

РЕЦЕНЗИЯ ЗА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД НА ХРИСТИЯН ВАЧКОВ НА ТЕМА

Самопредставянето онлайн в сферата на изобразителното изкуство

към катедра „История и теория на културата“, ФФ, Софийски университет,
ръководител проф. Владимир Градев,

Рецензент проф. Александър Къосев

У нас са рядкост научни трудове, посветени на пазара за изкуство, на дистрибуцията на произведенията и на влиянията на пазарните и дистрибутивни тенденции върху самото изкуство. А в случая става дума не само за рядка, но и за оригинална, новаторска работа, посветена на съвсем актуални световни тенденции. Те са свързани с дигитализацията на дистрибуцията на визуално изкуство и новите възможности, които се откриват за творците през различни онлайн платформи. Авторът се движи в напълно нова сфера, бурно развиваща се в света в последните пет-шест години.

Дисертацията е с обем от 212 стандартни страници и се състои от шест части, цитираната литература включва 120 заглавия на английски и 9 на български език, авторът е посочил две собствени публикации. Стилът на изложение е лаконичен и интензивен, тезите са формулирани ясно и са защитени с подходящи анализи и примери, структурата и композицията на работа правят позицията на автора проследима и добре защитена. В методологическо отношение работата е повече от интересна и провокативна, Вачков познава добре основни трудове на съвременната социология на изкуството, на изследователи на дигиталното изкуство и на съвременния художествен пазар (Абинг, Ван Маанен, Манович, Молик, Уейнбърг, Терзиев и др.)

Изходна точка е социологическата критика на посредническите структури в областта на изобразителното изкуство. Тя е базирана от една страна върху Бурдийо и неговите последователи, от друга върху институционалната критиката на художествените институции и техния монополен характер. Благодарение на този критически анализ и следвайки посочените традиции, Вачков описва няколко видими парадокса в социалното битие на съвременното изобразително изкуство:

1. Все по-нарастващата роля и значение на художествените посредници - куратори, галеристи и посредници, т.нар. gatekeeper-и, охранители на определени експертни и институционални привилегии на художественото поле, които монополизират голяма част от печалбата. Това са фигури, от които зависи подборът и кариерата на артистите.

2. Дълбоката изкуственост и мистифицираност на тази пазар, който все повече продава не творци и творби, а брандове, „звездни аури“ и бизнес модели (превърщайки самия художествен маркетинг в изкуство). По този начин той предопределя пътищата на социализация и професионализация на всеки един творец, задължен в усилията си за успех да спазва условностите на този модел, неговото *illusio*.

3. Астрономическите поляризации в заплащането на художествения труд и особеното деление на сегментите на този пазар между звезди и художествени пролетарии.

4. Моделът „Победителят взима всичко“, който води до това, че огромният художествен пролетариат живее на прага на една „структурирана бедност“, докато излъчени от посредниците и медиите „звезди“ получават астрономически хонорари.

На този несправедлив фон възникването на възможност да се заобиколят посредническите структури, които дава епохата на дигиталния достъп, се разглежда от лява позиция - като вид освобождение на обеднения художествения пролетариат от монопола на художественото поле и неговите охранители. Новите възможности трябва да възникнат в процепите, празните места и лиминалните ниши на това поле, където понастоящем нахлуват разнообразните онлайн платформи и социални мрежи на Интернет, откриващи нови канали за самопредставяне и директно участие в пазара. Те дават на обикновения творец преди невиджани възможности за себепромотиране и менажиране на собствения художествен бранд, за директен контакт с публиката, интензивно общуване с потребителите, за неопосредена продажба и дистрибуция на произведения. Това променя кариерни пътища и модели на успех, открива полето за алтернативни видове финансиране и за преразпределяне на печалбата от художествения труд.

