

ხელოვნური ესთეტიკა ახალ მედიაში

რევაზ ჭიჭინაძე

საკვანძო სიტყვები: ხელოვნური ესთეტიკა, ახალი მედია, ხელოვნური ინტელექტი, არტ პროდუქტი

პუბლიკაცია აანალიზებს ხელოვნური ინტელექტის როლის ზრდას თანამედროვე მედიის პლატფორმების მეშვეობით. მიმოვიხილავთ ხელოვნური და ჰუმანური ინტელექტის კოლაბორაციასა და მის შედეგს – ხელოვნურ ესთეტიკას, რაც სულ უფრო მკვიდრად იდგამს ფეხს ახალი მედიის პლატფორმებზე. პუბლიკაციაში ვცდილობთ განვსაზღვროთ ძირითადი ელემენტები და მახასიათებლები, რომლებიც განასხვავებს ხელოვნურ ესთეტიკას ტრადიციული და ციფრული ხელოვნების ფორმებისგან, ხაზს უსვამს ალგორითმებისა და მონაცემების დამუშავების როლს ამ ახალი ესთეტიკური პარადიგმების ჩამოყალიბებაში. ხელოვნური ინტელექტი აყალიბებს ვიზუალურ სტილს, რითაც გავლენას ახდენს მომხმარებლის გენერირებულ შინაარსზე. ხელოვნება, რომელიც შექმნილია ალგორითმების მეშვეობით, პოპულარულია ახალ მედია პლატფორმებზე. ამ ტიპის ხელოვნებაზე მოთხოვნის ზრდა კი ნიშნავს ციფრული ხელოვნების უფრო რთული და დინამიკური ფორმებისკენ სვლას, რაც გამოწვეულია ხელოვნური ინტელექტის შემოქმედებითი პოტენციალით. შესაბამისად, უნდა ველოდოთ ციფრული ხელოვნების სრულიად ახალი ფორმების შექმნას, რაც უპრეცედენტო შესაძლებლობებს შესთავაზებს როგორც ხელოვანებს, ასევე საზოგადოებას.

ერმინი ესთეტიკა ბრიტანიკის ენციკლოპედიაში (Encyclopedia Britannica) განიმარტება, როგორც სილამაზისა და გემოვნების ფილოსოფიური შესწავლა, რაც მჭიდრო კავშირშია ხელოვნების ფილოსოფიასთან, რომელიც ეხება ხელოვნების ბუნებას და ცნებებს, რითაც ხდება ცალკეული ხელოვნების ნიმუშების ინტერპრეტაცია და შეფასება. მკვლევრები ეთანხმებიან ამ განსაზღვრებას, თუმცა, მათი უმეტესობა იქვე დასძენს, რომ თეორიების უმრავლესობა, რასაც მოიცავს ესთეტიკა, შესაძლოა მჭიდროდ უკავშირდებოდეს ხელოვნებას, მაგრამ ყოველთვის ასე არ ხდება. პუბლიკაციაში „ესთეტიკა ხელოვნების ფილოსოფიის წინააღმდეგ“, ბროკ როუ აღნიშნავს, რომ: „ბევრი ხელოვნების ნიმუში ლამაზია, ან აქვს სხვა ესთეტიკური თვისებები, ამიტომ ადამიანების უმეტესობა ამტკიცებს, რომ ესთეტიკა ხელოვნების აუცილებელი კომპონენტია. ამ დროს უბრალოდ უნდა იფიქრო მარსელ დიუსანის შადრევანზე (1917); ის ამტკიცებდა, რომ ხელოვნებას ქმნიდა ესთეტიკის გარეშე“¹. აქვე აღსანიშნავია მკვლევრის, ჯეიმს შელის მოსაზრება, რომელიც პუბლიკაციაში ესთეტიკის კონცეფცია (*The Concept of the Aesthetic*)² განიხილავს

თეორიებს და მიდის დასკვნამდე, რომ შესაძლოა ხელოვნება ყოველთვის არ არის ესთეტიკური ობიექტი, მაგრამ ესთეტიკური თეორიები ყოველთვისაა ხელოვნებასთან კავშირში. შესაბამისად, ტერმინი ესთეტიკა მოგვიანებით დაუკავშირდა ციფრულ ხელოვნებას და შემდეგ ხელოვნურ ინტელექტსაც.

ჩვენი ამოცანაა გავაანალიზოთ „ხელოვნური ესთეტიკა“, რაც ახალ მედია პლატფორმებში მოიცავს უნიკალურ ვიზუალურ, აუდიტორულ და ინტერაქტიურ თვისებებს, რომლებიც წარმოიქმნება ხელოვნური ინტელექტის (AI) მეშვეობით. ეგრეთ წოდებული ხელოვნური ესთეტიკა როგორც ტრადიციული, ისე ციფრული ხელოვნების ფორმებისგან განსხვავებულია. ის ხაზს უსვამს ალგორითმებისა და მონაცემების დამუშავების როლს ამ ახალი ესთეტიკური პარადიგმების ჩამოყალიბებაში. არსებობს მკვლევრების მიერ, არგუმენტებით გამყარებული მოსაზრება, რომ ხელოვნური ინტელექტი არ უნდა აღვიქვათ როგორც ინტელექტი, არამედ ის უნდა იყოს აღქმული როგორც კონკრეტული ალგორითმი ან ალგორითმთა ერთობა, რაც კონკრეტულ ბრძანებებს ასრულებს. ასეთ შემთხვევაში, იქვე ისმის კითხვა: რატომ ვუწოდებთ

1 Rough, Aesthetics, 2014.

2 Shelley, The Concept, S.E.P., 2017.

თანამედროვე ალგორითმებს ინტელექტს განსაკუთრებით ისეთ სფეროში, როგორც ხელოვნებაა? კითხვაზე მრავალი პასუხი არსებობს, თუმცა მათი უმეტესობა მიდის იმ დასკვნამდე, რომ სწორედ ხელოვნურად შექმნილი ალგორითმები კარნახობს თანამედროვე ხელოვანს, თუ როგორ, რა კონცეფციით უნდა იაზროვნოს.

