

УДК 316.733:303.442.3

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-25>

Олена ВЕНГЕР

старша викладачка кафедри майстерності актора, Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

ORCID: 0000-0002-8520-9369

Бібліографічний опис статті: Венгер, О. (2025). Культурний семплінг у структурі культурної аналітики Льва Мановича. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 189–197, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-25>

КУЛЬТУРНИЙ СЕМПЛІНГ У СТРУКТУРІ КУЛЬТУРНОЇ АНАЛІТИКИ ЛЬВА МАНОВИЧА

З кожним роком у світі збільшуються обсяги культурної інформації і цей процес актуалізує пошуки методології, яка б уможливила database culture або «культуру архівів». Американському митцеві та теоретику цифрової культури Льву Мановичу вдалося запропонувати такий міждисциплінарний проєкт, який він назвав «культурною аналітикою». **Метою статті** є аналіз культурного семплінгу як компоненту у структурі культурної аналітики Льва Мановича. **Методологія дослідження** базується на структурному аналізі, з допомогою якого вдається виокремити та концептуалізувати культурний семплінг як складу культурної аналітики вченого, а також на методах аналізу та синтезу, завдяки яким розглянуто потенціал культурного семплінгу та його обмеження. **Наукова новизна** роботи полягає у тому, що в ній вперше розглянуто культурний семплінг як методологічний підхід в рамках ідеології культурної аналітики, що допомагає створювати детальні карти та вивчати мільйони культурних артефактів. **Висновки.** Культурний семплінг є важливою процедурною та структурною частиною культурної аналітики Льва Мановича, що передбачає вибірку даних, без якої неможливо пізнати закономірності в цифровому культурному просторі. Поки робота над створенням загальної теорії та методології репрезентативного культурного семплінгу триває, вчений пропонує застосовувати стратифікований семплінг, коли ми розділяємо набір даних за категоріями, які нас цікавлять, формуємо вибірку з представників кожної такої категорії та об'єднуємо їх. Л. Манович, комбінуючи поширені погляди на культуру та силкуючись узгодити магістральні лінії природничих і гуманітарних наук, переконує, що культурна аналітика повинна приділяти однакову увагу як закономірностям, так і окремим артефактам, досвіду та взаємодіям, які породжують ці закономірності.

Ключові слова: Лев Манович, культурна аналітика, культурний семплінг, оцифровані культурні артефакти, цифрові онлайн-колекції, соціологія культури, міждисциплінарна методологія.

Olena VENGHER

Senior Lecturer at the Department of Actor's Skills, Kyiv National University of Culture and Arts, 36 Ye. Konovaltsya St, Kyiv, Ukraine, 01133

ORCID: 0000-0002-8520-9369

To cite this article: Venger, O. (2025). Kulturnyi semplinh u strukturi kulturnoi analityky Lva Manovycha [Cultural sampling in the structure of cultural analytics by Lev Manovich]. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 189–197, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-25>

CULTURAL SAMPLING IN THE STRUCTURE OF CULTURAL ANALYTICS BY LEV MANOVYCH

Every year, the volume of cultural information increases worldwide and this process actualizes searching of a methodology which could enable database culture or “cultural archives”. Lev Manovich, American artist and theorist of digital culture, has managed to propose such an interdisciplinary project which he called “cultural analytics”. **The purpose of the article** is the analysis of the cultural sampling as a component in the cultural analytics structure by Lev Manovich. **The methodology** of the research is based on the structural analysis with the help of which can be distinguished and conceptualized cultural sampling as a part of the scientist's cultural analytics and also on the methods of analysis and synthesis, thanks to which the potential of the cultural sampling and its limitations was considered. **The scientific novelty** of the work is that it is the first to consider cultural sampling as a methodological approach within the ideology of cultural analytics, which helps to create detailed maps and study millions of cultural artifacts.

