

Recenzja z: Lev Manovich, *Cultural analytics*, The MIT Press, 2020, ss. 318

ANDRZEJ RADOMSKI*

Manovich, Lev. *Cultural analytics*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 2020

Słowa kluczowe: analityka kulturowa, kultura cyfrowa, media, wizualizacja

Keywords: Cultural Analytics, Digital Culture, Media, Visualization

Zwrot cyfrowy będący konsekwencją współczesnych technologii ICT¹ dokonał fundamentalnych zmian we wszystkich praktykach kulturowych. Powstały nowe zawody, nowe sposoby produkcji, nowe formy aktywności, rozrywki, nauczania, kanały komunikacji czy uprawiania polityki. Zmieniła się także praktyka naukowa.

Codzienna działalność ludzi w różnych praktykach kulturowych coraz częściej polega na „produkowaniu” różnego typu danych czy informacji. Zarówno w środowisku fizycznym, jak i przede wszystkim wirtualnym umieszczają oni ogromne ilości postów, komentarzy, zdjęć, filmów czy projektów, a naukowcy coraz częściej publikują w Internecie wyniki swoich badań. Co więcej, każde nasze kliknięcie w oknie przeglądarki czy wyszukiwarki też jest określoną informacją czy zestawem danych, które potem mogą być wykorzystane do różnych celów.

Na oznaczenie tych wszystkich „cyfrowych śladów”, które zostawiamy w rezultacie naszej profesjonalnej, jak i prywatnej działalności w poszczególnych praktykach współczesnego społeczeństwa stworzono specjalny termin: big data. Humanistyka i większość dyscyplin społecznych (za wyjątkiem ekonomii) na początku nie zwracały szczególnej uwagi na zjawisko big data ani na konieczność zmierzenia się z problemami teoretyczno-metodologicznymi badania dużych kolekcji danych. Wyjątkiem

* Andrzej Radomski, Prof. w Instytucie Nauk o Kulturze UMCS, zajmuje się humanistyką cyfrową, teorią i metodologią badania kultury cyfrowej, wizualizacją wiedzy, podstawami data science i uczenia maszynowego w humanistyce.

¹ Skrót od ang. information and communication technology.

na tym polu była działalność Lva Manovicha², który już w pierwszych latach naszego stulecia dostrzegł potrzebę zmiany przedmiotu badań humanistyki, dyscyplin społecznych i nauk o sztuce, a także wypracowania nowych narzędzi badawczych do analizy kulturowych big data.

W roku 2007 powołał on do życia: Software Studies Initiative³ – rodzaj humanistycznego Laboratorium, w ramach którego rozpoczął (wraz z zespołem) szeroko zakrojone badania nad cyfrowymi big data (głównie nad kolekcjami obrazów i filmami). Posiadając (dzięki wykształceniu) kompetencje (z jednej strony) artystyczne, a z drugiej, informatyczne zapoczątkował nowatorskie badania współczesnej produkcji medialnej, wykorzystując do tego celu narzędzia ICT.

Najnowsza książka Lva Manovicha: Cultural Analytics⁴ stanowi pewnego rodzaju podsumowanie dotychczasowej działalności naukowej tego badacza. Jest ona równocześnie rodzajem monografii o charakterze teoretyczno-metodologicznym, która przynosi zarys koncepcji nowego, jak już wszystko na to wskazuje, paradygmatu w humanistyce i naukach o sztuce, który ten rosyjski badacz nazwał: analityką kulturową. Punktem wyjścia rozważań autora jest stwierdzenie, że musimy na nowo odkryć, co to znaczy studiować kulturę⁵.

Analityka kulturowa jest autorskim pomysłem Lva Manovicha W omawianej książce pisze:

czytałem istniejące prace o analizie i wizualizacji wielkich zestawów kulturowych danych i widziałem, że dzieje się to w wielu dziedzinach i że tworzy się nowy paradygmat badawczy ale nie miał on własnej nazwy. Czulem potrzebę ustanowienia nowej kategorii, która odnosiłaby się obliczeniowych analiz wzorów i trendów we współczesnej cyfrowej kulturze (jako opozycja do tylko historycznej kultury) i która obejmowałaby analizę różnych gatunków mediów (jak opozycja do tylko tekstu). Gdy powołaliśmy do życia nasze własne laboratorium do tego typu badań wiosną 2007 roku, wymyśliłem termin analityka kulturowa⁶.

Manovich, w omawianej monografii, zaplanował realizację dwóch głównych celów: a) praktycznego – czyli zademonstrowanie użycia metod: nauk

² Od 2012 roku pracuje w City University of New York.

³ Więcej informacji na temat tego Labu znajdzie czytelnik na stronie projektu: <http://lab.softwarestudies.com/> [Dostęp: 2021.04.17].

⁴ L. Manovich, *Cultural analytics*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2020. Wcześniej napisał: *The language of new media* (2001), *Software culture* (2010), *Software Takes Command* (2013).

⁵ Tamże, s. 18.

⁶ Tamże, s. 7.

komputerowych, wizualizacji informacji i sztuki mediów do badania i analizy różnych rodzajów współczesnej produkcji medialnej, b) teoretycznego – czyli przedyskutowanie o możliwościach, jak i ograniczeniach stosowania wspomnianych metod do badania dużych kolekcji danych.