მონრეალის ელექტროქიმიური კონფერენციის მასალებში (247th ECS meeting 2020), მკვლევარი სინლიუ ყურადღებას სწორედ ხელოვნური ინტელექტის მხატვრულ რეფლექსიაზე ამახვილებს. „ერთი მხრივ, ხელოვნება, ხოლო მეორე მხრივ, მეცნიერება და ტექნოლოგია, ადამიანების მიერ მსოფლიოს აღქმის ორი განსხვავებული გზაა. მეცნიერება და ტექნოლოგია ადამიანთან ერთად ვითარდება და საზოგადოებასთან ინტეგრირდება. ხელოვნებასთან მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების შერწყმა ხელს უწყობს ხელოვნების განვითარებას და გამომსახველობითი ფორმის ინოვაციას. ამას გარდა, მეცნიერება და ტექნოლოგია ხელოვანთა სოციალური, კულტურული და სულიერი სამყაროს ნაწილი გახდა, რაც თანამედროვე შემოქმედებს ახლებურად აზროვნების საშუალებას აძლევს. ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიის გამოყენებამ, ხელოვნებაში შეცვალა არა მხოლოდ მასალა და ხელსაწყოები, არამედ შეცვალა არტისტების აზროვნების სტილი და მათი კონცეფციები. რადიკალურად შეიცვალა არტისტთა შემოქმედების პროცესიც“.³ სწორედ ამიტომაც ის არა კონკრეტული ალგორითმი, ან ალგორითმთა კრებული, არამედ ინტელექტი, რომელიც განსაზღვრავს კრეატივს (შემოქმედებითობას).

ის, რომ ხელოვნური ესთეტიკა ტრადიციული ხელოვნების ფორმისგან განსხვავებულია, განსაკუთრებულ დაკვირვება-ანალიზს არ საჭიროებს. თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნე, ის განსხვავდება ციფრული ხელოვნებისგანაც. როგორც ციფრული ხელოვნება, ისე ხელოვნური ინტელექტი, ხელოვნების ნიმუშის შესაქმნელად, იყენებს თანამედროვე ტექნოლოგიებს. მათ შორის სხვაობაა არა მასალაში – საფუძველში, არამედ – შექმნის პროცესში. ციფრული ხელოვნება შექმნილია ადამიანის მიერ ციფრული ტექნოლოგიის გამოყენებით. ეს ჰგავს ტრადიციული

ხელოვნების შექმნის პროცესს, უბრალოდ საფუძველი, მასალა რითიც არტისტი სათქმელს გამოხატავს, არის განსხვავებული. ციფრულის, ანუ რეზულტატის ნახვა ციფრულ მატარებელზეა შესაძლებელი. რაც შეეხება ხელოვნური ინტელექტის შექმნილ ხელოვნებას, ის კომპიუტერული ალგორითმების მეშვეობით, არსებული ხელოვნების ნიმუშების საფუძველზე, ქმნის ახალს და, თუ როგორი იქნება რეზულტატი, ეს კომპიუტერული ტექნიკის მმართველმა სუბიექტმა (ადამიანმა) არ იცის – შედეგი არაპროგნოზირებადია.

ხელოვნური ინტელექტის, ეგრეთ წოდებული არტის შექმნის პროცესი დაახლოებით ასეთია: არტისტი, ხელოვნურ ინტელექტს „სთავაზობს“ ხელოვნების ნიმუშებს და აძლევს დავალებას, რომ ამ წყაროებზე დაყრდნობით შექმნას ახალი, განსხვავებული ნახატი, კოლაჟი ან სიუჟეტი. ინსტრუქციის მიღების შემდეგ, ალგორითმი თავად, საკუთარი შეხედულებისამებრ ქმნის ახალ სახელოვნებო ნიმუშს, იგივე არტს. სწორედ ამ პროცესის გამო, დღეს სპეციალისტებისთვის აქტუალურია კითხვა: არის თუ არა ხელოვნური ინტელექტის მიერ გენერირებული პროდუქტი ხელოვნება? ექსპერტთა აზრი იყოფა – დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ რამდენადაც შედეგი სრულად კომპიუტერის მიერ არის გენერირებული, მას არ აქვს გარკვეული ინტელექტუალური ემოციურობა და ამიტომ ვერ იქნება გაიგივებული ხელოვნების ტრადიციულ ფორმებთან. მოსაზრების მოწინააღმდეგენი კი მიიჩნევენ, რომ ხელოვნურ ინტელექტს ადამიანი აძლევს დაკვეთას და შედეგიც დამკვეთის ინტელექტს უკავშირდება. ეს ის საკითხია, რის ირგვლივ დებატებიც მკვლევართა შორის არ წყდება. თუმცა, საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ ორივე მოსაზრების შემთხვევაში, საუბარი ეხება ხელოვნური ინტელექტის ესთეტიკას, რაც ნამდვილად შესწავლისა და ანალიზის ობიექტი უნდა გახდეს.