Conclusions. *Cultural sampling is an important procedural and structural part of the cultural analytics by Lev Manovich that involves data sampling, without which it is impossible to recognize regularities in the digital cultural space. While the work on the creation of a general theory and methodology of representative cultural sampling continues, the scientist suggests using stratified sampling, when we divide the data set into categories of interest, form a sample of representatives of each category, and combine them. Lev Manovich combining common views of culture and trying to reconcile the main lines of the natural sciences and humanities argues that cultural analytics should pay equal attention as to the regularities so as individual artifacts, experiences, and interactions that generate these patterns.*

Key words: *Lev Manovich, cultural analytics, digitalized cultural artifacts, digital online collections, sociology of culture, an interdisciplinary methodology.*

Актуальність проблеми. Термін «культурна аналітика» (Cultural Analytics) був запроваджений у 2005 р. відомим митцем й теоретиком цифрової культури Львом Мановичем (р. н. 1960), яким він охарактеризував дослідницьку програму, а точніше можливість використання математичних та комп'ютерних методів, а також методів візуалізації даних для вивчення культурних феноменів й процесів. Врешті-решт, йдеться про методологію вивчення сучасної глобальної цифрової культури, насамперед, через досягнення її масштабів, адже цифрові культурні феномени спершу є комп'ютерними файлами (.txt, .pdf, .jpg, .mov, .css, HTML, JavaScript, .aiff і т. ін.), що підштовхує дослідників до застосування комп'ютерних алгоритмів, минаючи стадію оцифрування, потрібну для нецифрових артефактів. Розробка та апробація такої методології стали можливими в середині 2000-х рр. завдяки вражаючому розвитку Інтернету та використанню сотнями мільйонів людей, інституцій та компаній соціальних медіа, які розміщували культурний контент онлайн та ділилися ним один з одним, що поставило під сумнів «якісні» методи, точніше їхню ефективність. Натомість завдяки техноеволюції і прогресу комп'ютерних методів аналізу медіа особливої актуальності набуває кількісний аналіз «великих культурних даних» на одному комп'ютері, а також по'язані з ним інші методи, – глибокий аналіз даних, описова та індуктивна статистика, аналіз складних динамічних систем, машинне навчання, моделювання, аналіз соціальних мереж та мережевий аналіз, – які у тісній взаємодії здатні досягнути масштаби людської культури, котра набула розмірів природних систем завдяки цифровому розвитку.

Усвідомлюючи це, Л. Манович й пропонує застосовувати математичні та комп'ютерні методи до аналізу величезних масивів культурної інформації, що, до речі, не суперечить магістральній інтенції гуманітарних

наук (Geisteswissenschaft) – розумінню та інтерпретації результатів людських дій. Вона комбінує поширені два погляди на культуру (як на форми поведінки, конвенції та цінності, і як на артефакти та повідомлення), корелюючись й водночас відрізняючись від Digital Humanities та Computational Social Science: якщо культурна аналітика досліджує поведінку мільйонів «простих» користувачів то Digital Humanities цікавиться артефактами, створеними колом професійних авторів у минулому, творами, які зазвичай долучені до канонів тієї чи іншої гуманітарної дисципліни; а інтерес до символічно-виражальних форм відокремлює її від Computational Social Science. Щоб більш детально розкрити потенціал цієї міждисциплінарної методології, Л. Манович видає працю «Культурна аналітика» (Manovich, 2020), в якій розділ 5 присвячує культурному семплінгу (cultural sampling) як важливій процедурній та структурній частині цієї методології, що передбачає вибірку даних, без якої неможливо пізнати закономірності в цифровому культурному просторі. У даній статті і хотілося б зосередитися на розгляді культурного семплінгу у трактуванні Л. Мановича, що, врешті, допоможе українським культурологам в майбутньому не лише апробувати цю компоненту у своїх прикладних студіях, а й розкрити на системному рівні потенціал культурної аналітики, яка поки що залишається мало відомою в рамках українського академічного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Культурному семплінгу, дійсно, присвячено небагато робіт навіть за кордоном, не кажучи вже про українських авторів. Так, свого часу колектив авторів дослідили вплив культурних факторів на адаптацію представників меншин. Для рекрутування репрезентативної вибірки мексикансько-американських сімей застосували багатоетапний процес, який включав вибірку громад для представлення різноманітності культурних та економічних умов,

рекрутинг через школи, використання культурно привабливих процесів рекрутингу, проведення співбесід у домівках учасників та фінансове заохочення (Roosa et al., 2008).