В центъра на анализа са тъкмо тези нови технологични и комуникационни възможности за само-презентиране на артиста и за съкращаване на посредническите фигури, от които той и неговата бедност доскоро са зависели. Това се тълкува като демократична промяна, следваща от дигиталния свят и от културата на „милениумите“, отваряща възможности за всеки, у когото има креативност. Всеки креативен човек става предприемач на самия себе си и вече свободен да прескочи куратори, галеристи, търговци на изобразително изкуство, да не се съобразява непременно с музеи, консервативни аукциони, да не участва в задължителните кариерни събития

от типа на биеналета, фестивали и традиционни изложения; да не търси дори традиционните публики и потребители – стария тип колекционери и колекционерски общности.. В това описание на освобождаването от илюзиите и монополите на полето има нещо ведро и оптимистично: в епохата на достъпа творецът сякаш за пръв път има възможност сам да управлява дистрибуцията и пазарната реализация на своето творчество, да предлага директно на крайния потребител С много добро познаване на видовете електронни платформи за излагане на визуално съдържание, дисертантът показва как в рамките на последните няколко години онлайн инициативите започват да доминират пазара и да го променят радикално пазарните дялове., т.е. на милиардна публика от свободни хора с независим вкус и потенциални купувачи. А спечелването на такава независимост от мненията, оценките и изискванията на традиционни експерти-монополисти е нещо неவிжданo в света на традиционното изобразително изкуство, революция.

Макар да говори революция, дисертацията не поема риска да я проследи в целия ѝ обем и значение, а има по-скромна цел - да пресъздаде само моментна социологическа и културологическа снимка на твърде динамичната ситуация. В това отношение работата демонстрира задълбочено познаване на разновидностите и нишите на съвременния пазар на изкуството, както и неговата нова онлайн среда. Вачков прави и отличен избор на подходящи и добре степенувани примери, всеки разгледан с изследователска задълбоченост. Те са подбрани така, че да представят скалата от възможности и ситуационната динамичност на променящото се от година на година поле, разгледано в напрежението си между реалния и виртуалния пазар, в момент на подвижно съществуване на традиционни, хибридни и напълно нови форми. Разгледани са както примери за консервативни инициативи, но преместени в онлайн пространството (като дейността на галерията Saatchi Art), така и новаторски платформи за алтернативно финансиране (crowdfunding платформи като Kickstarter или нови форми на демократично финансиран патронаж - платформата Patreon). Специално място е отделено на социалните мрежи и по-конкретно на новия гигант Instagram с неговите невероятни възможности за индивидуална презентация на визуално съдържание и с обръкращата му политика на цензура и ограничения. Не са спестени и хибриднизиращи общата картина намеси на най-традиционни институции за изкуство - гайдовете на МОМА, проектите на Кралската академия, нито използването на новите форми за традиционни експерти или за промоция на индивидуални звезди като Марина Абрамович и пр. Специални подглави са посветени на отделни, доста противоречиви случаи на успех или на скандал, свързани с налагащи се по въпросните алтернативни канали творци като Луиз де Уейгър, Ашли Лонгшор, Марк Зий, Ричард Принс, Амалиа Улман и др.

За българското културознание, социология на изкуствата и изкуствознание повечето от тези неща са малко известни (в библиографията се цитират само девет заглавия на кирилица), ето защо дисертацията има много приноси; тя всъщност отваря за българската научна област цяла изследователска линия, която без съмнение в бъдеще ще има последователи и още много научни натрупвания. Най-важните приноси, според мен са няколко:

1. За важен принос може да се смята радикалният социологически анализ на *ilusio*-то на художественото поле, който не съобразява с неговите собствени митове и е свободен от консервативно-романтически предразсъдъци. Според известния подход на Пиер Бурдийо и неговите последователи, доразвиван и от Вачков, в традиционния вид на полето тези митове са били фетишизирани и конвенционализирани. Те се концентрират в мистифицираната фигура на безкористния творец, „гладуващ художник“, чист воин на духа и изкуството, който не се занимава с пазарни и практически неща, а ги оставя на посредниците, от които зависят продажбите. Анализът от гледна точка на въпросната социологическа парадигма показва, че този мистична фигура всъщност прикрива произведена от самото поле позиция. Тя става възможна благодарение на последователни реални стъпки от страна на твореца по професионалната му социализация. Натрупването на неговия културен капитал се случва във и през посредническите структури на самото поле: става дума за придобиване на образователни степени, последователно кариерни обвързвания с колеги, познанства с галеристи и критици, изложби в определени галерии, участия в биеналета, мрежи от връзки и легитимации, натрупване на опит и престиж, т.е. на всичко, което позволява вдигане на собствения статус в полето и пр. Това поведение на твореца от своя страна обратно утвърждава особената власт на автономното поле, което разпределя неравномерно символния и реалния капитал, престижа и реалните продажби и така позволява присвояване на голяма част от печалбите му от ориентирани към пазара посредници, а не от масата творци. Налага се несправедлива икономика по модела „победителят взема всичко“ - освен посредниците той привилегирова отделни пазарно-медийни звезди, докато останалата огромна част от творците е вкарана в споменатата „структурирана бедност“, превръща се в онеправдана художествена работническа класа.

2. Работата убедително показва как въпросната традиционна ауретична фигура на художника постепенно губи битката с новите дигитални практики и бива изместена от масовизираната фигура на свободния креативен човек, самопрезентиращ се в електронните платформи. Той преодолява поробващото го разделение на труда, за да се занимава сам с всички сфери и сектори на художествения процес, които преди това са били специализирани и до които той не е имал достъп - той вече не само рисува, не само създава своя собствена естетика, но и

менажира своята своя продукт и пазарната му аура, осигурява си достъп и възможности за дистрибуция, контактува интензивно и непрекъснато със своите публики, следвайки техния вкус. Чрез всичко това успешно преразпределя чрез онлайн-платформите несправедливо монополизираните печалби и минимализира нуждата от посредници.

Освен „моментната снимка“ на трудната за обзор ситуация, работата има едно важно достойнство. Макар че оптимистично се занимава с новите възможности на технологиите, с рязкото демократизиране на пазара чрез алтернативните форми на дигитално себе-браниране и взаимно финансиране, тя не се поддава на лесни утопии за Instagram или Patreon. Вачков не тълкува технологичните процеси единствено като прогрес, освобождение, демократично преразпределяне и масова креативност, не изпада в лесния технологичен утопизъм на дигиталните милениуми. Дисертацията му запазва критична дистанция към новите възможности: тук най-добре е да цитирам един много интензивен неин пасаж (той се отнася до платформата Instagram, но всъщност демонстрира последователната амбивалентна позиция на анализа към всички нови форми): *„Какво обаче имат за губене артистите в новата и мечтана платформа? ...опасности има много. Проблемът за загубата на автономния статус на света на изкуството, продиктуван от намесването му в едно нерегламентирано пространство като социалната мрежа и намаляването на ролята на експертите, неусетно карат потребителите – артисти и всякакви „крейтивни“ - да се съобразят с матрицата на самото приложение. ИмPLICITните и екPLICITни ограничения, цензурата и прекалено опрощаващия, безкритичен дух на платформата, неусетно налагащата се стандартизирана естетика и не на последно място – все по- времеемкия процес на менажиране на бранда, който измества по важност самия творчески процес... това са само част от причините за творците, особено за тези които не създават лесни и „ретинални“ произведения, да се върнат обратно в рамките на храма на *illu-sio*-то – да върнат изкуството обратно към медиацията от галериста и експерта модел и да се дистанцират от несекващия диалог с публиката“*. По-долу ще разгледам по-подобно тези важни авто-опасения на работата.

Не на последно място работата демонстрира и една чисто техническа научна добродетел: отлична способност за работа с количествени и качествени данни, социологически професионализъм.