ხელოვნურ ინტელექტს აქტიურად იყენებენ ახალი მედია პლატფორმებიც. ჭკვიანი ალგორითმები აანალიზებენ მომხმარებლის ქცევას, პრეფერენციებს და ასე შემდეგ, რეკომენდაციების მიწოდებისთვის. დღეს სულ უფრო მეტი მედიაპლატფორმა ახდენს მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი შინაარსის პერსონალიზაციას. ვფიქრობ, ამ ტიპის შეთავაზება არა მხოლოდ ზრდის მომხმარებლის კმაყოფილებას, არამედ

3 Liu, AI, 2020.

ხელს უწყობს მომხმარებელსა და მათ მიერ მიღებულ შინაარსს შორის უფრო ღრმა ესთეტიკური კავშირის დამყარებას. საინტერესოა, ამ ჩვენი ჰოპოთეზის თაობაზე რას ფიქრობს თავად ხელოვნური ინტელექტი. ექსპერიმენტის სახით მივმართეთ ყველაზე პოპულარულ, გასული წლის რეიტინგის მიხედვით ლიდერ ღია წყაროს - ChatGPT.

ChatGPT ხელოვნური ინტელექტის ინდუსტრიის დომინანტია. ვიზიტების 60%-ზე მეტი სწორედ მასზე მოდის. 2022 წლის სექტემბრიდან 2023 წლის აგვისტომდე, განხორციელდა 14,6 მილიარდი ვიზიტი.⁴ კითხვაზე: გვეთანხმება თუ არა ზემოთხსენებულ მოსაზრებაში ChatGPT? ცალსახად გვპასუხობს - გეთანხმებით (I Agree) და შემდეგ პოზიციას პუნქტობრივად აყალიბებს თუ რატომ. ის მიიჩნევს, რომ ხელოვნური ინტელექტი ახალი ესთეტიკური ფორმების ჩამოყალიბების საშუალებას იძლევა და გამოხატვის სრულიად ახალ ფორმებს გვთავაზობს. ვრცელი განმარტების შემდეგ, ChatGPT დასკვნის სახით გვეუბნება: „ხელოვნური ინტელექტის ესთეტიკა ტექნოლოგიების, კრეატიულობისა და ადამიანის აღქმის გზავარედინზეა. ეს პროცესი კი გვთავაზობს როგორც ტრადიციული მხატვრული ფორმების გაფართოებას, ასევე გამოცდილების სრულიად ახალ კომპლექსს. ამას გარდა AI, მონაცემების დამუშავების და გამოთვლით მეთოდებზე დაყრდნობით, ხელახლა განსაზღვრავს კრეატიულობის საზღვრებს. ჭკვიანი ალგორითმები არა მხოლოდ წარმოქმნიან ხელოვნების ახალ სტილსა და ფორმებს, არამედ მომხმარებლებისთვის ამუშავებენ და პერსონალიზაციას უკეთებენ ესთეტიკურ გამოცდილებას“ (ChatGPT, ღია რესურსი, საუბრის ენა: ინგლისური).

როდესაც საუბარია ესთეტიკური გამოცდილების პერსონალიზაციაზე, უნდა ვიგულისხმოთ ისეთი მედიამატარებლები, როგორებიცაა YouTube, Instagram, Spotify და სხვა. როგორც ცნობილია, სოციალური მედიის პლატფორმები დიდწილად ეყრდნობა AI-ს ვიზუალურ ანალიზსა და კონტენტს. პლატფორმები იყენებენ ხელოვნური ინტელექტის შემუშავებულ ფოტო/ვიდეო ფილტრებს, გამოსახულების ამოცნობისა და შინაარსის რეკომენდაციის ალგორითმებს.

ეს კი გავლენას ახდენს ვიზუალურ ესთეტიკაზე და ტენდენციებზე სოციალური მედიის ეკოსისტემებში. საექსპერტო წრეებში აქტიურად მიმდინარეობს ხელოვნური ინტელექტის სოციალური მედიის ტრანსფორმაციის ანალიზი. ჟურნალი „ფორბსი“ გვამცნობს, რომ ბოლო წლების ყველაზე მნიშვნელოვანი და საინტერესო ტრენდი ხელოვნური ინტელექტია, რომელიც მაქსიმალურად აფართოვებს საკუთარ გავლენას სოციალური მედიის პლატფორმებზე, რის გამოც მისი მნიშვნელობა მეტად იზრდება. „ტექსტიდან ფოტოზე, ფოტოებიდან აწყობილი კოლაჟი ან ვიდეო, გადამუშავებული ფოტო, მისი კომპილაცია, მათ ბაზაზე შექმნილი ახალი ფოტო, ვიდეო, მუსიკა, ტექსტი და სხვა... ხელოვნური ინტელექტის მქონე კონტენტის გენერირების ინსტრუმენტებია, რომლებიც სწავლობენ თქვენს წარსულში სოციალური მედიით, გავრცელებულ პოსტებს და ასე ქმნიან თქვენთვის ეფექტურ ახალ კონტენტს“.⁵ სწორედ ჟურნალ „ფორბსში“ აღწერილი ეს პროცესი ქმნის სოციალური მედიის მომხმარებლებისთვის აქტუალურ ტენდენციებს. შესაბამისად, სწორედ ხელოვნური ინტელექტი გვკარნახობს იმას, თუ რა ესთეტიკაა დღეს ტრენდული.