Цікавою є стаття Д. Гесмондхалга, де він поєднує висновки з юридичних студій з методами аналізу та проблемними аспектами, характерними для медіа, культурології і музики. Автора особливо цікавить те, як використання цифрового семплування музикантами та правова практика, пов'язана з цим використанням, впливають на те, як ми можемо думати про проблему культурного «запозичення», коли білі музиканти запозичують у чорношкірих. Це, у свою чергу, проливає світло на взаємозв'язок між, з одного боку, законодавством та практикою щодо музики та авторського права, а з іншого боку, системними формами соціальної та культурної нерівності (Hesmondhalgh, 2006).

С. Лукас розглядає концепцію «культурного семплінгу», вивчаючи, як культури відтворюються та переживаються у нових контекстах, зокрема крізь призму історичних прецедентів, таких як Всесвітня колумбійська виставка, а ще аналізує вплив культурних студій, технологічного семплінгу та появу тематичних парків і просторів як критичних місць, де поєднання культур впливає на сучасний досвід. У висновках дослідник порівнює культурний та технологічний семплінг, підкреслюючи трансформаційну силу культурних інтеракцій (Lukas, n. d).

Турецькі вчені Х. Аккас і Дж. Х. Мейдан розглядають застосування методів якісного семплінгу в контексті мультикультурного середовища, враховуючи як пробабілістичні, так і непробабілістичні підходи до вибірки. Наголошують на важливості врахування різноманітності та самобутності мультикультурного населення та описують тонкощі вибірки в культурно різноманітних середовищах. Також досліджують проблеми та міркування, що виникають під час застосування кожного методу в різних етнічних, лінгвістичних та культурних контекстах. Крім того, акцентують увагу на важливості узгодження методів семплінгу з цілями дослідження, контекстно-специфічними міркуваннями та етичними принципами (Akkas & Meydan, 2024).

На рахунок українських робіт, присвячених творчості Л. Мановича, то тут варто відзначити статтю А. Тормахової про специфіку

та апробаційний потенціал культурної аналітики Льва Мановича для аналітичної та експертної діяльності у сфері культури. «Розробки Льва Мановича, – наголошує авторка, – здійснені у Cultural Analytics Lab, відкривають новий інструмент, що може застосовуватись для візуалізації даних про культуру, зокрема про цифрові та оцифровані дані. Культурна аналітика є комплексним підходом, що спирається на досягнення різних дисциплін – мистецтвознавства, історії, соціології комп'ютерних наук та власне культурології, і може сприйматись як початковий етап, за яким буде відбуватись експертна діяльність» (Тормахова, 2021, с. 71). Між тим, дослідниця залишає поза увагою культурний семплінг, що вкотре підкреслює актуальність його як об'єкту дослідження та методологічного підходу, з яким варто було б ознайомитись українським культурологам, що працюють з цифровим контентом і не лише з ним.

Мета дослідження – проаналізувати культурний семплінг як компонент у структурі методологічної програми культурної аналітики Льва Мановича.

Виклад основного матеріалу дослідження. У статистиці та методології опитувань вибірка – це невелика частина всіх даних. Природничі та суспільні науки використовують методи вибірки, розроблені в статистиці, для кількісного вивчення різних явищ, планування експериментів та аналізу зібраних даних. Оскільки часто непрактично вивчати явище в цілому, процес чи популяцію, вибірка використовується для аналізу частини цілого за допомогою визначеної процедури. Наприклад, щоб дізнатися думки людей щодо деяких тем у певній країні, організація може провести опитування, використовуючи вибірку з кількох тисяч осіб.

