Zobaczyć media przez obrazy. Analityka kulturowa i humanistyka cyfrowa wobec metod wizualizacji mediów

Konrad Chmielecki

TEKSTY DRUGIE 2026, NR 2, S. 233–253

DOI: 10.18318/td.2026.2.14 | ORCID: 0000-0002-7258-1620

> Wizualizacja mediów jest podejściem głęboko jakościowym, a nie ilościowym. Pozwala nam pracować z dużymi zbiorami danych […] bez uprzedniego ich liczenia lub tłumaczenia na bardzo różne znaki semiotyczne, takie jak tekst i liczby. […] Wizualizacja mediów wykorzystuje fakt, że rzeczywiste kolekcje obrazów zawsze zawierają pewne metadane. Te metadane można wykorzystać do sortowania obrazów i grupowania ich w różne [wizualne – K.C.] kategorie[1].

Wprowadzenie. Czym jest analityka kulturowa?

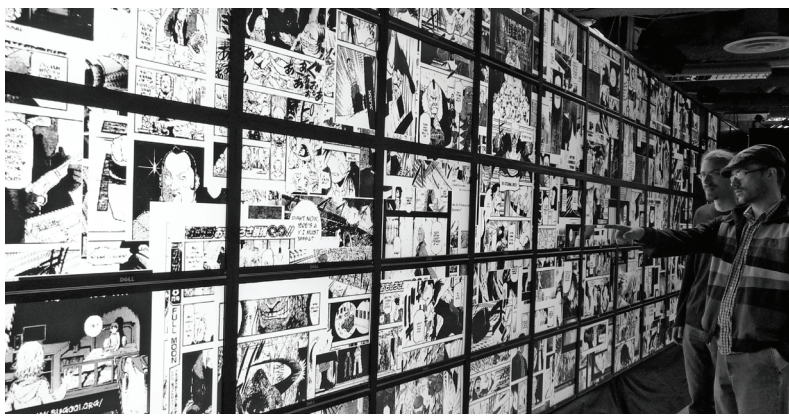
Analityka kulturowa Lva Manovicha to nowy wyłaniający się paradygmat badawczy w zakresie humanistyki cyfrowej, który wykorzystuje metody wizualizacji mediów do eksploracji kultur współczesnych i historycznych

1 L. Manovich, *Metody wizualizacji mediów*, przeł. K. Chmielecki, „Teksty Drugie" 2023, nr 4 (211), s. 186, https://doi.org/10.18318/td.2023.4.11.

Konrad Chmielecki – doktor habilitowany, samodzielny pracownik naukowy w dziedzinie nauk o kulturze i religii. Jego zainteresowania akademickie obejmują inter- i transdyscyplinarne podejścia do teorii obrazu, nauki o obrazie, studiów wizualnych, wizualnych kultur cyfrowych, nowych mediów oraz filmoznawstwa. Autor dwóch monografii, *Estetyka intermedialności* (2008), i *Widzenie przez kulturę. Wprowadzenie do teorii kultury wizualnej* (2018) oraz redaktor książki *Teoria obrazu w naukach humanistycznych* (2015).

https://rcin.org.pl

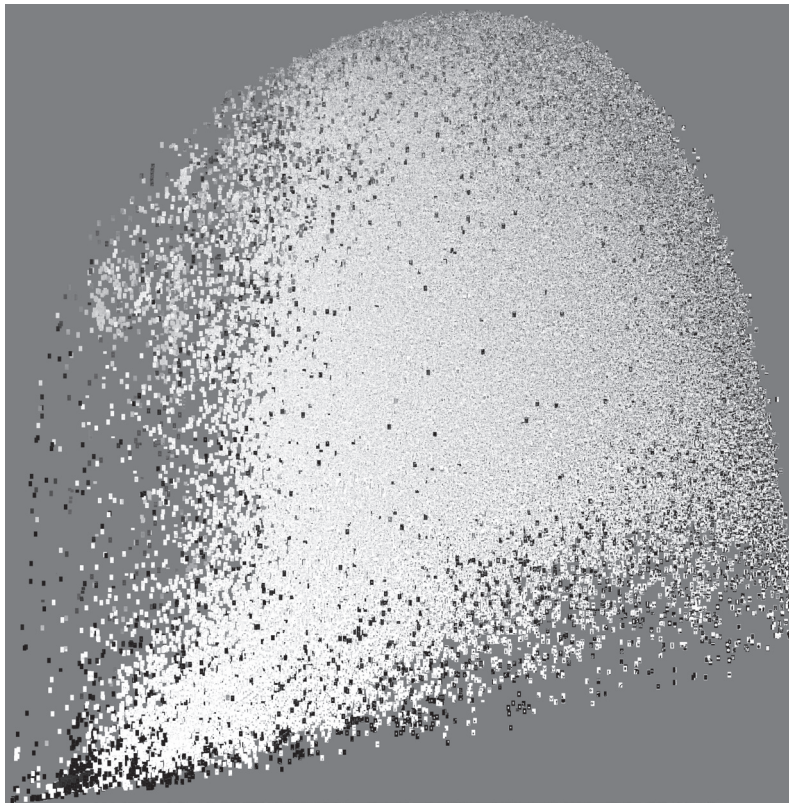
na podstawie analizy dużych zbiorów danych odnoszącej się do materiałów wizualnych (obrazów, zdjęć, okładek czasopism, plakatów, stron komiksów czy kadrów filmowych), co pozwala na identyfikację trendów kulturowych, stylów artystycznych oraz tendencji estetycznych w zbiorze danych. Koncepcja ta może się wydawać szokująca, gdyż sprowadza badanie kultury do poziomu eksploracji dużych zbiorów danych, co budzi zrozumiały sprzeciw, zwłaszcza ze strony tych humanistów, którzy rozumieją badanie kultury jako analizowanie tekstów kultury. Jednak wiele badań nad współczesną kulturą cyfrową, które odnoszą się do mediów społecznościowych, takich jak Facebook, YouTube czy Instagram, powstało dziś tylko dlatego, że stosunkowo łatwo jest pozyskać duże zbiory danych kulturowych na ich potrzeby. To podejście badawcze wykorzystuje metody wizualizacji mediów, które umożliwiają analizę wizualnych próbek badawczych, co stało się kluczową umiejętnością specjalistów *data science*. W jednym ze swych projektów Manovich zbadał milion stron komiksów mangowych (ilustracje 1-2). Zadaje w nim pytanie: jak porównać milion obrazów?[2] W ten sam sposób badacz poddał analizie



Ilustracja 1. Przeglądanie miliona stron z 8833 serii komiksów mangowych z Japonii, Korei i Chin na 287-megapikselowym HIPerSpace (*The Highly Interactive Parallelized Display Space*) – superkomputerze wizualnym – Calit2 w San Diego, który oferuje rozdzielczość 35840 x 8000 pikseli (287 megapikseli) na ścianie o szerokości 31,8 stopy i wysokości 7,5 stopy wykonanej z monitorów 70- i 30-calowych. Fot. Jeremy Douglass i Florian Wiencek, https://www.flickr.com/photos/culturevis/5183657763 (30.04.2024).