სოციალური ქსელის მომხმარებლების პერსონალიზაციის გარდა, ხელოვნური ინტელექტი გვევლინება ეგრეთ წოდებულ ინფლუენსერადაც. ისეთი ინსტაგრამ გვერდები, როგორებიცაა მაგალითად, „ინფლუენსერი“ rozy.gram, მოდელი mayaaa.gram, its-kamisworld და სხვა მრავალი, არის სრულად ხელოვნური ინტელექტის პროდუქტი. ჰყავთ მილიონობით გამომწერი და აქვთ წარმატებული ინფლუენსერების იმიჯი. ცალკე შესწავლის და ანალიზის საგანია, თუ როგორ პოზიციონირებენ ამგვარი ხელოვნური ინფლუენსერები. მომხმარებლის მოსაზიდად რა ტიპის ფოტოები, ვიდეოები და სხვა, უდევთ თავიანთ გვერდებზე. რა ტიპის კომუნიკაციაში შედიან ტიკ-ტოკ მეგობრებთან და ასე შემდეგ. ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, თამამად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სოციალური მედიის პლატფორმების ველზე, მისი ფორმის თუ შინაარსის განსაზღვრაში დომინანტური ადგილი უკავია ხელოვნურ ინტელექტს.

სტანფორდის უნივერსიტეტის შესრულებულ AI

4 Conte, AI, G.F.S., 2024.

5 Darbinyan, AI, Forbes, 2023.

ინდექსის ანგარიშში (2024) კი ვკითხულობთ, რომ ხელოვნური ინტელექტის შექმნილმა პროდუქტმა გადააჭარბა ადამიანის შესრულებულ სამუშაოს რამდენიმე კრიტერიუმში, მათ შორის, „გამოსახულების (ფოტო, ვიდეო, კოლაჟი) კლასიფიკაცია, ვიზუალური მსჯელობა, უცხო ენები“.⁶ ამის მიუხედავად, იგივე კვლევა გვუბნება, რომ ამ ეტაპზე, საღად მსჯელობასა და დაგეგმვაში, ადამიანი ჯერ კიდევ დომინირებს.

ხელოვნური ინტელექტისა და ადამიანის შესაძლებლობების შედარებისას, ერთ-ერთი ყველაზე წონადი და მნიშვნელოვანი არგუმენტი ადამიანის სასარგებლოდ ისაა, რომ ხელოვნური ინტელექტს არ აქვს ემოციის აღქმის შეგრძნების უნარი და შესაბამისად, მისი პროდუქტი ამ ეგრეთ წოდებული ადამიანური თვისებისგან დაცლილია. ეს ასევე იყო, თუმცა ალგორითმი, სწორედ ადამიანის შექმნილი ხელოვნების ნიმუშების შესწავლის წყალობით, თანდათან ეჩვევა ემოციების აღქმასაც. მეცნიერთა ჯგუფები მუშაობენ იმისთვის, რომ კომპიუტერებს ასწავლონ არა მხოლოდ იმის ამოცნობა, თუ რა ობიექტებია კონკრეტულ გამოსახულებაში, არამედ ასწავლონ ისიც, თუ როგორ აღიქვამენ და რა განცდა უჩნდებათ ადამიანებს, როდესაც ამ სურათებს უცქერენ. ანუ, იქმნება ემოციური ინტელექტის მქონე ალგორითმები. „ეს უნარი იქნება იმის გასაღები, რომ ხელოვნური ინტელექტი გახდეს არა მხოლოდ მეტად ინტელექტუალური, არამედ უფრო ადამიანური“⁷ – ამბობს სტენფორდის უნივერსიტეტის მკვლევარი პანოს აჩილიოპტასი. ექსპერიმენტი მეცნიერთა ჯგუფმა, სტენფორდის უნივერსიტეტში (პროფესორ ლეონიდას გუიბას ხელმძღვანელობით, ამერიკული, ფრანგული და საუდის არაბეთის მეცნიერთა თანამშრომლობით) 2021 წელს დაიწყო. მიზანი ხელოვნური ინტელექტის ეგრეთ წოდებული გაადამიანურება იყო. შეგროვდა მონაცემთა ბაზა (81,000 ექსპონატის ნიმუში), რასაც დაემატა ადამიანთა წერილობითი განმარტებები (6,500 მეტი ადამიანის 440,000 პასუხი), თუ რა ემოციის იწვევდა ხელოვნების ესა თუ ის ნიმუში. ალგორითმის მონაცემების დამუშავების შედეგად, ხელოვნურმა ინტელექტმა მოახერხა ნამუშევრების ემოციურ კატეგორიებად დაყოფა, მეტიც, ალგორითმი წერილობით განმარტავს, თუ რა იწვევს

გამოსახულებაში კონკრეტულ ემოციას.

ამ კონკრეტული და კიდევ სხვა მრავალი მსგავსი ექსპერიმენტის შედეგად, სავარაუდოა, რომ მალე ხელოვნური ინტელექტი სრულად დაეუფლება ემოციურ სამყაროს და თავადაც შეძლებს ემოციური ტექსტების, ფოტოების, კოლაჟების, ვიდეო თუ აუდიო არტის (სახელოვნებო ნიმუშების) კეთებას ისე, რომ ის მორგებული იქნება კონკრეტული მომხმარებლის არა მხოლოდ მოთხოვნაზე (როგორც დღეს არის), არამედ ხასიათზეც. თუკი დღეს, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ზოგიერთი სპეციალისტი ხელოვნური ინტელექტის შექმნილ შემოქმედებით პროდუქტს მხოლოდ იმიტომ არ აღიარებს ხელოვნებად, რომ მას არ გააჩნია ემოციური მდგენელი, ამ თვისებას თანდათან იძენს ალგორითმი. შესაბამისად, სწორედ დღეს არის საინტერესო იმ პროცესზე დაკვირვება, თუ როგორ „გაადამიანურდება“ ხელოვნური ინტელექტის შექმნილი სახელოვნებო (არტ) პროდუქტი.