Як це стосується культури? Відповідаючи на це питання, Л. Манович чітко зазначає, що, якщо мова про невелику вибірку, підкріплену експертною думкою (наприклад, найкращі книги року, обрані престижним виданням), ринком або популярністю (наприклад, фотографії з найбільшою кількістю підписників в Instagram), тоді не слід особливо хвилюватися, проте, якщо ми хочемо побачити закономірності в культурі, тоді потрібно вивчити та використовувати методи семплінгу. «Найпопулярніша» або

«найважливіша» частина будь-якої галузі, що висвітлюється в рейтингах, популярній пресі чи галузевих нагородах, може не бути репрезентативною для галузі в цілому. Це стосується університетів, музичних груп, модельєрів, фільмів тощо. Звичайно, можна запитати експертів й суддів конкурсів, що, на їхню думку, відбувається в цій галузі, куди вона рухається, які нові тенденції, але того, що вони скажуть, недостатньо. Вони також можуть бути упередженими у своєму виборі, бо знають лише те, що відбувається в невеликій кількості міст світу або в їхній країні. Збір значно ґрунтовніших вибірок за допомогою парадигми семплінгу допомагає вийти за межі упереджень та стереотипів, перетворивши знання про культуру сьогодні на більш глобальні та інклюзивні (Manovich, 2020, p. 94).

До появи цифрового контенту творці медіа використовували фізичні, а пізніше електронні носії (відео та аудіо). Починаючи з середини 1990-х рр., все більше контенту оцифровувалося. Першим проектом з оцифрування та надання вільного доступу до літературних текстів є проєкт “Gutenberg”, який розпочався у 1970 р. Сьогодні найбільшими сайтами оцифрованого контенту англійською мовою є Europeana, Цифрова публічна бібліотека Америки (DPLA), Hathitrust, цифрові колекції Бібліотеки Конгресу та Інтернет-архів. Ці сайти пропонують низку корисних способів навігації по цих величезних колекціях. Так, DPLA підтримує прямий пошук, перегляд за часовою шкалою, перегляд карти та тематичні виставки. Як DPLA, так і Europeana також заохочують та допомагають розробникам створювати експериментальні інтерфейси і додатки, які розширюють можливості перегляду та використання їхніх артефактів. Але з точки зору їхнього потенціалу для культурної аналітики, вважає Л. Манович, вони мають одне обмеження: «хоча оцифровані роботи в цих та інших колекціях завжди можна переглядати онлайн, не всі з них можна завантажити для аналізу через обмеження, що накладаються власниками оригінальних робіт» (Manovich, 2020, p. 95).

Серед усіх численних оцифрованих колекцій, представлених через веб-сайти, сайт, який вчений вважає найцікавішим, – це Google Arts & Culture, адже він має гнучкий та зручний інтерфейс. Цей сайт виріс з оригінального проєкту Google Art Project (2011–), який працював

з багатьма музеями для сканування творів мистецтва та представлення їх онлайн у своєму віртуальному музейному інтерфейсі. Сьогодні сайт Google Arts & Culture пропонує віртуальні тури багатьма музеями, мільйони історичних оцифрованих творів мистецтва та фотографій, проєкти сучасного мистецтва та медіа, а також «історії», які він створює. Інтерфейси включають масштабування, часову шкалу, пошук за кольором, тематичні виставки та перегляд за категоріями (художники, засоби, мистецькі рухи, партнери, назви об'єктів та місця). Досліджуючи сайт у липні 2016 р., Л. Манович знайшов три тисячі тематичних виставок на всілякі культурні теми.

Висловлюючи хвилювання стосовно кількості об'єктів, які оцифровуються, вчений, використовуює для означення цього процесу термін «культурний океан» (cultural ocean), що залишиться недоступним для кількісного аналізу. Вивчаючи онлайн-бібліотеки оцифрованих культурних артефактів десять років потому (до виходу праці «Культурна аналітика»), Л. Манович був вражений їхнім багатством та різноманітністю, однак це не означає, що вони пропонують «репрезентативні зразки» культурної історії. Причина такої різноманітності, на його думку, полягає в тому, що Europeana, Бібліотека Конгресу, Нью-Йоркська публічна бібліотека, Інтернет-архів, Google Arts & Cultures та багато інших цифрових колекцій в інших країнах пропонують не просто зображення високого мистецтва, як художні музеї, а є продовженням традиційних бібліотек (чи створені за їхнім зразком), а бібліотеки наразі мають важливу функцію: вони є місцями, куди численні люди та організації передають свої архіви. Коли ці архіви почали оцифровуватися, в Інтернеті з'явився дивовижно багатий та різноманітний історичний культурний ландшафт.