2 Zob. L. Manovich, *How to Compare One Million Images?*, w: *Understanding Digital Humanities*, red. D.M. Berry, Palgrave Macmillan, New York 2012. Wszystkie teksty angielskie są cytowane w moim przekładzie.

https://rcin.org.pl



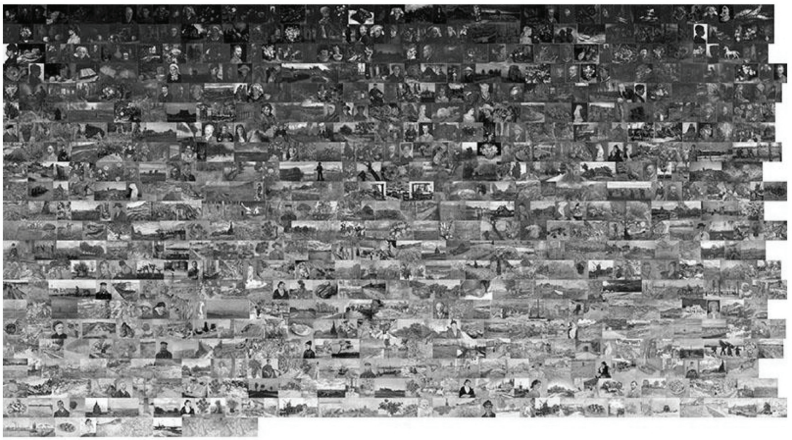
Ilustracja 2. Wizualizacja miliona stron komiksów mangowych uporządkowana według dwóch cech wizualnych obliczonych algorytmicznie na każdej stronie: średniej odchylenia standardowego wartości skali szarości wszystkich pikseli (oś X) i średniej entropii mierzonej w wartościach skali szarości wszystkich pikseli (oś Y), http://www.flickr.com/photos/culturevis/5109394222/in/set-72157625291139783/ (30.04.2024)

twórczość takich malarzy jak Vincent van Gogh (ilustracje 3a i 3b)[3], Mark Rothko i Piet Mondrian (ilustracja 4)[4]. Radosław Bomba twierdzi, że „cechą charakteryzującą analitykę kulturową jest oparcie badań na wizualizacjach, które porządkują badany materiał według określonych parametrów

3 Zob. L. Manovich, *Data Visualization and Computational Art History*, 2012, http://manovich.net/content/02-teaching/38-teaching-UCSD-2012/38-teaching_UCSD_2012.pdf.pdf, (30.04.2024).

4 Zob. L. Manovich, *Style Space. How to Compare Image Sets and Follow Their Evolution*, 2012, http://manovich.net/content/04-projects/073-style-space/70_article_2011.pdf (30.04.2024).

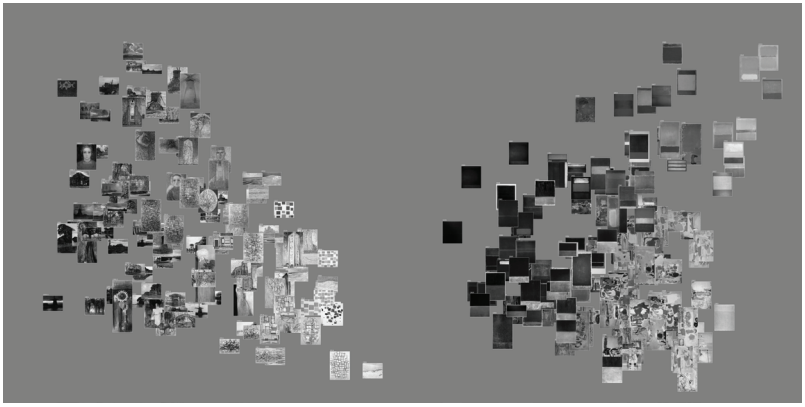
https://rcin.org.pl



Ilustracja 3a. Wizualizacja montażowa 776 obrazów Vincenta van Gogha, posortowana według średniej jasności.



Ilustracja 3b. Wizualizacja „wycinanie pasów" (***slice cut visualization***) 776 obrazów Vincenta van Gogha, posortowana według średniej jasności. Te ostatnie dwie wizualizacje pochodzą z artykułu Lva Manovicha, *Data Vizualization and Computational Art History*, 2012b, s. 39, http://manovich.net/content/02-teaching/38-teaching-UCSD-2012/38-teaching_UCSD_2012.pdf.pdf (30.04.2024).



Ilustracja 4. Wizualizacja montażowa 128 obrazów Pieta Mondriana (1905-1917) i 151 obrazów Marka Rothki (1944-1957) powstałych w tym samym okresie trzynastu lat, według poszczególnych wymiarów wizualnych. Obydwa wykresy są zestawione obok siebie. Na każdym z nich obrazy są uporządkowane według średniej jasności na osi X i średniego nasycenia na osi Y, https://www.flickr.com/photos/culturevis/4396210509 (30.04.2024).

https://rcin.org.pl

estetycznych lub semantycznych"[5]. W tym sensie metody wizualizacji mediów stanowią podstawę teoretyczną analityki kulturowej. Manovich postrzega ten problem jako podejście głęboko jakościowe, związane z próbą przełamania ograniczeń narzuconych przez dotychczasowe badania nad dominującymi interfejsami medialnymi i kulturowymi[6].

Według Manovicha analityka kulturowa „sytuuje się na przecięciu nauki o danych, medioznawstwa i studiów kultury cyfrowej"[7]. Termin ten został sformułowany przez Manovicha w 2007 roku, ale od 2016 roku zyskuje on na znaczeniu wśród wielu badaczy, co zbiegło się w czasie z wprowadzeniem do obiegu periodyku internetowego „Journal of Cultural Analytics". Pisząc o genezie analityki kulturowej, Manovich wspomina:

> W moim odczuciu istniejące prace nad analizą i wizualizacją danych kulturowych na dużą skalę, które widziałem w wielu dziedzinach, tworzyły nowy paradygmat badawczy – ale nie miał on własnej nazwy. Poczułem potrzebę określenia terminu, który mógłby odnosić się do analizy obliczeniowej wzorców i trendów we współczesnej kulturze cyfrowej (w przeciwieństwie do kultury historycznej) i obejmować analizę wszystkich rodzajów mediów (w przeciwieństwie do samych tekstów). Kiedy wiosną 2007 roku zakładaliśmy własne laboratorium, aby prowadzić te badania[8], wymyśliłem termin analityka kulturowa[9].

Manovich definiuje analitykę kulturową jako „analizę ogromnych zbiorów danych kulturowych oraz badanie ich przepływu za pomocą technik

5 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa między utopią a nowym paradygmatem? Wstęp do analityki kulturowej Lva Manovicha*, „Ethos" 2014, t. 27, nr 3, s. 261.

6 Zob. L. Manovich, *Metody wizualizacji mediów*, s. 186-215. We współczesnej kulturze cyfrowej i wizualnej zyskały wielu zwolenników dwa wpływowe podejścia, które wykorzystują metodologie obliczeniowe do badania zjawisk kulturowych na dużą skalę. Są to „«Czytanie z bliska» (bezpośrednie badanie artefaktów) i «czytanie na odległość» (badanie wzorców ujawnionych przez wizualizację), [które – K.C.] prowadzą do różnych rodzajów wiedzy"; L. Manovich, *Museum Without Walls, Art History Without Names. Methods and Concepts for Media Visualization*, w: *Oxford Handbook of Sound and Image in Digital Media*, red. C. Vernallis, J. Richardson, A. Herzog, Oxford University Press, New York 2013, s. 258.