როგორ მუშაობს ხელოვნური ინტელექტი დღეს სახელოვნებო სივრცეში? ამ პროცესში უმთავრესი გენერაციის უნარია, რაც ალგორითმს საშუალებას აძლევს გადაამუშაოს ინფორმაცია და მის ბაზაზე შექმნას სურათი, მუსიკა, ვიდეო, ტექსტი და სხვა. პრინციპი ასეთია: ალგორითმი იღებს ერთ ან რამდენიმე სტილს, აკეთებს კომპილაციას და შედეგად ვიღებთ ახალ არტს, რაც შესაძლოა წააგავდეს ორიგინალს ან იყოს აბსოლუტურად განსხვავებული. ხელოვნური ინტელექტი დღეს არტისტს სთავაზობს იდეებს, თემებს, კონცეფციებს. ასევე ეხმარება არტისტებს გამოსახულების, ხმის კორექციაში, მოდელირებაში, მელოდიის არანჟირებაში და სხვა.

დღეს ჩვენ ვხვდებით არტისტისა და ხელოვნური ინტელექტის არა ერთ წარმატებულ თანამშრომლობას, რაც არის ერთგვარი კოლაბორაცია ადამიანის კრეატიულობასა და ალგორითმის გამომუშავებულ იმ ელემენტებს შორის, როგორიცაა, მაგალითად, ინტერაქტიური თანამედროვე მედიაინსტალაციები, რაც ხელოვნური ინტელექტის გარეშე ვერ განხორციელდებოდა. შესაბამისად, კითხვის პასუხად, თუ როგორ მუშაობს დღეს ხელოვნების სფეროში ხელოვნური ინტელექტი, შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ ციკლი, სა-

6 Perrault, Clark, AI, 2024.

7 Myers, AI, 2021.

დაც იდეის მომწოდებელი არის AI, ამ იდეას არტისტი კვლავ მას უბრუნებს და აძლევს დავალებას შეფუთოს კონკრეტული სტილის/ების შესაბამისად. მიღებულ პროდუქტს კი გაუკეთოს გარკვეული ხასიათის კორექტირება და არტიც მზადაა. ან მეორე ვარიანტი, როდესაც ხელოვანი ინტელექტს იყენებს როგორც კარგ შეგირდს, კარგ ასისტენტს, ვინც ევრეთ წოდებულ შავ სამუშაოს აკეთებს.

როგორც აღინიშნა, სპეციალისტთა დიდი ნაწილი ხელოვნური ინტელექტის შექმნილ არტს არ აღიქვამს სერიოზულად, თუმცა სწორედ ახალი მედიის წყალობით, ხელოვნური ესთეტიკა ტრენდული ხდება. ამ მოსაზრებას ამყარებს სამი მეცნიერის მომზადებული კვლევა სახელწოდებით: „ხელოვნური ინტელექტი ხელოვნებასა და კრეატიულობაში: ადამიანისა და მანქანის თანამშრომლობის საზღვრების შესწავლა“.⁸ ხსენებულ ნაშრომში, სხვა მეთოდებთან ერთად, გამოყენებულია შემთხვევის ანალიზიც, რაც ფაქტობრივად ცხადყოფს, რომ ხელოვნური ინტელექტის არტქმნილებებზე მოთხოვნაც და საბაზრო ღირებულებაც მაღალია. ხსენებულ კვლევაში გაანალიზებულია მრავალი შემთხვევა და ალგორითმის ხელოვნების ნიმუშის შექმნის პროცესი. ჩვენი მოსაზრების გასამტკიცებლად წარმოგიდგენთ მხოლოდ რამდენიმე ფაქტს, რომელსაც ადგილი ჰქონდა უახლოეს წარსულში: 2018 წელს, ხელოვნური ინტელექტის გენერირებული ნამუშევარი „ედმონდ დე ბელამის პორტრეტი“, შექმნილი, გენერაციული მეთოდის გამოყენებით, AI-ს მიერ, აუქციონზე გაიყიდა 432 000 დოლარად;

Sony's Flow Machines-ის ჩაწერილმა სიმღერამ „Daddy's Car“, რამაც დიდი პოპულარობა მოიპოვა, AI-ის გენერირებული პოპ სიმღერაა The Beatles-ის სტილში. ამ ფაქტმა აჩვენა ხელოვნური ინტელექტის უნარი, შექმნას მუსიკა ცნობილი არტისტების სტილში;

მოკლემეტრაჟიანი ფილმი „მზის გაზაფხული“ (Sunspring), სცენარი სრულად დაწერა ხელოვნურმა ინტელექტმა, რის შედეგადაც შეიქმნა სიურრეალისტური და უნიკალური ფილმი, რამაც მაყურებლისა და სპეციალისტების მაღალი შეფასება მიიღო.

ეს მცირე ჩამონათვალიც კი კიდევ ერთი დასტურია იმისა, რომ დღევანდელ სამყაროში ხელოვნური ესთეტიკა მყარად იკიდებს ფეხს. ამ დინამიკაზე დაკვირვება ზუსტი პროგნოზების გაკეთების შესაძლებლობას არ იძლევა. ჩვენ მხოლოდ შეგვიძლია ვივარაუდოთ, თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს ხელოვნური ინტელექტის არტი უახლოეს მომავალში. გენერაციული და ინტერაქტიური AI სისტემები შექმნიან დინამიკურ ნამუშევრებს, რომლებიც რეალურ დროში, ახალი მედიის წყალობით, ზედმიწევნით კარგად მოერგებიან აუდიტორიას. ამავდროულად, მზარდად „ჰუმანური“ ხელოვნური ინტელექტი წარმოგიდგენს ისეთ ესთეტიკურ ნიმუშებს, რომლებიც დაახლოებით ისეთივე ემოციურ განწყობას გამოიწვევს მომხმარებელში, როგორც ადამიანის შექმნილი ნიმუშები. მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ იმ გარემოებას, რომ თავად მომხმარებელს, კაცობრიობის განვითარების ცაკლეულ ეტაპებზე, სახელოვნებო პროდუქტისადმი ემოციური დამოკიდებულებასა და ესთეტიკურ აღქმას, კონკრეტული დრო და ტექნოლოგიური პროგრესი უყალიბდება.

