

# Лев Манович: «Я пытаюсь не предсказать будущее и не изменить его, а просто создать аппарат, который позволит нам адекватно описать настоящее»

Янина Пруденко

В середине октября в Киеве состоялось знаменательное событие для людей, которые интересуются новыми исследованиями в сфере визуальной культуры. При поддержке Культурного проекта в местном Доме ученых были прочитаны две лекции профессором Калифорнийского университета Львом Мановичем, который за рубежом до сегодняшнего дня уже стал классиком теории новых медиа. А в Фондации ЦСМ прошел круглый стол.



©

Но разговаривать о новых медиа с профессором бесполезно. Его главным предметом рефлексии вот уже 18 месяцев является исключительно культурная аналитика - новейший метод визуальных исследований различных феноменов культуры. Его метод практически непонятен его коллегам на Западе, но уже больше года он путешествует по всему миру с лекциями о нем. Практические результаты его исследований – всевозможные графики и диаграммы анализа - представляются в выставочных залах как предметы искусства. Поскольку само оформление результатов исследования выполняется с необыкновенной филигранностью.

Что же такое культурная аналитика? Метод или искусство? Что есть предпосылкой его появления? И какие культурные феномены планирует проанализировать профессор Манович в Украине?

**Я. П.:** Всегда у того, чем мы занимаемся, есть своя предыстория. Когда, как Вы думаете, у Вас зародился интерес к тому, что сейчас оформилось в культурную аналитику?

**Л. М.:** Когда мне было 17 лет, я записался в иностранную библиотеку в Москве. Это было единственное место, где были какие-то книги. И там я нашел четырехтомник Сергея Эйзенштейна, где наткнулся на его статью, написанную уже после того, как он снял фильм «Александр Невский», по-моему, это 1938 года фильм.

Меня поразило, что в этой статье на семьдесят страниц – тридцать или сорок страниц было посвящено подробнейшему анализу монтажа первых минут этого фильма. И там была диаграмма, которую режиссер сделал сам. Она показывала параллели между развитием композиции, ритма, звука и музыки в фильме. В статье развивалась идея контрапункта: мол, каждый из этих каналов информации не механически следует друг за другом, что сейчас часто происходит, когда люди используют компьютерные программы, привязывая один канал к другому; а они развиваются параллельно. Меня поразила детальность его анализа и тот факт, что он сделал такую диаграмму, которая анализировала художественные структуры двух минут фильма.

Эта диаграмма запала мне в голову, и то, что я сейчас делаю – это своего рода эйзенштейновские диаграммы, которые мы делаем в лаборатории не вручную, а с помощью компьютера. Хотя возможно как раз это и не дает таких результатов, но, с другой стороны, эти диаграммы можно делать не для анализа двух минут любого культурного феномена, а, например, для миллионов часов.

И это классическая традиция подготовительных работ художников, хореографов, музыкантов, архитекторов, я даже не говорю о дизайнерах. Все они делают такие эскизы, в которых «диаграммируют» структуры своих будущих работ. И, конечно, в этом смысле эскизы архитекторов, дизайнеров менее интересны, потому что проекты зданий и сами готовые здания очень похожи.

Чем интересны диаграммы хореографов или режиссеров? Здесь сами произведения искусства и диаграммы существуют в разных реальностях. Пару лет назад даже была такая выставка в Германии «Descriptions», где были собраны 300 художественных проектов XX века.

Это одна предпосылка культурной аналитики. Вторая идея, вторая предыстория связана с родом моей деятельности. Поскольку я преподаватель, а также занимаюсь критикой цифрового искусства уже лет двадцать восемь [профессор задумался и улыбнулся – Я.П.], то с начала 90-х годов (и я начал понимать это совсем недавно) история медиа-арта, а потом и цифрового искусства [1] – это можно понять как некий такой переход.

Как, например, и сама масс-культура переходит в XX веке к использованию электронных сигналов – радио, телевидение, магнитная пленка. Но потом все это становится постепенно цифровым. Так же и медиа-арт перерастает в цифровое искусство.

И произведения медиахудожников – это тоже своего рода критическое диаграммирование, критический анализ различных идеологических и нарративных структур в коммерческом медиа, в фотографии, в телевидении. Но этот анализ делается не через диаграммы, а через монтаж, преобразуя и трансформируя сами визуальные объекты.