7 L. Manovich, *Cultural Analytics*, MIT Press, Cambridge–London 2020, s. 1.

8 Zob. Cultural Analytics Lab, „About", https://lab.culturalanalytics.info/p/about.html (28.02.2020).

9 L. Manovich, *Cultural Analytics*, s. 7, wyróżnienia w oryginale.

https://rcin.org.pl

obliczeniowych i wizualizacji"[10]. Badania te podkreślają jedno z podstawowych założeń, zgodnie z którym we współczesnej kulturze media cyfrowe tworzą nawet kilka miliardów, a nie tysięcy obrazów, co miało miejsce dwadzieścia pięć lat temu, powodując tym samym, że musimy na nowo postawić pytanie: co oznacza badanie kultury?[11] Analityka kulturowa zaproponowana przez Manovicha reprezentuje nowe podejście do badania współczesnej kultury cyfrowej, idealnie nadające się do eksploracji dużych zbiorów danych kulturowych, wizualnych i mediów interaktywnych. Umożliwia ona konceptualizację kultury jako bazy danych oraz ułatwia wyodrębnienie jej poszczególnych elementów estetycznych. Możliwość analizowania i badania kultury jako bazy danych doprowadziła do przedstawienia tysięcy, a nawet milionów obiektów medialnych na jednym obrazie. Ta perspektywa wydaje się oferować realne rozwiązanie wyzwań, jakie stwarza nieustanny zalew obrazów we współczesnej kulturze wizualnej[12].

Humanistyka cyfrowa z perspektywy analityki kulturowej

Według Manovicha „humanistyka cyfrowa i informatyka społeczna wyodrębniły własne domeny w zależności od typów badanych danych, natomiast «analityka kulturowa» nadal jest wolna od takich ograniczeń"[13]. Z tego powodu analityka kulturowa odbiega od humanistyki cyfrowej i informatyki społecznej przede wszystkim pod względem przedmiotu badań. Podczas gdy humaniści cyfrowi analizują teksty literackie i cyfrowe artefakty historyczne, a także digitalizują różne obiekty medialne, analitycy kultury są bardziej zainteresowani wykorzystaniem metod wizualizacji mediów do badania kultur współczesnych i historycznych, w tym mediów interaktywnych i wi-

10 L. Manovich, *Nauka ścisła o kulturze? Informatyka społeczna, humanistyka cyfrowa i analityka kulturowa*, przeł. K. Stanisz, J. Kucharska, w: *Metody badań i odkrywania miasta oparte na danych*, red. K. Piekarski, Instytucja Kultury Katowice, Miasto Ogrodów, MediaLab Katowice, Katowice 2015, s. 23, https://medialabkatowice.eu/wp-content/uploads/2016/02/Metody-badania-i-odkrywania-miasta-oparte-nadanych_web.pdf (30.04.2024).

11 L. Manovich, *Cultural Analytics*, s. 18.

12 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 278.

13 L. Manovich, *Cultural Analytics, Social Computing, and Digital Humanities*, w: *The Datafied Society. Studying Culture through Data*, red. M.T. Schäfer, K. van Es, Amsterdam University Press, Amsterdam 2017, s. 56.

https://rcin.org.pl

zualnych[14]. W przeciwieństwie do humanistów cyfrowych[15] analitycy kultury wolą pracować z dużymi zbiorami danych. Twierdzą oni, że bez uwzględnienia takich badań i analiz kompleksowe zrozumienie współczesnej kultury, zarówno cyfrowej, jak i analogowej, byłoby niepełne. Analitycy kulturowi kładą szczególny nacisk na metody wizualizacji mediów, które umożliwiają szybkie wykrywanie trendów estetycznych, technik jakościowych i kulturowych.

Analityka kulturowa stawia również pytania badawcze, które nie zostały uwzględnione w humanistyce cyfrowej. Manovich sugeruje, że pytania te są z natury bardziej intrygujące dla analityków kultury, co powoduje, że w tej sytuacji możemy zapytać:

> Jak globalizacja i rozwój nowych technologii komunikacyjnych zmieniły geografię kultury? Czy możemy znaleźć każdy współczesny trend kulturowy w tysiącach mniejszych miast? Czy możliwe jest, że niektóre z tych miast są bardziej innowacyjne kulturowo właśnie ze względu na odległość od stolicy i mniejsze rozmiary? Czy istnieją duże części świata, które nie są świadome tych trendów i nie wprowadzają innowacji? W jaki sposób współczesna kultura rozwijała się i rozprzestrzeniała na całym świecie od początku globalizacji? Czy wzrost był równomierny czy nierównomierny, przyspieszał lub zwalniał w niektórych okresach? Czy wzorce wzrostu są takie same dla różnych dziedzin kultury, czy też każda z nich rozwija się na swój własny sposób?[16]

---

14 Zob. L. Manovich, *Nauka ścisła o kulturze?*, s. 23–38.

15 Susan Hockey argumentuje, że humaniści cyfrowi stworzyli wiele narracji historycznych dotyczących ilościowej analizy tekstu. Natomiast w Stanach Zjednoczonych humanistyka cyfrowa pojawiła się w latach pięćdziesiątych XX w., kiedy badacze zaczęli analizować zbiory tekstów literackich. Ta wczesna praca jest uważana za zapowiedź tej dyscypliny wiedzy i próbę jej zdefiniowania, co jednak nie oznacza, że w ten sposób zyskała ona jasno określone znaczenie pojęciowe. Zob. S. Hockey, *The History of Humanities Computing*, w: *A Companion to Digital Humanities*, red. S. Schreibman, R. Siemens, J. Unsworth, Wiley-Blackwell, Oxford 2004. Podobnie Matthew Wilkness sugeruje, że „Humanistyka cyfrowa oferuje potencjalne rozwiązanie tego problemu, ale tylko wtedy, gdy jesteśmy gotowi ponownie rozważyć nasze priorytety w zakresie pracy cyfrowej w sposób podkreślający metody ilościowe i duże korpusy, od których one zależą"; M. Wilkness, *Canons, Close Reading, and the Evolution of Method*, w: *Debates in the Digital Humanities*, red. M.K. Gold, University of Minnesota Press, Minneapolis 2011, s. 249.

16 L. Manovich, *Cultural Analytics*, s. 3.

https://rcin.org.pl

Pytania te pobudzają do poszukiwania alternatywnych podejść do badania kultury współczesnej, wykraczających poza te oferowane przez humanistykę cyfrową. Problem leży w przedmiocie badań i metodzie zaproponowanej przez tę dziedzinę wiedzy[17]. Chociaż Manovich twierdzi, że w humanistyce cyfrowej nie rozwijają się obecnie badania nad obrazem, to jednak w nauce tej nastąpił wyraźny zwrot od tekstu do obrazu, który przyczynił się także do badania relacji między obrazem a tekstem[18]. Andrzej Radomski twierdzi, że „W humanistyce wizualizacja odgrywała zawsze drugorzędną rolę. Jeśli pojawiała się w polu zainteresowań badaczy, to głównie jako przedmiot badań (w obszarze sztuki, a ostatnio mediów)"[19]. Problematyka wizualizacji nie była w ogóle podejmowana ani definiowana.