ხელოვნური ინტელექტის განვითარება შეუქცევადი პროცესია, ის უცვლელად გააღრმავებს საკუთარ როლს იმ ემოციური შეგრძნებების ფორმირებაში, რასაც ციფრულ მედიაშემადგენლებზე ვიხილავთ და მოვისმენთ. სავარაუდოა, რომ ჩვენ, თანამედროვე მკვლევრებს, ინტელექტუალური მანქანების ეპოქაში, კიდევ ბევრჯერ მოგვიწევს დაფიქრება და მსჯელობა ღირებულებათა ახალ სისტემებზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Conte N., The Most Popular AI Tools, Global Forecast Series, Vancouver, 2024. <https://www.visualcapitalist.com/ranked-the-most-popular-ai-tools/> 24/06/2025.
- Darbinyan R., How AI Transforms Social Media, Forbes, 2023. <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2023/03/16/how-ai-transforms-social-media/> 24/06/2025.

⁸ Egon, Russell, Julia, Human-Machine, OSF, 2023.

- Egon K., Russell J., Julia R., AI in Art and Creativity: Exploring the Boundaries of Human-Machine Collaboration, OSF Preprints, 2023. <https://osf.io/preprints/osf/g4nd5> 24/06/2025.
- Liu X., Artistic Reflection on Artificial Intelligence Digital Painting; Journal of Physics: Conference Series, 2020. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1648/3/032125/pdf> 24/06/2025.
- Myers A., Artist's Intent: AI Recognizes Emotions in Visual Art, Stanford University, 2021. <https://hai.stanford.edu/news/artists-intent-ai-recognizes-emotions-visual-art> 24/06/2025.
- Perrault R., Clark J., Artificial Intelligence Index Report, Stanford University, 2024. <https://aiindex.stanford.edu/report> 24/06/2025.
- Rough B., Aesthetics vs. Art, Word Philosophy Anthology, 2014. <https://1000wordphilosophy.com/2014/02/13/aesthetics-vs-art/> 24/06/2025.
- Shelley J., The Concept of the Aesthetic, Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2017. <https://plato.stanford.edu/entries/aesthetic-concept/#NorQue> 24/06/2025.

ARTIFICIAL AESTHETICS IN NEW MEDIA

Revaz Tchitchinadze

Keywords: *artificial aesthetics; new media; artificial intelligence; Art product*

The publication explores the expanding role of artificial intelligence (AI) in contemporary media platforms. It examines the collaboration between AI and human intelligence, resulting in the emergence of “artificial aesthetics” increasingly prevalent on new media platforms. In this analysis, the study seeks to identify the key elements and characteristics that distinguish artificial aesthetics from both traditional and digital art forms, with a particular focus on the role of algorithms and data processing in shaping these new aesthetic paradigms. AI significantly influences visual styles, thereby shaping user-generated content. Algorithm-driven art has gained popularity across new media platforms, indicating a shift toward more complex and dynamic forms of digital art, fueled by AI’s creative potential. As demand for such art grows, it signals the advent of entirely new digital art forms, offering unprecedented opportunities for both artists and society. This transformation highlights the profound impact AI will have on the future of artistic expression and digital creativity.

The term aesthetics is defined in the *Encyclopedia Britannica*¹ as the philosophical study of beauty and taste, which is closely related to the philosophy of art, which deals with the nature of art and the concepts by which individual works of art are interpreted and evaluated. Scholars agree with this definition, although most of them add that most of the theories involved in aesthetics may be closely related to art, but this is not always the case. In the publication “Aesthetics against the philosophy of art”, B. Rough notes that: “Many works of art are beautiful or have other aesthetic qualities, so most people argue that aesthetics are a necessary component of art. At this point you just have to think of Marcel Duchamp’s *Fountain* (1917); He claimed to create art without aesthetics.”² Notably, researcher James Shell, in the publication *The Concept of the Aesthetic*³, discusses the theories and concludes that maybe art is not always an aesthetic object, but aesthetic theories are always related to art. Consequently, the term aesthetics was later associated with digital art and further with artificial intelligence.

Our task is to analyze “artificial aesthetics,” which in new media platforms include unique visual, auditory and interactive properties generated through artificial

intelligence (AI). The so-called artificial aesthetics are different from both traditional and digital art forms. It highlights the role of algorithms and data processing in shaping these new aesthetic paradigms. There is an opinion, supported by arguments by researchers, that artificial intelligence should not be perceived as intelligence, but it should be perceived as a specific algorithm, or a set of algorithms, that executes specific commands. In such case, the question arises: why do we call modern algorithms intelligence, especially in such a field as art? There are many answers to the question, but most of them come to the conclusion that artificially flexible algorithms dictate to the modern artist how and with what concept he should think.