Порівнюючи ці колекції з колекціями цифрових зображень найбільших художніх музеїв, виявляється, що вони – абсолютні протилежності. Хоча колекції музеїв сучасного мистецтва, як і бібліотек, також формувалися як за рахунком програм закупівель, так і приватних надходжень, те, що їм було презентовано – або те, що музеї вирішили прийняти – було зовсім іншим. Бібліотеки зрештою стали зберігати мільйони всіляких різноманітних предметів, більшість з яких не мали фінансової цінності. Натомість

музеї сучасного мистецтва включали лише те, що вже було визнано цінним. Ранні європейські колекції, які перетворилися на музеї, включали мастки дуже багатих людей, частини королівських палаців або скарби соборів і церков. Наприклад, Музеї Ватикану виникли в 1506 р., коли Папа Юлій II придбав стародавню скульптуру Лаокоона та його синів і виставив її на загальний огляд. Разом з тим, зазначає Л. Манович, історія сучасного музею також містить іншу траєкторію: деякі з оригінальних європейських музеїв містили «дива» (приміром, Кунсткамера, заснована в Санкт-Петербурзі в 1716 р., або Британський музей, який спочатку був представлений колекцією лікаря та вченого Ганса Слоуна). Іншими словами, сучасна історія мистецтва та художні музеї створили висококонтрольовану систему, яка поділяє візуальну спадщину на дві бінарні категорії: мистецтво та все інше. Першу вона організовує за іменами художників, національним походженням художників, періодами, за матеріалом та стилем твору. Отже, цифрові онлайн-колекції художніх музеїв сьогодні також виглядають упорядкованими та систематичними, бо використовують невелику кількість категорій. Відвідувачі та експерти звикли до їхніх упорядкованих класифікацій. Для порівняння, метаколекції оцифрованих візуальних артефактів з Europeana, DPLA та інших можуть нагадати шафи див. Замість військових «парадів» історії мистецтва, що розгортаються у фізичних музеях або на їхніх веб-сайтах і в додатках, де все в ідеальному порядку, ми знаходимо дрібниці та ефемери (Manovich, 2020, p. 98).

Хоча неоднорідність, багатство та множина текстур, знаків і форматів іноді можуть викликати дискомфорт, насправді це дає розуміння, наскільки жорсткими та обмеженими є існуючі концепції «зображення» сьогодні – кілька носіїв, які повинні містити їх усі, прямокутні формати, розділення між зображеннями та текстами, а також сумнівні категорії, такі як «мистецтво» чи «роботи на папері». Тож, хоча велика кількість «видів» комунікації в цифрових бібліотеках на перший погляд виглядає дезорієнтуючою – і це, безумовно, є викликом для масштабного обчислювального аналізу з використанням систем комп'ютерного зору, навчених на сучасних фотографіях, – зрештою це найкраще, бо змушує побачити людську візуальну культуру

такою, якою вона насправді існує історично: тисячі варіацій та їх комбінацій, а не акуратний набір невеликої кількості категорій.