Współczesne badania humanistyki cyfrowej obejmują obecnie wizualizację dużych zbiorów danych kulturowych, przy czym powszechna staje się zarówno ilościowa, jak i jakościowa analiza obrazów. Pomimo tej ewolucji tradycyjne metody wizualizacji danych mogą nie uchwycić niuansów kulturowych obrazów. Metody wizualizacji mediów oferują rozwiązanie polegające na zachowaniu zarówno ilościowego, jak i jakościowego spojrzenia na materiał badawczy, umożliwiając pełniejszą analizę dużych zbiorów danych kulturowych. Ta zmiana paradygmatu podkreśla znaczenie integracji metod wizualizacji mediów z praktykami badań kulturowych. W ostatnich latach zaprojektowano i wdrożono wiele narzędzi i metod badawczych służących do badania dużych zbiorów danych wizualnych. W przypadku humanistyki cyfrowej te opracowania są zupełnie bezużyteczne dla obrazów, chyba że są związane z analizą metadanych opisujących te obrazy (jednak w tym przypadku nie odnoszą się one do obrazów). W coraz większej liczbie projektów humanistyki cyfrowej obraz odgrywa kluczową rolę, co nie jest zaskakujące, zwłaszcza w kontekście współczesnej kultury wizualnej nastawionej na wizualne postrzeganie świata w wykładniczym wzroście

17 A. Radomski, *Analityka kulturowa, czyli jak narzędzia data science zmieniły humanistykę*, „Studia Humanistyczne AGH" 2022, nr 21, s. 14, https://doi.org/10.7494/human.2022.21.1.7 oraz tenże, *Analityka kulturowa. Nowy paradygmat w humanistyce*, „Kultura Współczesna" 2021, nr 3, s. 210.

18 Zob. A. Radomski, *Wprowadzenie do humanistyki cyfrowej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2023, s. 183-200.

19 A. Radomski, *Wizualne analizy, wizualne narracje*, w: *Humanistyka cyfrowa. Badanie tekstów, obrazów i dźwięku*, red. R. Bomba, A. Radomski, E. Solska, E-naukowiec, Lublin 2016, s. 148, https://kometa.edu.pl/ uploads/publication/447/aafb_AAA_Humanistyka-Cyfrowa..pdf?v2.8 (30.04.2024).

https://rcin.org.pl

liczby obrazów[20]. Moim zdaniem analityka kulturowa, która obejmuje metody wizualizacji mediów, opracowane przez zespół badaczy związany z Software Studies Initiative i Cultural Analytics Lab pod kierownictwem Manovicha, może być uznana za część humanistyki cyfrowej, przekształconej w dyscyplinę zgodną z paradygmatami informatyki w ujęciu humanistycznym[21].

Metody wizualizacji mediów w ramach analityki kulturowej

Wizualizacja danych w naukach ścisłych i humanistycznych ma stosunkowo długą historię, sięgającą początków XIX wieku[22]. Szczególnie w naukach ścisłych wizualizacja danych jest standardową metodą stosowaną w badaniach akademickich i edukacji, którą można również zdefiniować jako praktykę przekładania danych na reprezentację wizualną (obrazy). Służy ona do wizualizacji danych za pomocą typowych grafik, takich jak wykresy, diagramy i infografiki, a nawet animacje. Podobnie w naukach humanistycznych i społecznych stosuje się wykresy liniowe, słupkowe, kołowe i histogramy. Metody wizualizacji mediów opierają się na tłumaczeniu danych na fikcyjny język reprezentacji wizualnej. Surowy materiał badawczy zostaje przeniesiony na wykres lub zredukowany do wizualizacji abstrakcyjnych kształtów (linii, okręgów czy słupków). W tym kontekście ciekawym przykładem są wizualizacje socjologiczne, w których ostatecznie nie widzimy pojedynczych osób (respondentów) i ich opinii, ale geometryczne kształty i kolory[23]. W badaniach społecznych niewidzialność materiału empirycznego (konkretnych obiektów wizualizacji) nie ma większego znaczenia, natomiast w przypadku wizualizacji obiektów medialnych w naukach humanistycznych może stanowić problem. Analizując obrazy w wizualizacji danych, otrzymujemy wykresy, ale tracimy z oczu ich jakościowe cechy kulturowe, ponieważ jest to badanie ilościowe. Na przykład możemy wykreślić

20 Zob. D. Smołucha, *Humanistyka cyfrowa w badaniach kulturowych. Analiza zjawiska na wybranych przykładach*, Wydawnictwo Akademii Ignatianum w Krakowie, Kraków 2021, s. 227-253.

21 Zob. R. Bomba, *Narzędzia cyfrowe jako wyznacznik nowego paradygmatu badań humanistycznych*, w: *Zwrot cyfrowy w humanistyce. Internet/Nowe Media/Kultura 2.0.*, red. R. Bomba, A. Radomski, E-naukowiec, Lublin 2013.

22 Zob. M. Friendly, *A Brief History of Data Visualization*, w: *Handbook of Data Visualization*, red. C. Chen, W. Härdle, Springer Verlag GmbH, Berlin–Heidelberg 2008, s. 15-56.

23 Zob. R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 256-266.

https://rcin.org.pl

ilościową częstotliwość występowania kobiet na obrazach Diego Velázqueza, ale patrząc na takie wykresy danych, nie dostrzeżemy przedstawienia kobiet, ich kontekstu kulturowego, kolorów i wielu innych jakościowych cech obrazu, które niosą ze sobą ważne informacje dotyczące kultury wizualnej[24]. Dlatego potrzebne są jakościowe metody wizualizacji mediów, które w odróżnieniu od ilościowych wizualizacji danych pozwalają na zachowanie obu poziomów widzenia materiału badawczego, co prowadzi do szerokiego ich analizowania w jednej próbce obrazów na każdym poziomie badań.

W przypadku metod wizualizacji mediów ich podstawowa zasada jest dwojaka: z jednej strony zachowują całościowy ogląd sytuacji, jaki daje tradycyjna wizualizacja danych, z drugiej strony odbiegają od fabularyzacji. Analityka kulturowa wraz z humanistyką cyfrową wprowadziły innowacyjne podejście do kwestii, „w jaki sposób łączymy widzenie mikroskopowe i teleskopowe, czytanie z bliska i na odległość – «czytanie» rzeczywistych artefaktów i «czytanie» większych wzorów wyabstrahowanych z bardzo dużych zestawów tych artefaktów?"[25]. Jak podkreśla Manovich, współczesna kultura cyfrowa nie koncentruje się już wyłącznie wokół badania tekstów kultury, dzieł sztuki, przekazów, nagrań i dokumentów w tradycyjnym znaczeniu tych słów, ale obejmuje raczej duże zbiory danych kulturowych, które są weryfikowane przez ich użytkowników podczas interakcji[26]. W zgodzie z tą perspektywą teoretyczną Radomski sugeruje, że

> Jako metodologia analityka kulturowa oferuje nowy paradygmat analizy i wizualizacji informacji (*data-image*)[27]. Zasadnicze elementy tego nowego podejścia polegają na: 1) wykorzystaniu dla analizy i kwantyfikacji danych metod statystycznych, graficznej prezentacji i wizualizacji, wizualizacji stosowanej w naukach ścisłych i komputerowej symulacji;

24 Tamże, s. 266.

25 Zob. L. Manovich, *Museum Without Walls, Art History Without Names. Visualization Methods for Humanities and Media Studies*, 2012, http://manovich.net/content/04-projects/074-museum-without-walls-art-history-without-names-visualization-methods-for-humanities-and-media-studies/71-article-2012.pdf (30.04.2024).