In the proceedings of the Montreal Electrochemical Conference (247th ECS meeting 2020), researcher Xin Liu focuses on the artistic reflection of artificial intelligence. “Art on the one hand, and science and technology on the other, are two different ways of people’s perception of the world. Science and technology develop together with man and integrate with society. The fusion of science and technology with art contributes to the development of art and the innovation of expressive form. In addition, science and technology have become part of the social,

1 <https://www.britannica.com/topic/aesthetics>

2 B. Rough; *Aesthetics vs. Art*; Word Philosophy Anthology; 2014.

3 Shelley, J; *The concept of the aesthetic*; S.E.P.; 2017.

cultural and spiritual world of artists, which allows modern creativity to think in a new way. The use of artificial intelligence technology in art has not only changed the material and tools, but also changed the thinking style of artists and their concepts. The creative process of artists has also changed radically.”⁴ That is why it is not a specific algorithm, or a collection of algorithms, but intelligence that defines creativity.

That artificial aesthetics is different from traditional art form does not require special observation and analysis. But, as I mentioned above, it is also different from digital art. Both digital art and artificial intelligence use modern technologies to create artworks. The difference between them is not in the material, i.e. the basis, but in the process of creation. Digital art is created by humans using digital technology. It is similar to the process of creating traditional art, only the basis, the material with which the artist expresses his message, is different. The digital, i.e. the result, can be viewed on a digital carrier. As for the art created by artificial intelligence, it creates new ones through computer algorithms, based on existing works of art, and what the result will be, the controlling subject of computer equipment (human) does not know—the result is unpredictable.

The process of creating art, by the artificial intelligence, goes something like this: an artist “offers” artworks to artificial intelligence and instructs it to create a new, different painting, collage, or story based on those sources. After receiving the instruction, the algorithm itself creates a new artistic sample, the same as art, according to its own opinion. Because of this process, the question is relevant for specialists today: is the product generated by artificial intelligence art? Expert opinion is divided: most believe that as the result is completely computer-generated, it lacks a certain intellectual emotiveness and thus cannot be equated with traditional art forms. Opponents of this opinion believe that a person gives an order to artificial intelligence and the result is related to the intelligence of the customer. This is the issue around which the debate among researchers does not stop. However, the fact is significant that in the case of both opinions, the conversation refers to the aesthet-

ics of artificial intelligence, which should really become an object of study and analysis.

New media platforms are also actively using artificial intelligence. Smart algorithms analyze user behavior, preferences, etc. to provide recommendations. Today, more and more media platforms are personalizing the content they deliver to users. I believe this type of offering not only increases user satisfaction, but also helps create a deeper aesthetic connection between the user and the content they receive. It is interesting what the artificial intelligence itself thinks about this hypothesis of ours. As an experiment, we turned to the most popular open source, the leader according to last year’s rating, ChatGPT.⁵

ChatGPT is dominating the AI industry. More than 60% of visits come from it. Between September 2022 and August 2023, some 14.6 billion visits were made⁶. Does ChatGPT agree with us in the above opinion? It answers unequivocally: I agree (I Agree) and then formulates its position point by point and why. It believes that artificial intelligence allows for the formation of new aesthetic forms and offers completely new forms of expression. After a lengthy explanation, ChatGPT concludes by saying, “The aesthetics of artificial intelligence is at the intersection of technology, creativity, and human perception. This process offers both an extension of traditional artistic forms and a completely new set of experiences. In addition, AI, based on data processing and computational methods, redefines the boundaries of creativity. Smart algorithms not only generate new styles and forms of art, but also customize and personalize the aesthetic experience for users” (ChatGPT, open source, spoken language Eng.).

When we talk about the personalization of the aesthetic experience, we must mean such media carriers as YouTube, Instagram, Spotify, etc. As you know, social media platforms rely heavily on AI for visual analysis and content. Platforms use artificial intelligence developed photo/video filters, image recognition and content recommendation algorithms. It even influences visual aesthetics and trends in social media ecosystems. In expert circles, analysis of the transformation of social media by

4 Liu, X; AI Digital Painting; Conference Series; 2020.

5 <https://openai.com/chatgpt/>

6 Conte, N; AI Tools; G.F.S; 2024.

artificial intelligence is actively underway. Forbes magazine informs us that the most significant and interesting trend of recent years is artificial intelligence, which is expanding its influence on social media platforms as much as possible, which is why its importance is increasing. “From text to photo, photo collage or video, recycled photo, compilation, new photo based on them, video, music, text, etc... AI content generation tools that learn from your social media past, shared posts, etc. Create effective new content for you.”⁷ It is this process described in Forbes magazine that creates current trends for social media users. Accordingly, it is artificial intelligence that dictates what aesthetics are trendy today.

In addition to the personalization of social network users, artificial intelligence appears as an influencer. Instagram pages such as “Influencer” rozy.gram, model mayaaa.gram, itskamisworld, and many others are completely artificial intelligence products. With millions of followers, they boast an image of successful influencers. How such artificial influencers are positioned is a subject of separate study and analysis? What types of photos, videos, etc. to attract users are on their pages? What type of communication do they engage in Tiki-Tok with friends and etc.? Based on all of the above, we can safely conclude that in the field of social media platforms, artificial intelligence occupies a dominant place in determining its form and content.

The AI Index Report (2024) by Stanford University reads that the product created by artificial intelligence exceeds the work performed by humans in several criteria, including “image (photo, video, collage) classification, visual reasoning, and foreign languages”.⁸ Yet the same research shows that at this stage, common sense and planning are still dominated by humans.