Projekt analityki kulturowej autorstwa Manovicha wyłożony w: *Cultural analytics* sytuuje się na przecięciu: data science, media studies i digital culture studies⁷, a więc stosunkowo młodych dyscyplin, które zajmują się badaniem współczesnej cyfrowej kultury z użyciem metod komputerowych. Jak we wstępie pisze autor studiowanie jego propozycji nie wymaga znajomości podstaw data science, programowania, statystyki ani matematyki. Adresatami książki są badacze i studenci sztuki, humanistyki, nauk społecznych, mediów, analitycy danych i nauk komputerowych. Jego książka, jak zapewnia, jest przyjaznym, bez używania technicznego języka, wprowadzeniem do problematyki analizy kulturowych danych za pomocą algorytmów⁸.

W swym projekcie analityki kulturowej Manovich dystansuje się nieco od innego prężnego nurtu we współczesnej nauce jakim jest humanistyka cyfrowa. Termin ten pojawił się w nauce na początku XXI stulecia i, jak zauważył Manovich, głównym celem cyfrowych humanistów była analiza tekstów historycznych (np. z literatury). Tymczasem dla niego równie interesującymi zagadnieniami były: a) jak globalizacja i powstanie nowych technologii komunikacyjnych zmieniły geografie kultury, b) czy możemy znaleźć określone kulturowe trendy w małych miastach, leżących z dala od wielkich metropolii, c) jak współczesna kultura różnicuje rozwój, czy ulega on przyspieszeniu czy spowolnieniu⁹. Tego typu pytania stały się swoistym bodźcem do poszukiwań innych metod do badania kultury niż te, które oferowała, jego zdaniem, humanistyka cyfrowa.

W omawianej książce Manovich wskazuje na pięć problemów, wokół których projektował swój paradygmat. Pierwszy można sformułować następująco: zobaczyć, jak setki milionów ludzi na całym świecie kreują, postrzegają i wartościują różne wytwory na podstawie ich codziennej twórczości. Wiąże się z zaproponowaniem nowej/ych koncepcji, za pomocą której/ych można uchwycić szybkość, zróżnicowanie i łączność między zjawiskami współczesnej globalnej cyfrowej kultury. Te nowe koncepcje, twierdzi

⁷ Jak dotychczas nie ma polskich odpowiedników tych anglojęzycznych nazw.

⁸ L. Manovich, *Cultural analytics...*, op. cit., s. 2.

⁹ Tamże, s. 3.

Manovich, powinny mieć nie tylko teoretyczny charakter ale również umożliwić nam mierzenie wymiarów cyfrowej kultury i porównywać style, gusta, wyobrażenia i kulturowe zachowania w wielu miejscach i sieciach. Drugim celem było wynalezienie nowego języka do opisu kulturowych artefaktów, doświadczeń i ich dynamiki. Człowiek bowiem nie jest w stanie uchwycić tysięcy, milionów czy bilionów artefaktów za pomocą dotychczasowych narzędzi metodologicznych. Użycie metod numerycznych i wizualizacji okazuje się, twierdzi, niezbędne. Trzeci problem wiąże się ze zwróceniem szczególnej uwagi na media wizualne. Manovich uważa bowiem, że wiele interesujących zjawisk we współczesnej kulturze można dostrzec badając media za pomocą komputerowych metod. Czwarty problem wiąże się z pytaniem: czy możemy badać wielkie zbiory danych medialnych (jak i innych) bez użycia metod ilościowych? Na przykład, pyta, jak możemy zobaczyć bilion zdjęć? Ostatnim zagadnieniem jest dyskusja nad ograniczeniami metod data science do badań big data¹⁰.

Książka *Cultural Analytics* składa się z dziesięciu krótkich rozdziałów podzielonych na trzy części. W części pierwszej (badanie kultury w dużej skali) omawia Manovich nową ideę badań nad kulturą, która zakładałaby szerokie użycie metod komputerowych i kwantyfikacji danych. Jest rzeczą pożądaną, twierdzi, aby studia nad mediami, cyfrową kulturą i w ogóle badania humanistyczne zaczęły używać kwantyfikacji, modeli matematycznych i wizualizacji danych. Kluczowym powodem jest nieadekwatność dotychczasowych metod wobec skali dzisiejszej produkcji kulturalnej, która zbliżyła się do skali charakterystycznej dla zjawisk fizycznych lub biologicznych (jeśli chodzi o wielkość). Wcześniej, zauważa, teoretycy kultury i historycy tworzyli teorie i historie oparte na małych zbiorach danych (tzw. próbkach reprezentacyjnych – przyp. A. R.). Posługiwanie się jednak próbkami o małej skali w badaniu dzisiejszej kultury może przynieść zafałszowane obrazy rzeczywistości świata XXI wieku.

Już w początkach bieżącego stulecia zaczęły kształtować się (zauważa Manovich) trzy nurty, które używają komputerowych metod do badania danych o zjawiskach kulturowych. Są to humanistyka komputerowa i jakościowe nauki społeczne, ilościowe nauki społeczne i nauki komputerowe. Mają jednakże one różne cele i różne stawiają pytania badawcze¹¹. Analityka

¹⁰ Tamże, s. 9-12.

¹¹ Np. ilościowe nauki społeczne stawiają na opisy i analizy statystyczne, computer science szukają ogólnych praw, a humaniści interpretują wybrane teksty – najczęściej z tzw. kanonu.