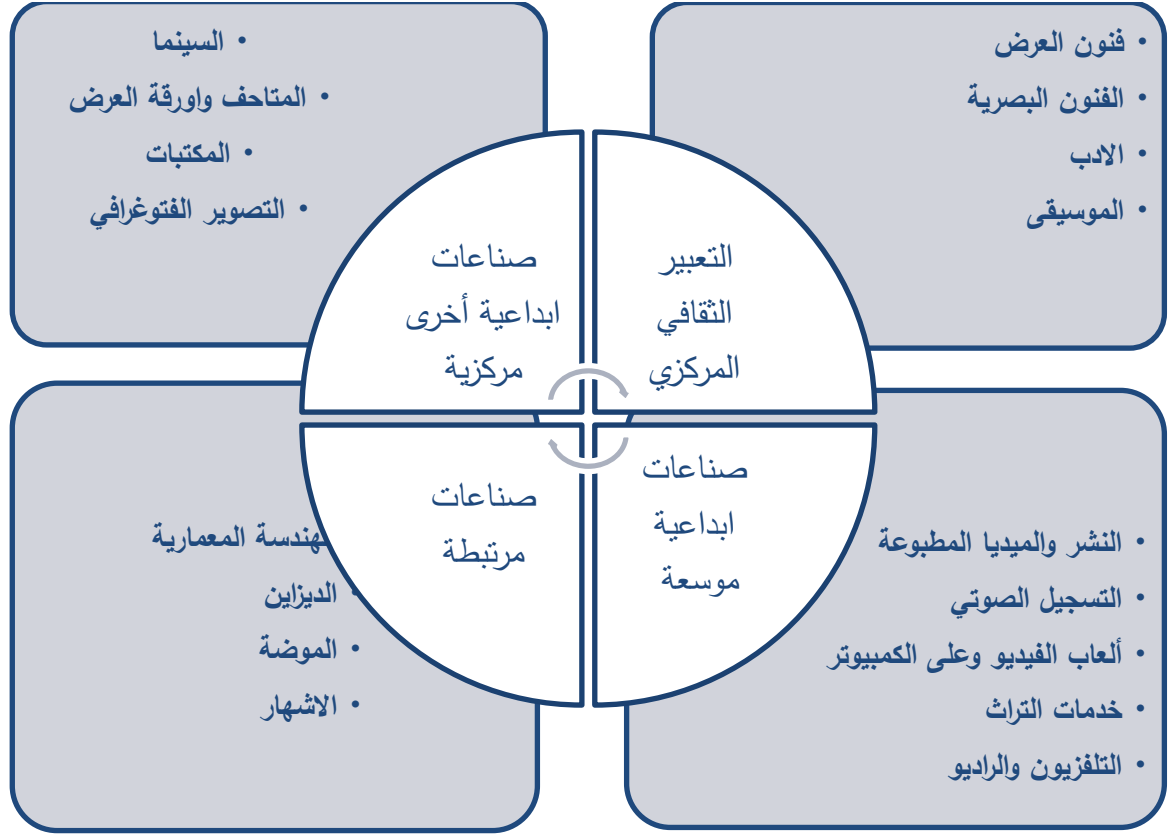
من خلال هذه الأمثلة، التي تمثل جزء من المشاريع الفنية لفن الميديا الجديدة، نرى أنّ ما يمكن أن تقدمه البيئة الرقمية كبير جدا المبدع، حيث أن رحلة الانتاج تبدأ بتحويل فكرته الى مادة للتداول التجاري، حيث يبرز الفنان كمقاول أي رائد أعمال من نوع خاص.

5. الفنان المقاول: نحو متخيل جديد في العصر الرقمي

تطور مفهوم المقاولاتية الثقافية والابداعية L'entreprenariat culturel et créatif بفعل الاهتمام المتزايد والاعتراف بالفن، منذ بداية الألفية الثالثة، كمحرك للتنمية الاقتصادية، غير الأشكال الأولى لهذه الممارسات الإبداعية والمقاولاتية أقدم من هذا بكثير فالباحث الفرنسي المعروف Pierre Bourdieu يعتبر الموسيقي بيتهوفن -أب المقاولاتية الثقافية- من خلال اعتماده من جهة على المؤسسات الاقتصادية والامراء والعائلات الكبرى الراعية للحصول على الدعم المالي، ومن جهة أخرى، استثماره في الفن كمنتج ثقافي.

منذ ذلك العهد، أي بداية القرن التاسع عشر، حافظت المقاولاتية الثقافية والابداعية على الاهتمام بالثقافة والابداع باعتبارهما محركا لمشاريع اقتصادية مربحة، وهذا ما يبرزه تقرير لليونسكو صدر سنة 2016 والذي يشير إلى أن تطور المقاولاتية الثقافية قد جاء مدفوعا بالخيال الذي لا حدود له، وهو ما سمح بخلق نشاطات جديدة ودججها في الصناعة الثقافية والابتكارية، مما أفرز نموذجا يتكون من أربعة مجموعات أساسية، وتشمل كلا من الفنون البصرية والتصوير الفوتوغرافي والموسيقى وفنون العرض والديزايين، كما هو مبين في الشكل الموالي:

الشكل 3: نمذجة الصناعات الثقافية والابتكارية (نموذج الدوائر المركزة).