When comparing artificial intelligence and human capabilities, one of the weightiest and most important arguments in favor of humans is that artificial intelligence does not have the ability to feel emotion, so its product is devoid of human qualities. True. However, thanks to the study of human-made works of art, the algorithm gradually learns to perceive emotions as well. Teams of scientists are working to teach computers not only to

recognize what objects are in a particular image, but also how people perceive and feel when they look at them, i.e. algorithms with emotional intelligence. “This ability will be the key to making artificial intelligence not only more intelligent, but also more human,”⁹ says Stanford University researcher P. Achliopotas. The experiment started in 2021 by a group of scientists at Stanford University (led by Prof. L. Guiba, with cooperation from American, French and Saudi Arabian scientists), with a view to humanizing artificial intelligence, as it were. A database (a sample of 81,000 exhibits) was collected, to which were added people’s written explanations (440,000 responses from more than 6,500 people) of what emotion this or that piece of art evoked. As a result of data processing by the algorithm, the artificial intelligence managed to divide the works into emotional categories, moreover, the algorithm explains in writing what causes a specific emotion in the image.

As a result of this particular and many other similar experiments, it is likely that soon artificial intelligence will fully master the emotional world and will be able to create emotional texts, photos, collages, video or audio art (artistic works) in a way tailored not only to the request of a specific user (as it is today), but also in character. If today, as mentioned above, some specialists do not recognize the creative product created by artificial intelligence as art only because it does not have an emotional component, this feature is gradually acquired by the algorithm. So, today it is interesting to observe the process of how the artificial (art) product created by artificial intelligence is “humanized.”

How does artificial intelligence work in the art space today? The most important thing in this process is the ability to generate, allowing the algorithm to process information and create an image, music, video, text, etc. on its basis. The principle is as follows: the algorithm takes one or more styles, makes a compilation, and as a result we get a new art that may resemble the original or be completely different. Artificial intelligence offers ideas, themes, and concepts to the artist today, also helping them in image, sound correction, modeling, melody arrangement, etc.

7 Darbinyan, R; AI Transforms Media; Forbes; 2023.

8 Perrault, R; Clark, J; AI Index Report; Stanford University; 2024.

9 Myers, A; AI Emotions; Stanford University; 2021.

Today we see more than one successful collaboration between artist and artificial intelligence, which is a kind of collaboration between human creativity and algorithm-generated elements, such as, for example, interactive modern media installations, which could not be realized without artificial intelligence. Therefore, to answer the question of how artificial intelligence works in the field of art today, we can imagine a cycle where the idea is supplied by the AI, this idea is returned to it by the artist and given the task to package it according to a specific style/s. Make certain adjustments to the received product and the art is ready. Or the second option, when the artist uses his intellect as a good apprentice, a good assistant.

As mentioned earlier, a large number of specialists do not take the art created by artificial intelligence seriously, but thanks to the new media, artificial aesthetics are becoming trendy. This opinion is supported by *Artificial Intelligence in Art and Creativity: Exploring the Limits of Human-Machine Collaboration*¹⁰, a study prepared by three scientists. Among other methods, case analysis is used in the mentioned paper, which actually shows that both the demand and the market value of artificial intelligence art creations are high. In the mentioned study, many cases and the process of creating a work of art by an algorithm are analyzed. To prove our opinion, we present only a few facts that took place in the recent past:

- In 2018, the artificial intelligence-generated work *Portrait of Edmond de Bellamy*, created using the genetic method, by AI, was sold at auction for \$ 432,000

- *Daddy's Car*, a hit recorded by Sony's Flow Machines, is an AI-generated pop song stylized after The Beatles. This fact demonstrated the ability of artificial intelligence to create music in the style of famous artists.

The script for the short film *Sunspring* completely created by artificial intelligence, resulting in a surreal and unique film praised by the audience and specialists.

This small list further demonstrates that artificial aesthetics has established formidable presence in today's world. Observing this dynamic does not yet enable precise predictions, we can only hypothesize about the future evolution of AI-generated art. Generative and interactive AI systems are expected to produce dynamic works that, through real-time adaptation via new media, will be finely attuned to audience responses. Simultaneously, increasingly human-like artificial intelligence is shaping aesthetic patterns that evoke emotional responses in users comparable to those elicited by human-created art. This phenomenon is further reinforced by the fact that consumers' emotional engagement and aesthetic perception of artistic products are influenced by the specific historical period and technological advancements that have shaped their experiences during distinct phases of human development.

The development of AI is an irreversible process, it will inevitably deepen its role in shaping the emotional sensations that we will see and hear on digital media carriers. It is likely that we, modern researchers, in the era of intelligent machines, will have to think and reason about new value systems many more times.

REFERENCES:

- Conte, N; The Most Popular AI Tools; Global Forecast Series; 2024. <https://www.visualcapitalist.com/ranked-the-most-popular-ai-tools/>
- Darbinyan, R; How AI Transforms Social Media; Forbes; 2023. <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2023/03/16/how-ai-transforms-social-media/>
- Egon K, Russell J, Julia R; AI in Art and Creativity: Exploring the Boundaries of Human-Machine Collaboration; OSF Preprints; 2023. <https://osf.io/preprints/osf/g4nd5>

¹⁰ Egon K, Russell J, Julia R; Human-Machine Collaboration; OSF; 2023.

- Liu, X; Artistic Reflection on Artificial Intelligence Digital Painting; Journal of Physics: Conference Series; 2020. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1648/3/032125/pdf>
- Myers, A; Artist's Intent: AI Recognizes Emotions in Visual Art; Stanford University; 2021 <https://hai.stanford.edu/news/artists-intent-ai-recognizes-emotions-visual-art>
- Perrault, R; Clark, J; Artificial Intelligence Index Report; Stanford University; 2024 <https://aiindex.stanford.edu/report>
- Rough, B.; Aesthetics vs. Art; 2014; Word Philosophy Anthology. <https://1000wordphilosophy.com/2014/02/13/aesthetics-vs-art/>
- Shelley, J; The concept of the aesthetic; Stanford Encyclopedia of Philosophy; 2017 <https://plato.stanford.edu/entries/aesthetic-concept/#NorQue>