Например, такие классические произведения видео-арта Дугласа Гордона как [«24 hours Psycho»](#). Он взял фильм Хичкока «Психо» и замедлил проекцию фильма, которая растянулась на 24 часа.

Или такой экспериментальный фильм-мейкер как Кен Джейкобс, который в конце 1960-х взял ранние фильмы 30-х годов, которые он по-разному отредактировал и растянул их на художественный фильм. А другие художники, наоборот, – брали кино- или теле-материал и сжимали его. Возьмем опять же такую классическую медиа-художницу Дару Бирнбаум и её самое известное произведение «Technology/Transformation: Wonder women» - одно из самых классических произведений видео-арта конца 70-годов [1978 – Я.П.]. Она

использовала материал телевизионного шоу «Wonder women», вырезала из него кусочки и склеила их. Собственно, она вырезала моменты, когда эта wonder women превращается из обычной женщины в суперженщину в эротическом костюме. Художница взяла сам момент превращения и просто [зациклила его](#).

Был также такой проект «Every Shot, Every Episode» (2001). Пара художников – Дженнифер и Кевин МакКой взяли куски популярного телешоу 70-х годов «Starsky and Hutch». Они отобрали несколько десятков выпусков этого шоу, разрезали видеоматериал на тематические куски и просто превратили его в базу данных. Они отбирали, например, моменты, когда главный герой садится в машину, или моменты автопогони. И эти моменты они собрали в [отдельные DVD](#).

И в этом смысле можно сказать, что эти contemporary-, video-, media- new media-артисты – все эти термины абсолютно текучи – начиная от Нам Джун Пайка, создают то, что я сейчас называю медиавизуализацией. Традиция медиа-арта и искусства новых медиа – это создание неких новых компоновок, монтажей и медиаструктур из самих элементов оригинальных медиа. Но эти формы коммуникаций медиахудожники преобразовывали таким образом, что выявлялись новые смысловые структуры. Это может быть выборка неких данных – выбирается определенный эпизод, например, когда Wonder women превращается из обычной женщины в суперменку в бикини с американским флагом и этот кадр много раз зацикливается.

И это другая тенденция и прием, которые мы напрямую взяли из работ последней декады различных медиа-артистов.

**Я. П.:** Судя из вашего объяснения, – художественных интенций в создании культурной аналитики было больше чем научных.

**Л. М.:** Это потому что я рассказывал о художественном контексте. Но с другой стороны, саму идею и приемы, которые мы используем, можно связать с существующими традициями автоматического анализа огромных массивов информации. Это происходит последние десять лет. Причем это не существует лишь в одной индустрии или науке. Если открыть типичную статью из обзора любой области науки за последние несколько лет: все постоянно обсуждают, что мы, с одной стороны, гибнем в море информации. С другой стороны, все понимают, что это дает нам совершенно новые возможности. Это, конечно, и предмет исследования науки и ученые тоже этим занимаются. Но больше всего эта идея проявляется в world wide web. Например, когда появляются такие новые когнитивные инструменты как услуга Google – Google Trends. И это прекрасно! Но я хочу, чтобы это не были графики, которые используют только один источник информации, в данном случае – количество информации, которую ищут юзеры, ведь есть много другой информации!

Конечно, прекрасна сама идея того, что можно сравнить два концепта или два имени и посмотреть, как их популярность меняется за десять лет. Но через такие вещи как Google Trends или Facebook, в котором тоже есть такие же приложения, можно отследить популярность каких-то концептов лишь с точки зрения количества запросов в Google или упоминаний на Facebook. Плюс это анализ, преимущественно, текста, а текст, конечно, проще обрабатывать. Поскольку текст – это такая семиотическая система, которая состоит из дискретных элементов.

Ну, а с изображениями сложнее, потому что если возьмем одну из картин любой выставки, в ней нет визуальной коммуникации априори, никаких универсальных

элементов как фонемы, слова. А если есть только неизвестные элементы, как, например, какие-то потоки и сгустки? Даже если мы обратимся к рассмотрению этих сложно анализируемых элементов, они все равно могут быть обнаружены только в контексте. Если картина нарисована в светлых тонах, то маленькое серое пятно будет уже систематическим сгустком и элементом, а если картина цветная – то маленькое серое пятно будет даже незаметным. Потому всегда сложностью семиотического анализа было то, что с его помощью нельзя описать визуальную коммуникацию как язык.