Стигам до своята цялостна оценка: пред нас е един много задълбочен и новаторски за българската културология, социология на изкуството и изкуствознание труд. Дисертантът е демонстрирал самостоятелно мислене, систематична последователност на анализа и задълбочени,

смели в научно отношение изводи: това е един достоен дисертационен труд и като рецензент аз изразявам ясната си подкрепа за него.

По-долу следват критически бележки, които трябва да се тълкуват не толкова като забелязани непълноти и дефекти на работата, колкото като предложения за развитието ѝ в една бъдеща монографична публикация (последната ми се вижда задължителна).

В първа глава са използвани статистики и анализи, предоставени от HISCOX, авторитетна застрахователна фирма с мощна мрежа от връзки в арт-света, чийто масиви от качествени и количествени данни са определени от Християн Вачков като впечатляващи. Вачков използва като професионален социолог докладите на HISCOX, анализиращи пазарните дялове и тенденциите в offline и онлайн пазара на изкуство. Забележката ми е следната: все пак една застрахователна агенция, колкото и да е влиятелна, е финансов агент с частен интерес. Един последователен социологически анализ би трябвало да рефлектира върху този факт – остава ли отпечатък въпросния интерес върху начина и методологията, с която се събират данни, не предопределя ли неговата пазарна перспектива изначално и епистемологическата експертиза? Авторите, които Християн Вачков използва като водещи в своя анализ, могат да бъдат определени като последователи на Бурдийо и неговата теория на полето, т.е. като леви социолози. Това позволява да формулирам следния на пръв поглед комичен въпрос: възможно ли е един социологически анализ, базиран върху леви политически предпоставки, да използва «десни» данни? Та не са ли те произведени от една застрахователна, неолиберална капиталистическа гледна точка, от фирма, подозрително базирана на Бермудите? Как може да бъде контролирана употребата на подобни данни, така че да се избегне ефекта на евентуалната «неолиберална» оцветеност при тяхното събиране, класифициране и тълкуване?

Втората ми забележка не е комична, а е свързана с минимализираната историческа перспектива, която предполага теорията на полето на Бурдийо. Тя описва *illusio*-то на това поле като резултат от процес на съчетаване/взаимно оразличаване на хабитуси и позиции, които позволяват възможности за взаимни трансформации на видове капитал – реален, символен, културен. Вачков приема това и го подкрепя с цитат от Ван Маанен „Полето на изкуството е структура от отношения между позиции, които с помощта на няколко вида капитал, от една страна, и на основата на споделено *illusio* и тяхна собствена *doxa*, от друга, се борят за специфичен символен капитал (престиж). Позициите са заети от агенти, които заемат тези позиции на базата на своя *habitus*.” (Maanen 2009:55)“. Моят коментар: това би могло да се приеме, ако се добави че „позициите“, за които става дума, включват живи и мъртви агенти. Тя не включва само куратори, агенти и галеристи, нито само авторитетни колеги, художници от настоящето, но включва не по-

малко стари, дори древни авторитети. Т.е. полето не е синхронна структура, а е диахронно, притежава историческа дълбочина. Тук твърдя, за разлика от правоверните бурдийовисти, че придобиването на „статут“ и „престиж“ в подобно поле не е свързано само с неговото ситуационно, актуално състояние на игри на хабитуси и взаимни оразличавани. То се случва и в активна комуникация с мъртвите авторитети, обикновено наричани „великите мъртви“ – т.е. в своето развитие художникът общува (старае се да прилича, старае се да се оразличи) с велики образци, класици, материализирани в картини, книги, образи, интерпретации, образователни канони. Разгледано по този начин „полето“ се отваря към обичайното понятие „традиция“. Последната бива възпроизвеждана по хиляди канали - образователни, публични и културни, но важното е, че никога не е само моментно-синхронна структура от оразличавания, а е пространство на историческо състезание с видими и невидими образци. Неговото постигане изисква вече културна компетентност отвъд елементарните „оразличавания“ – тя е от сферата на интериоризираните знания, образци и авторитети. Социалното въображение „разтяга“ полето във времето и прави постигането на позиция и престиж въпрос не само на реално съперничество със съвременници и gatekeeper-и, но и на въображаема комуникация с отсъстващите модели, мъртви велики художници. Това е методологическо възражение към самия подход, което бих искал да бъде коментирано от автора на дисертацията при защитата му.