المصدر: تقرير اليونسكو (2016)، ترجمة المؤلفين.

تشكل الفنون انطلاقا من هذا المخطط جزء كبيرا من الصناعات الثقافية والابتكارية، وتشمل كلا من الفنون البصرية والتصوير الفوتوغرافي والموسيقى وفنون العرض والديزايين. لذلك يمكننا اعتبار الفن بفئاته هذه صنفا يعبر عن مفهوم مشتق نصلح عليه باسم المقاولاتية الفنية، وهي تعبر وفق تعريفنا الاجرائي الممنوح لها، عن جملة النشاطات الديناميكية التي يسعى من خلالها فاعلو هذا المجال، لا سيما الفنانون و مسيرو أروقة العرض و محافظو المعارض اضافة الى جامعي الاعمال الابداعية، الى ادماج الموارد المتاحة والناجمة عن الابداع الفني بكل أنواعه ضمن منطق السوق، عن طريق خلق القيمة للمنتج الابداعي ضمن نشاط مؤسسي يعتمد على الابتكار المستمر.

لا يمكن الحديث عن المقاولاتية دون الحديث عن المقاول بصفته خالق النشاط ومسيره، وهو من أكثر المفاهيم التي اشتغل عليها باحثو حقول معرفية كثيرة، كالاقتصاديين الذين يربطونه بالابتكار ويرون في الفنان المقاول شخصا مصرا على العمل، أو السلوكيين الذين هيمنوا على هذا المجال البحثي حتى بداية الثمانينات، والذين يفضلون الكتابة عن خصائص المقاول الابتكارية والحداثة، أو باقي باحثي مجالات وتخصصات العلوم الانسانية الاخرى، حيث أصبح موضوعا لأعمالهم بعد الطفرة التي شهدتها هذا الحقل البحثي بعد الثمانينات.

ويشكّل تعريف Fillion Louis Jacques للمقاوم نموذجاً وصفيًا شاملاً، يعتبره من خلاله "شخصاً تخيلياً، متصفاً بقدرته على تحديد الأهداف والوصول إليها، يمتلك حساسية كبيرة تمكنه من اقتناص فرص الأعمال. بمرور الوقت، يستمر هذا الشخص في التعلم حول فرص الأعمال الممكنة و اتخاذ القرارات الأقل مخاطرة، يهدف الى الابتكار، ويستمر في لعب دور مقاولاتي" (Fillion, 1988, P150).

يبدو هذا التعريف في بدايته صعب الاسقاط على الفنان بشكل خاص مقارنة بباقي فاعلي الحقل الفني كمسيرى المعارض والمتاحف، نتيجة وجود تمثّل سائد طالما ميز المخيال الاجتماعي، وهو صورة "الفنان الفقير ولكن العبقري". حيث سيطر ولوقت طويل جدا براديجم "الفن لأجل الفن"، معتبرا كل النشاطات المرتبطة بتسويق المنتجات الابداعية، تبخيسا للفن و تجريدا له. "ولا يكمن هذا الاشكال في النظرة السلبية التي يحملها فاعلو هذا الحقل للفنان المقاوم فحسب، بل الى نظرة الفنان نفسه الى ذاته كمقاوم" (Bérubé, 2019, p152)، وهو الشيء الذي أثر سلبا، ولفترة ليست بالقصيرة، على ولوج الفنانين عالم الاقتصاد والتجارة، وبالتالي نمو هذا القطاع ومساهمة في التنمية.

مع الوقت، وبفرض التقنية الرقمية لمنطقها في تسيير كل النشاطات الاجتماعية والاقتصادية، تنازل هذا البراديجم عن سيادته لصالح براديجم آخر يتعامل مع الفن كمصدر للثروة المادية الى جانب ما ينتجه من ثروة رمزية، فالمبتكرات التكنولوجية والاتصالية قد فتحت منافذ السوق امام الفنانين الذين كانوا لا يتعاملون في اطاره الا بشكل مؤقت، اضافة الى الفنانين الذين طالما عانوا من العزلة في حقل يتسم بالانغلاق لصالح فاعلين معينين، ليتحولوا مع الوقت الى مشاريع مقاولين انتقلوا من حالة الخمول التجاري، او الاعتماد على التمويل والتسويق التقليدي، الى تأسيس شركات ناشئة، امنت لهم البيئة الرقمية طريقا خصبا للكسب المادي، عن طريق توفير قنوات الاتصال والمشاركة والتفاعلية، اضافة الى التطويرات الاخرى التي تحض أنماط الدفع و منح الرخص وحماية المنتج المسوق من الاستغلال خارج الحدود القانونية.