Идеи XX века – идея монтажа, идеи Эйзенштейна, идеи коллажа в авангардном искусстве, идея структурализма, семиотика – это все одна традиция, которая идет из XIX века, когда оформляется современная наука, которая начинает расчленять мир на элементы и отношения между этими элементами. Физика занимается атомами, лингвистика занимается фонемами, морфемами, биология занимается клетками. Эта идея и находит свое отражение в XX веке во всей культуре и искусстве, в их тяготении к структуре, графикам и их визуализации.

**Я. П.:** А можно сказать, что культурная аналитика – это семиотика, в распоряжении которой появились новейшие технологии?

**Л. М.:** Я бы так не сказал, потому что семиотический метод себя провалил по многим причинам. Почему? Потому что он был основан на идее, что можно рассматривать различные феномены культуры как язык, состоящий из неких элементов, атомов. А культура в реальности так не работает. И язык так не работает. Поэтому этот метод себя и провалил. А то, что мы придумали – это нечто более общее.

**Я. П.:** Альтернативное?

**Л. М.:** Да и альтернативное. Когда я пытаюсь для себя объяснить, что такое культурная аналитика я провожу аналогии с Google Trends – это самая простая аналогия. Или, например, диаграмма Эйзенштейна – кривые, которые показывают, как меняются кинематографические образы.

**Я. П.:** Когда я писала пресс-релиз к нашему круглому столу в Фондации ЦСИ, я упомянула, что, возможно, культурная аналитика в будущем станет действенным методом изучения любых феноменов культуры исключительно при помощи визуальных образов. И возможно даже не для одной галактики. Этот метод является универсальным, поскольку не требует изучения языка и речи определенной культуры. Например, как в фильме «Пятый элемент» Лилу изучала историю землян.

**Л. М.:** Да, может быть. Мы живем в такую эпоху, в которой сама культурная индустрия во многих смыслах впереди всей теории гуманитарной науки. Ну, потому что все люди, которые делают рекламу, все получили степень магистра, все читали Ролана Барта и Жана Бодрийера. Они знают все практические и теоретические основы рекламы и делают все согласно этим правилам. Уже только поэтому не возможно применить только гуманитарную теорию для анализа современной культуры.

Любая компания, выпускающая, к примеру, музыкальные диски или производство фильмов Голливудом - это все структуры, работающие с медиа. У них у всех есть свои подразделения, или они нанимают другие компании, которые анализируют потоки информации, в основном, используя веб. Предметом их исследования становится, например, количество людей на twitter, обсуждающих фильмы, которые скоро выйдут в

прокат. И выяснилось, что простое число лучше предсказывает популярность фильмов, чем все остальное. Такие вот простые вещи!

Или другие методы – фокус-группы, когда приглашается определенное количество людей. Им показывают фильм и по методу «понравился-не понравился» определяют будущую судьбу нового блокбастера. Или есть радиостанции в интернете, которые автоматически анализируют ваш любимый стиль в музыке и, соответственно, предлагают другую музыку, которая вам подойдет.

Это абсолютно тоже, что делаем мы. Ну, конечно же, у этих компаний другие цели. Наши цели – это обработать информацию и, таким образом, понять, как меняется музыкальный стиль в современной культуре. А они просто хотят определить, под какие параметры попадает музыкальный вкус данного юзера, и предложить ему больше музыки.

И хотя применение другое – аппарат тот же!

**Я. П.:** А что Вы скажете о человеке будущего, который будет пользоваться методом культурной аналитики? Например, кинематограф дал человеку монтажное мышление, которое способствовало развитию новой формы восприятия визуального материала. С появлением компьютера и киберпанка появились прогнозы не только о ментальном, но и о физическом изменении человека, которому будет достаточно иметь головной мозг и переходник с USB для подключения к сети.

Как изменится человек и собственно исследователь, который будет пользоваться Вашим альтернативным методом?

**Л. М.:** Ну, это вопрос такой не простой. Но я ещё в начале лекций сказал, что для меня лично энергия, которую я трачу на развитие этих идей, – это попытка, прежде всего, не предсказать будущее, не изменить будущее, а просто создать аппарат, который позволит нам адекватно описать настоящее. На второй лекции я говорил очень коротко о том, что использование, например, программы Photoshop в 1990-е годы кардинально изменило всю эстетику – графический дизайн, рекламу, музыкальные клипы и т.д. По разным причинам, о которых я написал целую книжку, потому и сложно суммировать все в одном ответе: критический концептуальный язык, который существовал в XX веке для описания искусства, фильма, фотографии не очень хорошо работает сейчас.