26 Zob. L. Manovich, *Style Space*.

27 T. Zepel, *Cultural Analytics at Work. The 2008 U.S. Presidential Online Video Ads*, w: *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, red. G. Lovink, R. Somers Miles, Institute of Network Culture, Amsterdam 2011, s. 237.

https://rcin.org.pl

2) badaniu i wizualizacji globalnej dynamiki i przepływu kulturowych form, idei i zmiany, które zachodzą w wielkiej skali (*big data*); 3) używaniu bardzo dużych zestawów danych dostępnych na bieżąco w Sieci i w formie cyfrowej; 4) w koncentrowaniu uwagi na wizualnych i interaktywnych mediach[28].

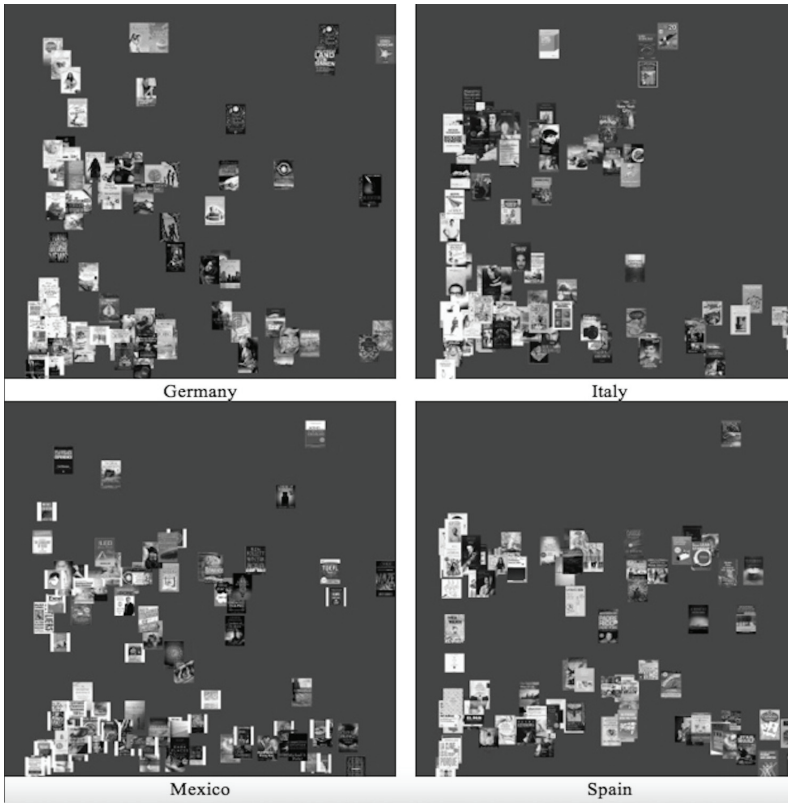
Manovich i jego zespół badawczy opracowali aplikację ImagePlot, która jest bezpłatnym narzędziem do wizualizacji kolekcji obrazów, filmów i plików wideo niezależnie od ich rozmiaru. Wizualizacje ImagePlot (ilustracja 5) pokazują nie tylko kolekcje obrazów, zdjęć, filmów, wideo i gier komputerowych. Obrazy można skalować do dowolnego rozmiaru i organizować w dowolnej kolejności według różnych kryteriów, takich jak daty, treść i atrybuty wizualne. Aplikacja ImagePlot może być również używana do eksplorowania wzorców kulturowych w mediach (audio)wizualnych, interaktywnych i innych dużych zbiorach danych lub kolekcjach obrazów, które ułatwiają ich analizę jakościową, umożliwiając eksplorację walorów estetycznych. ImagePlot jest także znacznie bardziej precyzyjny niż ludzkie oko, gdyż potrafi rozróżnić zmiany koloru, jego nasycenia, kontrastu, jasności i skali szarości. Materiał używany przez tę aplikację to próbka obrazów dostarczonych przez badacza, zorganizowana w określonych przez niego kategoriach estetycznych. ImagePlot podejmuje nowe wyzwania badawcze w analityce kulturowej, szczególnie w badaniu i porównywaniu dużych zbiorów danych, obrazów, filmów oraz plików wideo, a także w analizowaniu dominujących atrybutów wizualnych i konstruowaniu złożonych metod wizualizacji mediów w oparciu o obrazy opisane metadanymi. Zagadnienie wizualizacji informacji i danych stwarza nowe problemy badawcze, które ujawniają się przy wykorzystaniu aplikacji ImagePlot do badania i porównywania dużych zbiorów obrazów, filmów i plików wideo. Z dużą precyzją wizualną pracujemy na materiale będącym próbką obrazów, uporządkowanych według atrybutów wizualnych, które zostały dostarczone i oznaczone przez badacza[29] formującego jego definicję w następujący sposób: „Wizualizację mediów można formalnie zdefiniować jako tworzenie

28 A. Radomski, *Humanistyka cyfrowa w praktyce – analiza i wizualizacja obrazów*. „Roczniki Kulturoznawcze", 2015, nr 6 (4), s. 9, https://doi.org/10.18290/rkult.2015.6.4-1. Cyt. za: T. Zepel, *Cultural Analytics at Work*, s. 238.

29 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 268.

https://rcin.org.pl

nowych reprezentacji wizualnych na podstawie obiektów wizualnych w kolekcji”[30].



Ilustracja 5. przedstawia cztery wizualizacje montażowe wygenerowane za pomocą aplikacji ImagePlot w celu analizy barwy i nasycenia w zbiorach danych obrazów z czterech krajów: Niemiec, Włoch, Meksyku i Hiszpanii. Oś X reprezentuje nasycenie, a oś Y – odcień. Te wizualizacje pochodzą z artykułu Wooseoba Jeonga, *Media Visualization of Book Cover Images: Exploring Differences among Bestsellers in Different Countries*, „Digital Humanities Quarterly” 2017, t. 7, nr 3, zob. http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/11/3/000332/ 000332.html (30.04.2024).

30 Zob. L. Manovich, *How to Compare One Million Images?*, s. 249-278. Cyt. za: L. Manovich, *Media Visualization. Visual Techniques for Exploring Large Media Collections*, w: *The International Encyclopedia of Media Studies*, t. 6: *Media Studies Futures*, red. K. Gates, Wiley-Blackwell, Malden–Massachusetts 2012, s. 149, https://doi.org/10.1002/9781444361506; zob. także tekst zamieszczony na internetowej strony Lva Manovicha: L. Manovich, *Media Visualization. Visual Techniques for Exploring Large Media Collections*, 2012, http://manovich.net/content/04-projects/069-media-visualization-visual-techniques-for-exploring-large-media-collections/66article-2011.pdf (30.04.2024).

https://rcin.org.pl

Metody wizualizacji mediów mają wyraźną przewagę w postaci uzyskania wglądu w całość badanych zbiorów danych kulturowych jeszcze przed sformułowaniem pytań badawczych, co umożliwia eksplorację rozległych zbiorów obrazów bez konieczności stawiania z góry przyjętych hipotez teoretycznych[31]. Manovich nazywa tę metodę wizualizacją eksploracyjną (*exploratory visualization*)[32] (ilustracja 6), która polega na zaangażowaniu specjalisty



Ilustracja 6. Wizualizacja eksploracyjna interaktywnej aplikacji „Selfiexploratory", która jest częścią projektu badawczego „Selfiecity" (2014). Jego autorami są Lev Manovich, Moritz Stefaner, Daniel Goddemeyer, Dominikus Baur, Jay Chow, Alise Tifentale, Mehrdad Yazdani i Nadav Hochman, zob. https://selfiecity.net/selfiexploratory/ (30.04.2024).