Острови оцифрованих історичних артефактів постійно зростають, але чи досягнуть вони колись тих розмірів, щоб дозволити нам зрозуміти океан, тобто створити детальну карту візуальної історії людства принаймні останніх кількох століть, або останніх ста років? Це питання, вважає Л. Манович, підводить до ще одного питання: як створити репрезентативні вибірки, які охоплюють те, що було створено впродовж певного періоду, у рамках певного географічного регіону, або в багатьох таких регіонах чи протягом кількох періодів? Застосовуючи семплінг до культурної сфери, маємо мету створити репрезентативну вибірку публікацій Instagram з усього світу за певний місяць у певному році. Можна створити рандомну вибірку, яка містить 1/1000 публікацій. Припускаючи, що користувачі Instagram щодня ділилися 80 млн зображень у вибраному році, це 2,4 млрд зображень на місяць. Обираючи одне зображення випадковим чином на кожну тисячу, ми отримуємо вибірку, що містить 2,4 млн зображень. Але що насправді презентує така рандомна вибірка? Вона містить непропорційно велику кількість публікацій, зроблених у країнах, де Instagram використовується найбільш широко (США, Бразилія та ін.), і залишається упередженою в плані найбільших міст. І все ж, якщо ставити за мету, щоб різні країни та менші міста були представлені однаково, потрібно зібрати однакоvu кількість зображень з усіх цих країн і міст. Виникатимуть ті самі питання щодо тем фотографій, довжини описів зображень, кутів камери телефону тощо. Але якщо припустити, що ми доклали часу і зусиль, щоб отримати збалансовану вибірку Instagram – із зображеннями, що представляють різні теми, різні стилі, багато географічних місць тощо, то в такому випадку, стверджує Л. Манович, йдеться про стратифікований семплінг, коли ми розділяємо набір даних за категоріями, які нас цікавлять, формуємо вибірку з представників кожної такої категорії та об'єднуємо їх (Manovich, 2020, p. 101).

Щоб створити демократичні зразки сучасної культури, які непідвладні існуючим культурним ієрархіям і опозиціям (високий / низький, мистецтво / дизайн тощо), тут є чому повчитися у археологів, які досліджують матеріальні

залишки стародавніх цивілізацій. Але основне питання залишається актуальним: оскільки види та кількість артефактів, що залишилися від різних стародавніх цивілізацій, значно різняться, чи складають вони репрезентативну вибірку історії культури людства? Оскільки розкопки пам'яток та аналіз нових артефактів тривають, ця вибірка поступово розширюється. Однак, чим далі в часі ми просуваємося, тим зменшується кількість артефактів, що залишилися.

Американський теоретик погоджується з тим, що у першій третині ХХІ ст. дійсно чимало країн та установ інвестують у численні проєкти оцифрування. Але ці зусилля не організовані навколо системної теорії культурного семплінгу (тобто, як визначити репрезентативні культурні вибірки, методи побудови такої вибірки, статистичні оцінки того, що з її допомогою можна дізнатися). Те, що вдалося зберегти сьогодні, зумовлено певними культурними цінностями та існуючими культурними ієрархіями, а не продиктовано ідеєю всебічної вибірки всіх шарів та сфер культурного життя. Через те, що люди можуть обирати, що оцифровувати в майбутньому, то є шанс вирішити цю проблему. Однак, безумовно, як розробка, так і прийняття загальної теорії та методології репрезентативного культурного семплінгу не буде легким завданням.

Враховуючи це, більш ніж актуальною залишається потреба в системних діях і процедурах у цьому напрямку, а одних експертних суджень замало. Звісно, працюючи впродовж багатьох десятиліть, статистики значно вдосконалили методи семплінгу, і оскільки ці методи сьогодні використовуються в усіх науках, їх слід застосовувати також для аналізу історичних культурних артефактів, якщо намагатися зрозуміти культуру не лише як канон «шедеврів», а й як своєрідну екологічну чи геологічну систему, в якій усі учасники та артефакти є важливими. Продовжуючи цю думку, Л. Манович акцентує увагу на академічній галузі, в якій дослідники апробують культурний семплінг й застосовують статистичні методи для створення та аналізу вибірок. Ця галузь – соціологія культури. Найвідомішою книгою в цій галузі залишається «Відмінність: соціальна критика судження смаку» П. Бурдьє (Bourdieu, 1984), який розробив теорію, що пов'язує культурний смак людей та їхній соціально-економічний статус.