Ну, например, классический фильм состоит из сцен, сцены состоят из коротких монтажных планов. Но появляется новый визуальный язык: титры фильма, или графические заставки на телевидении, или музыкальное видео, когда у вас есть 30 секунд, одна минута, три минуты длится видео, и нет никакого монтажа – одни сплошные переходы. Как это описать языком классической теории кино? Но культурная аналитика может это описать. Я для этого и создал этот метод, чтобы более адекватно описывать то, что уже является нашей реальностью уже лет 15.

Только люди почему-то не заметили этого. Так что на тему будущего – конечно, у меня есть такая надежда, что культурная аналитика поможет людям, прежде всего, больше уделять внимания культуре, в которой они живут.

Потому что когда открываешь рубрику культуры «New York Times», там речь будет идти об опере, театре и немножко о кино. Но какой процент людей ходит в оперу? А все при этом используют Google или Adobe. Почему, собственно, нет равного количества публикаций, посвященных описанию новых интерфейс-программ, или интерактивного

дизайна, или дизайна веб-сайтов? Ведь это культура, в которой мы живем! И новейшие технологии – не менее важный элемент этой культуры. И я надеюсь, что этот аппарат, который является более адекватным и позволяет более детально описать новые объекты культуры, позволит людям уделять им должное внимание.

**Я. П.:** Последний вопрос. После недельного пребывания в Киеве, какие местные культурные явления привлекли Ваше внимание? Что бы Вам было интересно проанализировать с помощью культурной аналитики?

**Л. М.:** Я бы сказал, что в моем приезде содержится одна из причин, почему я начал заниматься тем, чем я занимаюсь как исследователь. Я сам родился на бывшей территории СНГ и, конечно, после 1990-го года все страны на этой территории стали очень быстро меняться. Я приезжал, наблюдал это. Это, конечно, происходит и в других странах. Та же Корея, в которой была военная диктатура. Вьетнам тоже был коммунистической страной. Другие страны начали изменяться из-за глобального движения капитала. И мои частые путешествия дают мне возможность смотреть на глазах как меняются страны, города, их визуальная среда, возрастающее количество рекламы, как люди одеваются, как они говорят, как они разбираются в том, что происходит в другом месте.

И когда у меня только появилась идея культурной аналитики, была мечта, что я в один момент смогу выпустить толстый альбом. Это будет книжка, состоящая исключительно из визуального материала, который будет демонстрировать то, как с 1990-го года изменились развивающиеся страны, их культура. Мне это интересно, поскольку это реальность определенных людей, которая является и частью меня. И в этом смысле мне жутко интересно сделать проект, который будет показывать как в Украине или Киеве изменились какие-то культурные аспекты. Как изменилось визуальное оформление и содержание газет и журналов? Или взять телевизионную программу новостей и посмотреть, как она изменилась за 15 лет. Что интересно – любые социальные и культурные изменения чаще всего плавные. Но если мы сделаем график – это будет линия и в какой-то момент, она будет резко подниматься вверх или падать. Ведь это жутко интересно!

Любой проект, связанный с историей изменений культурных параметров Украины, Киева и проживающих здесь людей, будет интересен. И, конечно, с помощью того, что мы создали, можно сравнить культурное пространство разных городов. Это уже будет сравнительная культурная аналитика.

*Лев Манович - профессор Калифорнийского университета (Сан Диего) знает про новые медиа все – и как практик, и как теоретик. Популярность его исследований в областях истории и теории медиа подтверждается многократными переизданиями его уже классических работ «Язык новых медиа» и «Изучая базу данных». Параллельно профессор преподает практический курс по цифровому искусству. А его теоретико-практические исследования в области культурной аналитики несомненно станут основой будущей методики изучения истории человеческой культуры исключительно с помощью визуальных образов.*

Примечания:

[1] Сегодня сложилась традиция называть искусство, использующее в качестве выразительных средств радио, видео, телевидение медиа-артом (media art), а

использующее компьютерные технологии – искусством новых медиа (new media art), синонимичным является термин цифровое или дигитальное искусство (digital art).