31 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 267.

32 Zob. L. Manovich, *Style Space*; tenże, *Museum Without Walls*..., 2013, s. 253-278 oraz N. Hochman, L. Manovich, *A View from Above. Exploratory Visualizations of the Thomas Walther Collection*, w: *Object. Photo. Modern Photographs. The Thomas Walter Collection 1909-1949. An Online Project of The Museum of Modern Art*, red. M. Abbaspour, L.A. Daffner, M.M. Hambourg, Museum of Modern Art, New York 2014, s. 1-6, https://www.moma.org/interactives/objectphoto/assets/essays/Manovich_Hochman.pdf (30.04.2024). Ponadto, definiując tę koncepcję, Manovich stwierdza, że „Jednak dla badaczy mediów rozpoczynanie od dobrze sformułowanych pytań nie wykorzystuje tego, w czym wizualizacja jest najlepsza: eksploracji bez uprzedzeń dużego zbioru danych w celu odkrycia «co tam jest» i ujawnienia nieoczekiwanych wzorców, w przeciwieństwie do testowania już sformułowanych pomysłów. Takie procesy możemy nazwać wizualizacją eksploracyjną"; L. Manovich, *Museum Without Walls*..., 2013, s. 257-258, wyróżnienie w oryginale.

https://rcin.org.pl

z danej dziedziny w tworzenie interaktywnych map mających do czynienia ze stosunkowo nieznanymi danymi geograficznymi. Ten termin[33] wpisuje się także w eksploracyjną analizę mediów (*exploratory media analysis*) i eksploracyjną analizę danych (*exploratory data analysis*)[34], w których ujawnia się analityczne podejście opracowane przez Johna W. Turkey[35]. Chociaż termin ten nie może być powszechnie stosowany w metodach wizualizacji mediów, które powinny być dostępne w interaktywnym środowisku i pobudzać wizualne myślenie eksperta. Istnieje zatem zapotrzebowanie na metody wizualizacji mediów, które w odróżnieniu od wizualizacji danych i informacji pozwalają na przedstawienie cech jakościowych, a nie ilościowych próbki obrazu. W celu rozróżnienia wizualizacji danych i mediów należy podkreślić, że ta pierwsza przekształca dane w obrazy (*images*), druga zaś media wizualne w obrazy (*pictures*). Everardo Reyes-García twierdzi, że

> eksperymentalne projekty dotyczące wizualizacji mediów przyczyniają się do projektowania wizualizacji danych na dwa sposoby. Po pierwsze, poprzez abstrakcję kształtów, śladów i wzorów pozwala odkrywać diagramowe reprezentacje, przestrzenne rozkłady elementów i kombinacje kształtów. Po drugie, poprzez włączenie obrazów i projektowanie eksploracyjnych i immersyjnych doświadczeń dostarcza spostrzeżeń do badania animowanych zachowań, kombinacji kolorów, mediów i wskaźników graficznych w celu poprawy zrozumienia wzorców w produkcjach niefiguratywnych[36].

Metody wizualizacji mediów nie ograniczają się do obrazów i zdjęć. Za ich pomocą możemy wizualizować także kadry filmowe, materiały wideo, gry komputerowe. W przypadku wideo proces wizualizacji polega na podzieleniu

33 Menno Jan Kraak twierdzi, że „Wizualizacja eksploracyjna to proces, w którym specjalista z danej dziedziny tworzy mapy i inne grafiki, mając do czynienia ze stosunkowo nieznanymi danymi geograficznymi. Mapy te służą zazwyczaj jednemu celowi jako środek ułatwiający ekspertowi rozwiązanie problemu geograficznego. Ekspert, pracując z danymi, powinien móc opierać się na wiedzy kartograficznej, która umożliwi mu spojrzenie na dane z różnych perspektyw i uzyskanie świeżego spojrzenia na dane"; M.-J. Kraak, *Exploratory Visualization*, w: *Encyclopedia of GIS*, red. S. Shekhar, H. Xiong, X. Zhou, Springer Verlag GmbH, Berlin 2017, s. 301.

34 Zob. L. Manovich, *Cultural Analytics*, s. 207-222.

35 Zob. J.W. Turkey, *Exploratory Data Analysis*, Addison-Wesley, Reading 1977.

36 E. Reyes-García, *Explorations in Media Vizualization*, w: *Extended Proceedings of the 25th ACM Conference on Hypertext and Hypermedia*, red. L. Ferres, G. Rossi, V. Almeida, ACM Press, New York 2014, s. 3, https://ceur-ws.org/Vol-1210/datawiz2014_11.pdf (30.04.2024).

https://rcin.org.pl

filmu na klatki i ujęcia, tworząc w ten sposób kolekcje obrazów i wizualizacje montażowe. W metodach wizualizacji mediów nacisk kładzie się na analizę i mapowanie dużych zbiorów obiektów medialnych, takich jak obrazy, okładki czasopism, plakaty filmowe lub pojedyncze ujęcia filmowe. Badacze mają swobodę wyboru atrybutów wizualnych, według których organizują kolekcje obrazów, co pozwala na analizę trendów kulturowych przy jednoczesnym zachowaniu walorów estetycznych i formalnych. Przykładem takiego podejścia jest wizualizacja mediów, w której wszystkie klatki filmu można ułożyć w jeden obraz i uporządkować je według różnych kryteriów i atrybutów wizualnych, uprzestrzennić czas oraz umożliwić wszechstronną analizę ujęć w filmie[37]. Metoda ta pozwala badaczom spojrzeć na cały film w ramach jednego obrazu, zachowując jednocześnie możliwość analizy poszczególnych ujęć, co pozwala na wszechstronne badanie w ramach jednej wizualizacji mediów. Manovich sugeruje, że

> Chmura znaczników stanowi egzemplifikację szerszej metody, którą można byłoby określić jako w i z u a l i z a c j ę m e d i a l n ą (*media visualization*): tworzenie nowych reprezentacji wizualnych z realnych i konkretnych wizualnych obiektów medialnych lub ich fragmentów. Wizualizacje medialne, zamiast reprezentować – za pomocą nowych znaków wizualnych, takich jak punkty lub prostokąty – tekst, obrazy, wideo czy też inne media – wytwarzają nowe reprezentacje, używając do tego oryginalnych mediów. Obrazy pozostają obrazami, tekst zaś pozostaje tekstem[38].

W tych metodach wizualizacji mediów stosowanych w obszarze cyfrowego przetwarzania obrazu badacz proponuje kategorie semantyczne, według których badane są próbki obrazów. Muszą one jednak zostać opisane dodatkowymi metadanymi, które również zostały wybrane przez badacza. Metody wizualizacji mediów najczęściej wykorzystują trzy typy wizualizacji: montaż obrazu, style estetyczne i „wycinanie pasów" (*slice cut*). Obecnie, zwłaszcza w badaniu serwisów społecznościowych Instagrama, pojawiają się coraz bardziej zróżnicowane metody wizualizacji mediów, jednak wszystkie one opierają się na tych samych zasadach[39].