Ця теорія була заснована на статистичному аналізі двох великих опитувань смаків французької громадськості, проведених у 1960-х рр. Вчений співпрацював із французькими статистиками, які розробили аналітичний та «візуалізаційний» метод для розкриття зв'язків між багатьма елементами, що відомий як аналіз відповідності. У ХХІ ст. соціологи культури продовжують використовувати опитування груп людей, проте вони вже отримують культурні зразки іншими способами, як-от, аналіз публікацій. Одним із прикладів використання опитувань є дослідження, під час якого було опитано 1544 німецькомовних учасників, які повинні були перерахувати прикметники, що вони використовують для позначення естетичних вимірів літератури загалом та окремих літературних форм і жанрів зокрема (романи, оповідання, вірші, п'єси, комедії) (Knoor et al., 2016). Приклад аналізу публікацій можна знайти у статті під назвою «Інституційне визнання в транснаціональному літературному полі, 1955–2005», де використовується «вибірка статей за 1955, 1975, 1995 і 2005 роки у французьких, німецьких, голландських та американських елітних газетах (N=2419)» (Verboord, Kuipers & Janssen, 2015). Ось ще один приклад: аналіз модного дискурсу з 1949 по 2010 рр., який використовує 1301 огляд моди з New York Times та International Herald Tribune (Van de Peer, 2014). Хоча подібні вибірки незначні порівняно з масштабом даних соціальних мереж, їх достатньо, щоб відповісти на певні питання, які дослідники ставили у своїх розвідках.

Л. Манович вважає, що культурний набір даних часто містить дискретні категорії, і це підтверджується його проєктом Selfiecity, де вони з колегами зібрали однакову кількість селфі з 5 міст, додавши власні категорії до даних, а саме, значення віку та статі, оцінені програмним забезпеченням. Якщо порівняти закономірності в композиціях фотографій між містами та статтями або між містами, статтями і віковими групами, то тут питання розміру даних є ключовим. Якщо розділяти набір даних на все більше і більше груп, використовуючи існуючі категорії або континуальні розподіли характеристик на частини, розмір кожної групи буде зменшуватися. Якщо групи все ще достатньо великі, порівняння їхніх статистичних вимірювань має сенс, проте якщо вони дуже малі, відмінності

та подібності, які виявлені, є рандомними і не відображають характеристики значно більших культурних полів та процесів. Такі вибірки не є репрезентативними. Якщо цікавить культурне різноманіття і мета дослідити потенційно невеликі, але важливі відмінності між групами артефактів, людьми та їхньою культурною поведінкою, тоді потреба у великих культурних даних є необхідною. Разом з тим, вимірювання різноманітності – не єдина причина, чому потрібні великі дані. Замість того, щоб розглядати культуру лише як точки даних, які разом створюють цікаві закономірності, Л. Манович переконує, що культурна аналітика повинна приділяти однакову увагу як закономірностям, так і окремим артефактам, досвіду та взаємодіям, які породжують ці закономірності. Люди як творці культури та аудиторія взаємодіють й насолоджуються конкретними артефактами та досвідом, а не закономірностями (Manovich, 2020, p. 115).

У 2 розділі «Наука про культуру?» він зазначав, що у сучасний період природничі та гуманітарні науки розглядали явища протилежним чином: перші шукали закономірності, тоді як другі переймалися унікальними культурними об'єктами та їхніми авторами. Методологія культурної аналітики прагне поєднати ці взаємодоповнюючі перспективи і вийти за межі їхньої опозиції. Особливо успішний культурний твір часто описується як унікальний. З обчислювальної точки зору це може означати, що він не редукується до вже відомих шаблонів. Це не означає, що артефакт повинен бути унікальним у кожному можливому вимірі. Натомість він може бути унікальним лише в кількох або навіть одному вимірі – або поєднувати раніше не поєднувані елементи. Оскільки реміксування стало основною естетичною стратегією сучасної культури з 1980-х рр., це особливо поширений спосіб створення нових унікальних артефактів та вражень сьогодні. Естетичні суб'єкти насолоджуються такою унікальністю. Враховуючи масштаб цифрової культури на початку XXI ст., обчислювальні методи можуть бути єдиним способом виявити унікальні артефакти в багатьох випадках. «Цікавість» Flickr (2005–) та персоналізовані плейлисти Discover Weekly від Spotify (2015–) (Pierce, 2015) є прикладами того, як деякі компанії використовують алгоритми для пошуку контенту. Виявляється, що унікальні артефакти можуть знаходитися поза