Горното методологическо възражение води до друго, което е едновременно терминологическо и принципно. Работата на Вачков често използва вече утвърдили се англоезични метафори и понятия на самата онлайн сфера, понастоящем движещи се към терминологизация както в самите платформи, така и в научната литература, която им е посветена (тук е моментът да благодаря за речника на подобни нови термини в края на дисертацията, макар той да не е пълен). Често обаче новите „термини“ означават нещо, подозрително близко до стари, утвърдени културно-исторически и изкуствоведски понятия. Типичен пример е обсъждането на „бранда“ на Леонардо да Винчи при рамкиращия дисертацията анализ на продажбата на Salvator Mundi и главозамайващата цена, получена за тази картина. Да Винчи е смятан за гений още от епохата на Ренесанса, той е типичен класик на изобразителното изкуство: в този смисъл аурата му не е брандирана вчера, едва ли е произведена от най-съвременни „експерти, куратори и галеристи“. Тя съществува от векове и от векове бива използвана за модел за художествено образование. От друга страна тази класическа аура е използвана пазарно именно днес, и то тъкмо от подобни gatekeeper-и-монописти, за вдигане на цената на едно проблематично платно. Тази двойственост налага да се мисли върху въпроса – как се отнасят помежду си понятия като „класик“ или „гений“ от една страна и „brand на класик“ и „brand на гений“ от друга? Ще рискуваме ли да твърдим, че „класик“ и „гений“ са единствено част от *illutio*-то на традиционното мистифицирано поле на изкуството?

Че те всъщност не са нищо повече от своя brand, практически не се различават от своя, произведен от полето, маркетингов образ? Че всички класици трябва да бъдат разбирани и анализирани като част от настоящите процедури на това поле, елемент и инструмент, с който то произвежда властовите си позиции и привидната си автономност? Демистифицирането на полето, както и самият автор на дисертацията твърди, е рискова процедура. То заплашва заедно с разобличаването на трансформациите на един капитал в друг, да отмени и всички традиционни понятия на изкуствознанието, с които сме мислели изкуството – включително в предел, да демистифицира и понятията талант, дарба, способност, майсторство, образец, майстор, творец, класик и пр. Но как тогава ще удържим представата, че някой индивид, предприемач е ... *криейтив*, с какво ще легитимираме скритата традиционна представа за творчество, укрила се в тази предприемчива онлайн-метафора?

Работата споменава за опасностите и рисковете пред технологичния оптимизъм и свободната онлайн-търговията с изкуство, аз вече посочих това. Вачков говори за анархично смесване, немислимо за света на предишното изкуство – объркват се високо и ниско, кич и класика, и най-вече – на изкуство и не-изкуство. Но следвайки своите авторитети, левите социолози на изкуството, той добавя, че този пълен хаос е ... всъщност условие за креативност, той ни най-малко не обезсърчава артисти и колекционери, които го разбират като основно преимущество на новата система.

Но на мен все пак ми се струва, че тук нивото на онлайн оптимизъм е малко по-високо от онова, което аз лично споделям. Може би защото съм по-възрастен и консервативен, по-малко ляв, смятам, че в дисертацията на възможностите на новите crowdfunding платформи и на Instagram са натоварени с твърде много остатъчен оптимизъм и им е отдадено непропорционално по-голямо място и значение, отколкото на другата страна на медала. Твърде бегло са споменатите ограничения, рискове и опасности, свързани с дигиталната революция. Защо сме сигурни, че когато става дума за самопредставяне, то непременно е на талантиливи и креативни хора и неизбежно води до „откриване“ на таланти? Това е медиен модел на мислене от типа „България търси талант“. Дали обаче не може да се каже обратното – че подобно масирано самопредставяне без ограничения всъщност е свързано с брутално налагане на нови и често инфантилни моди и митове, на кичозни вкусове и тийнейджърски некритични мании, на мимолетни звезди, визуални шлагери без истински качества? Тоталната популярност и освобождаването от авторитети може би създава възможност определени образи и фигури, нови звезди, да галванизират инфантилни маси от фенове, което доскоро беше валидно главно за музикалната сфера, но днес важи и за словесната, и за визуалната (доказателството е, че картинки и видеа из безброй сайтове и