37 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 267.

38 L. Manovich, *Czym jest wizualizacja?*, przeł. M. Korzewski, w: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka, Znak, Kraków 2012, s. 454.

39 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 268.

https://rcin.org.pl

W swoich badaniach Manovich omawia, w jaki sposób metody wizualizacji mediów w ramach analityki kulturowej zostały zastosowane do analizy różnych artefaktów kulturowych, w tym filmu *Jedenasty* (1928) Dzigi Wiertowa. Do zbadania poszczególnych scen tego filmu wykorzystano wizualizację montażową i jej zbliżenia (ilustracje 7a i 7b). Wizualizacja ta wydobyła charakterystyczną strukturę filmu. Na jej podstawie Manovich zauważa, że w tym filmie zbiór ujęć jednej lub większej liczby osób patrzących w tym samym kierunku tworzy sekwencję. Takie ujęcia tworzą strukturę powtarzaną przez cały film, która rozpoczyna się od tych ujęć, po czym następuje sekwencja zakończona przedstawieniem tych samych osób. W ten sposób wyodrębnia się pewien metaporządek tego filmu. Po sekwencjach utworzonych przez ujęcia twarzy ludzi patrzących w tym samym kierunku następują sekwencje, w których patrzą oni w kierunku przeciwnym niż w poprzedniej sekwencji[40].



Ilustracja 7a. Wizualizacja montażowa 654 ujęć w *Jedenastym* (Dziga Wiertow, 1928, 52 min.) przedstawiających zbliżenia twarzy osób patrzących w tym samym kierunku, która została wykorzystana w projekcie badawczym „Visualizing Vertov". Kadry ułożone są od lewej do prawej i od góry do dołu, zgodnie z kolejnością ujęć pojawiających się w filmie. Każde z 654 ujęć w tym filmie jest reprezentowane przez drugą klatkę, https://farm4.staticflickr.com/3574/ 3988919869_6c60b29362_o.jpg (30.04.2024).

40 L. Manovich, *Visualizing Vertov*, „Russian Journal of Communication" 2013, nr 5, s. 49, https://doi.org/ 10.1080/19409419.2013.775546.

https://rcin.org.pl



Ilustracja 7b. przedstawia 72 ujęcia w *Jedenastym* (Dziga Wiertow, 1928, 52 min.) zbliżeń twarzy osób patrzących w tym samym kierunku, które zostały ułożone w kolejności ich pojawiania się w filmie (od lewej do prawej, od góry do dołu). Poziomy szarości niektórych klatek zostały dostosowane, aby ukazać więcej szczegółów, zob. https://www.flickr.com/ photos/culturevis/8349177898 (30.04.2024 r.) Wizualizacje te pochodzą z artykułu Lva Manovicha, *Visualizing Vertov*, 2013, zob. http://manovich.net/content/04-projects/078-visualizing-vertov/74_article_2013_sm.pdf (30.04.2024).

Godnym uwagi aspektem metod wizualizacji mediów stosowanych w analityce kulturowej jest nacisk na tak zwaną wizualizację stylów estetycznych, która jest zintegrowana z jakościowymi strategiami komunikacji wizualnej i w tym zakresie przybiera ona różne formy wizualne. Radosław Bomba twierdzi, że

> Wizualizacja tego typu, podobnie jak wizualizacja w formie montażu, pozwala na badanie bardzo dużych prób obrazów. Zasadnicza różnica między tymi typami wizualizacji polega na tym, że wizualizacja stylów estetycznych nie ogranicza się tylko do chronologicznego zestawienia obrazów w postaci siatkowego interfejsu. Jej podstawą jest bowiem wizualizacja oparta na układzie współrzędnych tworzonym przez dwie osie: poziomą oś X i pionową oś Y. Obrazy porządkowane są na obu osiach w zależności od określonych przez badacza parametrów. Na przykład na osi X możemy podać czas powstania danego obrazu, a na osi Y jego średnią jasność. Wówczas wizualizacja pozwoli nam uporządkować całą twórczość danego malarza przez rozmieszczenie poszczególnych

https://rcin.org.pl

> obrazów na osi X w kolejności ich powstawania i jednoczesne umieszczenie ich na osi Y według stopnia jasności w ten sposób, że jaśniejsze obrazy sytuować się będą wyżej, natomiast ciemniejsze niżej[41].

Jednym z najbardziej znanych projektów ilustrujących podejście, w którym wykorzystano wizualizacje stylów estetycznych, są badania obrazów van Gogha prowadzone przez Manovicha i jego zespół badawczy, które skupiały się na analizie tonów i kolorów jego dzieł. Wykonane wtedy wizualizacje montażowe skupiły się na analizie ponad siedmiuset obrazów malarza, rozmieszczając je w oparciu o takie elementy estetyczne, jak jasność, nasycenie barw czy dominująca kolorystyka. Wizualizacje te porównują obrazy van Gogha pod kątem ich średniej jasności i nasycenia barw. W tym ujęciu analityka kulturowa pozwala precyzyjnie zaobserwować i przedstawić na jednej wizualizacji zmiany estetyczne, jakie następowały w całej twórczości van Gogha, który we wczesnych latach malował obrazy ciemne, ale z czasem stawały się one jaśniejsze, a paleta barw była coraz bogatsza[42]. Manovich proponuje metody wizualizacji mediów, które umożliwią porównywanie ze sobą obrazów dwóch artystów w zakresie mapowania przestrzeni stylów. Koncepcję tę doskonale ilustruje projekt badawczy pt. „Mondrian vs Rothko: Revealing the Comparative «Footprints» of the Modern Painters"[43], w którym stosując metody wizualizacji mediów, wygenerowano 128 obrazów Pieta Mondriana z lat 1905-1917 i 123 obrazy Marka Rothko z lat 1938-1953 (ilustracja 4). Obie wizualizacje przedstawiały prace artystów ułożone według średniej wartości jasności (oś X) i nasycenia barw (oś Y)[44]. Umieszczono je na wizualizacjach wykorzystujących te same współrzędne przestrzenne, które ujawniają ich odrębne sygnatury stylistyczne i wzorce estetyczne, ukazujące przestrzeń wizualnych poszukiwań, jakie każdy z artystów podejmował w swoich pracach. Takie uporządkowanie dzieł eksponuje także obszary wizualizacji o mniejszym lub większym zagęszczeniu obrazów[45].

41 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 270.

42 Tamże.

43 Zob. L. Manovich, *Mondrian vs Rothko. Revealing the Comparative „Footprints" of the Modern Painters*, Cultural Analytics lab, 2016, http://lab.culturalanalytics.info/2016/04/mondrian-vs-rothko.html (30.04.2024) oraz L. Manovich, *Style Space*.