إنّ ما سهّل من عملية اندماج الفنان في مجال المقاومية هو تقاطع كل منهما في جزئية هامة وهي الابتكار، فكلاهما يعتمدان الفكر الخلاق لبث الحركة في كل منهما، الفن يأخذ روحه من الخيال للخروج عن المألوف في محاكاة العالم، والمقاولالية تستند على ذات الشيء في انشاء المشاريع وابتكار طرق الترويج للفكرة ودعمها وجعلها تصل الى المستهلك بما يمنحها القيمة ويجعلها في مستوى طلبات السوق. وهذا ما يجعل الفنان مسلحا بالعدة اللازمة للنجاح في هكذا مشاريع، حيث تتوفر لديه الفكرة والمنتج، سبل التسويق والتفاعل، اضافة الى المهارة في ابتكار الطرق لتحقيق كل ما سبق.

6. خاتمة

إنّ مقارنة المنهجية والعناصر التحليلية التي تمكّنا من بنائها من خلال التفكير النظري والتحليل والوصف، تمكّنا من قول أنّ البيئة الرقمية قد أجمرت فاعلي فن الميديا الجديدة على اعادة التفكير في النماذج الاقتصادية المتبناة من طرفهم، وهذا لمعالجة الخمول الذي تعانیه، سواء في حقل الفن أو في سوقه، لذلك اتجهوا بطموحاتهم الى اعتماد نماذج الاقتصادية أثبتت نجاعتها الربحية بالخصوص في البيئة الرقمية، وبما أن طبيعة فن الميديا نفسها قد وجدت في هذه البيئة محيطا ملائما وفر الحلول المناسبة للعديد من اشكالات الاندماج في السوق، كأصالة العمل الفني، التراخيص، حماية المنتجات من انتهاك الحقوق، اضافة الى انماط الدفع الالكتروني و تنظيم البيع المشروط. وهذا يشير الى أنّ الفن، وفن الميديا الجديدة على وجه التحديد، قد ولج بالتكنولوجيا الحديثة للاتصال مجالا جديدا تماما على مستويات الانتاج والتسويق، وهو الامر الذي يكشف عن آفاق كبيرة مستقبلا، ستنتقل، ولا شك، الفن وممارساته الى مفهوم مختلف تماما.

تفتح لنا هذه النتيجة مضامير عديدة للبحث تتمثل في أهمية العمل على بعث تفكير نقدي جاد للممارسات الفنية في البيئة الرقمية وهذا في علاقتها مع المنطق الاقتصادي والتجاري خاصة ضمن النموذج المقاولاتي، ودراسة وضع هذا النوع من الفن في الجزائر تحديداً، من حيث تطوره، أو النماذج المتبعة في ترويجه، ضمن بيئة نقتلهم من المحلية الى العالمية.

7. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- بهنسي، عفيف، وبن حمودة، محمد، (2013)، من الريشة الى اللاتوب: الفن والفكر الجمالي، سوريا، دار الفكر.
- جيمينيز، مارك (2012)، الجمالية المعاصرة: الاتجاهات والرهانات (كمال بومير، مترجم)، لبنان، منشورات ضفاف.
- العلوي، شوقي (2006)، رهانات الانترنت، لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

• المقالات:

- محسن، افراح مالك، (2019)، جماليات التطور التكنولوجي وعلاقته بالفنون التشكيلية، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد (55)، ص ص 194-179.
- الدرعي، نجم الدين (2017)، الرقمنة في الفن المعاصر. مجلة فكر الثقافية، العدد 20، ص ص 112-115.
- ريس، الهام بنت عبد الله أسعد (2019)، الفن الرقمي للارتقاء بالجانب الابتكاري في الفن التشكيلي، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 2، العدد 43، ص ص 340-352.
- عطيل الموالدي، عواطف (2019)، مدخل سوسيولوجي حول ثقافة المقاولاتية، مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، ص ص 61-75.

- Bérubé, Julie, (2019), L'entrepreneuriat en commun comme force collective pour les artistes professionnels, Revue française de gestion, Lavoisier, Volume 0, numéro 2, PP151-164.
- Filion, Louis Jacques, (1997), Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances, Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, volume 10, numéro 2, PP129-172.
- Glicenstein, Jérôme, (2019), Introduction: l'art avec (ou sans) le marché de l'art, Marges, numéro 1, PP10-19.
- Godard, François, (1973), Jean Baudrillard, Pour une critique de l'économie politique du signe, Sociologie du travail, volume 15, numéro 2, PP 234-235.
- Horowitz, Noah, (2011), Comment on "Financialization of Art" (by Mark C. Taylor), De Gruyter, volume 6, numéro 2, PP1-9.
- Morelli, Pierre, 2005, Christiane Paul, L'art numérique. Questions de communication, numéro 7, PP394-397.
- Wong, Ashley Lee (2019), Comment se confronter au marché: les nouveaux médias face au marché de l'art, Marges, numéro 28, PP98-112.

• مواقع الانترنت:

<https://spalterdigital.com/artists/ben-laposky>, consulté le 03/03/2020
<http://www.karinsander.de/en/work/persons-1-5>, consulté le 01/09/2020