платформи събират стотици хиляди, дори милиони лайкове). Но дали трябва да тълкуваме този процес единствено оптимистично? Кой гарантира, че смесването на високо и ниско, на талант, кич и бездарие, ще доведе най-накрая до финален позитивен ефект, до отсяване „на най-доброто“ и че милионите лайкове имат такава „отсяваща“ функция? . Дали категорията „вкус“ е само част от *illusio*-то, или по-скоро е резултат на *Bildung* и вековни културни натрупвания? Може ли тя да бъде просто отхвърлена като вид елитарен монопол, трябва ли да направим това? Не застрашават ли новите онлайн практики с нова опасност: диктат на популярния масов вкус, графомания, кич, войнстващо бездарие, съчетани елементарно неумение, често и с нахалство, детинско себепрезентиране, масово разпространяване на индивидуален нарцисизъм и грандомания, с леквата отхвърляне на всички авторитети, с пълна липса на критерии и реалистична самооценка? Тук не става дума за обратна, апокалиптична преценка, а за преценяване и менажиране на рисковете. Как трябва да гледаме на окуражаването на тази *selfie* култура и на нейната легитимация чрез академични изследвания? Чрез общоприетият демократичен реторичен репертоар те започват да славословят консумативната естетика и всеопрощаваща етика на позитивна онлайн сигурност–задоволява ли ни това? Не е ли то просто поредната проява на най-обикновено пазарно приласкаване-съблазняване на милионите потребители-провайдъри, които не са готови да чуят нищо критично за себе си и които очакват вкусовете им да бъдат следвани, не провокирани? И което в политически аспект има популистки, а не демократичен потенциал? Дали онлайн естетическо пространство за само-презентиране не поощрява нарцисизма, не представя собствения вкус като единствен и самоочевиден, дали не изключва всяка критична, рефлексивна, дистанцирана, негативна позиция?

Талантите са се характеризирали векове наред със способността си да предизвикват не моди, а истински естетически революции срещу масовите, комерсиализирани вкусове. Както е известно, това е ставало с цената на много жертви и усилия, рискови художници са воювали за тотално отхвърляне на доминиращи естетически нагласи и представи за изкуство, постигали са дори парадигмални измествания. Именно тази „революционна“ стойност на таланти и гении, е била причината те да бъдат стилизирани като особени хора, отшелници и гении. Това е породило и социалния мит, част от *illusio*-то на класическото поле, за отхвърления, но боговдъхновен, беден и безкористен художник, който следва съдбата и императива на своето изкуство отвъд и срещу изискванията на своето време, против вкусове и очаквания на пазара и публиката. Смятало се е, че ако той наистина е такъв, едно друго, дълготраещо в културната традиция време, ще то „отсее“ и ще преобърне образа му, така че да той да се превърне в класик, нов законодател на нови вкусове. И това ще бъде основание подобни фигури да бъде канонизирани като гении и класици.

И тук възниква възлов въпрос: не дали с изхвърлянето на романтичните митове за класика и гения, няма да изхвърлим и бебето на самото изкуство? Залогът е по-голям от критикуваните мистични фигури не гения – дали с тях не отхвърляме и самата представа за транс-историческата темпоралност на изкуството, произвеждащо валидни отвъд своето време ценности и образци? Дали не свеждаме всичко в художествената продукция до бързата ликвидност на пазарното време, до капиталови трансформации и въртенето, оборота на реалния капитал?