44 L. Manovich, *Museum Without Walls*..., 2012.

45 R. Bomba, *Humanistyka cyfrowa*..., s. 272.

https://rcin.org.pl

Warto omówić ostatni rodzaj metody wizualizacji mediów, tak zwane wycinanie pasów. Ten typ wizualizacji tworzony jest za pomocą aplikacji ImagePlot, która polega na wycięciu kilkucentymetrowego paska z centralnej części badanej próbki obrazu i ułożeniu wszystkich tych pasków w jedną wizualizację mediów. Badacz określa, czy pasek jest cięty wzdłuż osi pionowej czy poziomej próbki obrazu. Choć ta wizualizacja nie pozwala na badanie przestrzeni semiotycznej poszczególnych dzieł sztuki czy obrazów, umożliwia badaczowi analizę struktury estetycznej i ich kompozycji. Wizualizacja typu „wycinanie pasów"[46] jest szczególnie przydatna przy analizie okładek magazynu „Time". Na przykład te wizualizacje pozwalają na obserwację zmian w składzie okładek tego magazynu na przestrzeni czasu, informację o tym, gdzie pojawił się jego tytuł i jaka jest wielkość ilustracji na okładce. Przytoczone tutaj metody wizualizacji mediów reprezentują najczęściej stosowane przez Manovicha podejście do badania dużych zbiorów danych wizualnych. Nieustannie jednak badacz wprowadza nowe innowacje i eksperymentalne formy wizualizacji mediów, o czym świadczą jego ostatnie badania na portalach społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem zdjęć zamieszczanych przez użytkowników na platformach Instagrama[47].

Podsumowanie

W tym artykule opisałem koncepcję analityki kulturowej w ramach metod wizualizacji mediów jako metodę badań jakościowych z punktu widzenia humanistyki cyfrowej, która pozwala nam pracować z dużymi zbiorami danych kulturowych (*big data*). W tej sytuacji można zapytać o ich znaczenie dla nauk humanistycznych, które jest problemem ważnym i należy je rozpatrywać ze względu na następujące zagadnienia. We współczesnej kulturze cyfrowej gromadzenie dużych zbiorów danych kulturowych i wizualnych nabiera coraz większego znaczenia. Nie ulega wątpliwości, że dokumentują one naszą ludzką aktywność w sieci, odzwierciedlając nasze preferencje, poglądy, postrzeganie świata, a nawet wartości[48]. Podążając za myślą Radomskiego, dochodzimy do wniosku, że „Mamy tu […] do czynienia z zupełnie innym światem. Świat, który zaczyna dominować w naszym stuleciu, zdaje się zaprogramowany. Nie

46 Tamże, s. 272-273.

47 Zob. L. Manovich, *Kino-Eye in Reverse. Visualizing Cinema*, w: *Cinematicity in Media History*, red. J. Geiger, K. Littau, Edinburgh University Press, Edinburgh 2013.

48 Zob. D. Smołucha, *Humanistyka cyfrowa*, s. 39-59.

https://rcin.org.pl

ma on natury fizycznej ani materialnej, tylko matematyczną i wirtualną"[49]. Nauki humanistyczne początkowo nie przywiązywały dużej wagi do zjawiska *big data*, a także konieczności badania kultury za ich pomocą w kontekście teoretycznym i metodologicznym[50]. We współczesnej humanistyce cyfrowej istnieje jednak paradygmat „powrotu do laboratorium", który w istotny sposób przebudowuje humanistykę, zbliżając ją do nauk ścisłych, i wnosi nową jakość do tych nauk, powodując, że

> W efekcie mamy do czynienia nie z tekstami [kultury i dziełami sztuki – K.C.], ale z d a n y m i; nie z pracami, ale p r o j e k t a m i; nie z teorią, ale z p r a k t y k o w a n i e m t e o r i i; nie z analizą kulturową, ale z p r o d u k c j ą n a r z ę d z i do analizy, a raczej a n a l i t y k i k u l t u r o w e j. Laboratorium wiąże się zatem z całkowitą przebudową humanistyki, która zapożycza kategorie z innych nauk, by [sama – K.C.] stać się „nauką"[51].

Przytoczony paradygmat stanowi głównie znaczenie analityki kulturowej i metod wizualizacji mediów w zakresie nauk humanistycznych, która bada współczesną kulturę cyfrową we wszystkich jej wymiarach, co dla humanistów stało się ideą pracy w laboratorium, sprzężoną ze zwrotem performatywnym, do którego doszło pod koniec XX wieku, również na obszarze kultury wizualnej[52]. W tym sensie nie ma już powrotu do dawnych p o j ę ć humanistyki, a pozostała tylko ich t r a n s f o r m a c j a[53], sama zaś nauka posługuje się, jak stwierdza Mieke Bal, „teorią jako praktyką"[54] kulturową i prezentuje

49 A. Radomski, *„Big data" jako nowy przedmiot nauk o kulturze*, w: *Więcej niż obraz. Przestrzenie wizualne*, red. E. Wilk, A. Nacher, M. Zdrodowska, E. Twardoch, M. Gulik, Wydawnictwo Naukowe „Katedra", Gdańsk 2016, s. 116.

50 A. Radomski, *Analityka kulturowa. Nowy paradygmat w humanistyce*, s. 208-209.

51 L. Manovich, *The Science of Culture? Social Computing, Digital Humanities, and Cultural Analytics*, 2015, http://manovich.net/index.php/projects/cultural-analytics-social-computing (30.04.2024); zob. przekład polski: L. Manovich, *Nauka ścisła o kulturze?*, s. 23-38. Cyt. za U. Pawlicka, *Humanistyka: pracownia, centrum czy laboratorium*, „Teksty Drugie" 2017, nr 1, s. 315.

52 Zob. K. Chmielecki, *Widzenie przez kulturę. Wprowadzenie do teorii kultury wizualnej*, Wydawnictwo Naukowe „Katedra", Gdańsk 2018, s. 325-349.

53 U. Pawlicka, *Humanistyka: pracownia, centrum czy laboratorium*, s. 315.

54 M. Bal, *Wędrujące pojęcia w naukach humanistycznych. Krótki przewodnik*, przeł. M. Bucholc, seria „Biblioteka Kultury Współczesnej", red. W. Buszta, A. Zeidler-Janiszewska, NCK, Warszawa 2012, s. 206.

https://rcin.org.pl

na wzór nauk przyrodniczych precyzyjne i analityczne badania, podejmując tym samym ryzyko, opuszcza pracownię na rzecz laboratorium oraz dokonuje jej decentralizacji[55].

Abstract

Konrad Chmielecki
ACADEMY OF FINE ARTS, ŁÓDŹ
Too See Media through Images: Cultural Analytics and Digital Humanities Toward Media Visualization Methods

This essay explains the issues of media visualization methods within cultural analytics as a deeply qualitative approach in the humanities. The discussion in the article centers on the question: "What is cultural analytics?" I define cultural analyticss as the use of media visualization methods to examine contemporary and historical cultures, with a particular focus on visual big data and interactive media. Lev Manovich and his research team developed ImagePlot, a free software tool for visualizing images, films, and video files of any size using media visualization methods. In current digital culture, cultural analytics introduces innovative perspectives on media visualization methods such as "close reading" and "distant reading." Media visualization methods most commonly utilize three types of visualization: image montage, aesthetic styles, and slice cut visualization. Montage visualization involves the juxtaposition of multiple images in parallel rows in a single media visualization. The aesthetic style visualization entails – although not exclusively – the chronological arrangement of images in a grid format. In turnm, slice cut visualization is available using the ImagePlot application, which extracts a strip a few centimeters long from the examined image sample – in the central part of the image – and then compiles all strips into a single visualization.

Keywords

cultural analytics, digital humanities, ImagePlot, media visualization methods, image montage, aesthetic styles, slice cut visualization

55 Zob. U. Pawlicka, *Humanistyka: pracownia, centrum czy laboratorium*, s. 314-317.

https://rcin.org.pl