Горните тежки въпроси с неясен отговор не са възражения конкретно към дисертацията, а философски, исторически и социологически проблеми, скрити зад нейната методология. Но в една бъдеща публикация те трябва да бъдат обсъдени сериозно, не просто споменати. Там би било добре също и да се разшири радикално и полето на анализ, извън сферата на пазара на изкуството, защото живеем в епоха на криза на посредниците и криза на сферите на експертна компетентност. Контекстът на това, за което пише Християн Вачков, е всъщност много по-общ и всеобхватен: става дума за рамков културен и медийно-технологичен процес, далеч надскачащ сферата на изкуството и неговия пазар. Той обхваща още много модерни сфери: на публичността (където журналисти и публични фигури са измествани от блогъри), на историческата наука и архивите (където специалистите са измествани от непосредствените, станали достъпни свидетелства на участниците); сферата книгоиздаването (където традиционните форми на издателства книжни търговия са мощно конкурирани от формите на самоиздаване, но монополизирани от гиганти като Amazon.com –става дума за самопубликуване и директен контакт с онлайн читатели-клиенти, автоматично правещо излишни посредници като коректори, редактори, оформители, критици и рецензенти). Сходни неща се случват с образователната сфера, в която онлайн се предлага конкурентни модели на обучение и се говори за „смърт на преподавателя“; процесът на криза на посредниците може да бъде проследен във фамилените си прилики чак до дигиталния натиск, унищожаваш традиционните пощенски услуги, до колаборативната онлайн икономика, унищожаваша конкуренцията на традиционните търговски вериги, до безпрецедентния натиск, който самостоятелния достъп упражнява върху таксиметрови и транспортни услуги, върху търсенето на самолетни билети и хотели, дори върху традиционните посреднически форми при пазарните сексуслуги. В епохата на достъпа, всичко, което е било подпомагано от специализирани посредници, бавно се измества от мощта на Интернет и онлайн търсачките. Те осигуряват бърза информация и непосредствена, все по-надеждна връзка между производителя, предлагащ услугите и финалния индивидуален потребител. Ако погледнем на проблемите на пазара на изкуството през този общ социален хоризонт на промяната, новият on line пазар може да бъде видян и в друга светлина. Той става просто елемент в кризата на посредниците. За противоречивия, двойствен характер на този процес, вече се водят тежки философски и социологически спорове и сблъсъкът

между оптимисти и песимисти засяга всички форми на заобикаляне и прескачане на предишните експертни медиатори – от колаборативна икономика, couchsurfing, crowdfunding до ролята на Amazon.com. Дали става дума за демократизация? Дали пък не е разпадане на всяка специализация и експертност? Тук отговорите би следвало да идват от конкретни анализи и изследвания, а не от политически леви, или от политически десни митологии, те не трябва да зависят нито от един предварителен прогресистки оптимизъм, нито от желание за консервативно охраняване на статуквото. Просто трябва да се изследва много внимателно какво именно става, какви са множествените и противоречиви тенденции, какви са печалбите и какви – рисковете, а не да се предрешава с идеологически мотиви. Но можем да предположим, предвид нарастващата сложност на самите технологии: специализацията едва ли ще изчезне, посредниците едва ли ще се оттеглят, технологичния оптимизъм звучи в политическо отношение малко наивно и преждевременно.

Да не забравя и една финална препоръка – в бъдещата публикация по темата на дисертацията би било добре да се добави и една глава за българския пазар за изкуство, доколкото той съществува. Засегнат ли е той от новите форми на самостоятелно дигитално самопрезентиране, как именно?

В заключение искам да кажа, че за мен четенето на дисертацията на Християн Вачков беше удоволствие и истинска научна провокация. Това е високо интелигентна и новаторска работа, която безспорно дава основания на научното жури да му присъди титлата „доктор на науките за културата“. И като рецензент аз твърдо я подкрепям.