зразком і тут є чому повчитися у пошукових систем, які намагаються знайти та проіндексувати кожен вебсторінку, тому що в принципі будь-яка сторінка може бути релевантною для когось. Тут «унікальність» означає «релевантність»: об'єкт унікальний для когось, тому що він є найбільш релевантним для нього з усіх можливих. Ця практика, підкреслює Л. Манович, підходить для аналізу всіх об'єктів у гігантському та зростаючому всесвіті культурного контенту, постає прикладом нового обчислювального мислення, яке виходить за рамки вибірки. «Хоча наші дослідницькі набори даних часто набагато менші, ідея розглядати все, а не обирати частину, є актуальною для будь-якого культурного дослідницького проєкту» (Manovich, 2020, p. 116).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, не зважаючи на те, що оцифрування поступово збільшує острови культурної спадщини, доступні для обчислювального аналізу, багато хто вважає, що новий масштаб культурного виробництва унеможливило його цифрове покриття. Проте, Л. Манович вважає, що це припущення не стосується масштабних культурних та освітніх платформ, які визначають початок XXI ст. – Behance, Knuggets, Meetup, ResearchGate, Tumblr, Twitter, Pinterest, Spotify, Amazon, Scribd, Shutterstock тощо. Архітектура цих платформ та доступність їхніх даних ставлять під сумнів наші припущення щодо репрезентації культури – що ми можемо вивчати її лише розглядаючи канон (тобто те, що експерти вважають найважливішим) або невеликі вибірки. Завдяки своєму масштабу і глобальному охопленню, вони надають користувачам набагато ширший доступ до сучасної світової культури, аніж той, який вони мали раніше. Як з'ясовано, американський теоретик цифрової культури вважає, що сучасні методи кількісного дослідження базуються на семплінгу, а оскільки з практичних причин неможливо мати доступ до всієї популяції і доводиться працювати лише з її вибірками, відповідно, сучасна статистика поділяється на два різновиди: вивідна (набір методів оцінки характеристик всієї популяції на основі її вибірки) та описова (характеризує лише властивості даних, не припускаючи, що ці дані презентують більшу популяцію).

Підкреслюючи переваги цифрового доступу, – як-от, The New York Times

пропонує такий доступ до понад 30 млн статей, опублікованих з 1851 р., а Музей сучасного мистецтва у Нью-Йорку зібрав та опублікував дані про кураторів, художників та організаторів усіх 1788 виставок, проведених з 1929 по 1989 рр., – Л. Манович, вважає, що більшість художніх музеїв світу ніколи не матимуть для цього ресурсів. Акцентуючи увагу на концептуальній важливості мереж і сервісів (таких як Behance або Meetup), що виникли внаслідок цифрового процесу, вчений зазначає, що вони не в повній мірі відображають культурну та інтелектуальну діяльність у всіх країнах та містах, тому не є ідеальними вибірками. Якщо нас цікавлять загальні закономірності, характеристики та типи, тоді не потрібні всі дані, проте таке узагальнення та агрегація культурних даних, що не враховує локальні закономірності (у просторі, часі, темах тощо), є лише одним із способів проведення кількісного культурного дослідження. Л. Манович

наголошує, що часто підхід до агрегації даних, успадкований з минулого, не враховує масштаб і роздільну здатність даних про сучасні культурні процеси, динаміку, взаємодії та артефакти. Тому важливо розуміти, що результати також залежить від форми розподілу дискретних категорій. А загалом, якщо основне явище є глобальним та різноманітним, навіть великі вибірки можуть легко не врахувати регіональні відмінності, які спостерігаються лише протягом короткого часу, та тисячі менших кластерів. Тому один з головних принципів культурної аналітики полягає в тому, що в ідеалі потрібно намагатися отримати та проаналізувати якомога повні дані, що генеруються будь-яким культурним процесом.

Перспективними напрямками подальших досліджень є розгляд та аналіз інших сегментів культурної аналітики Л. Мановича, а також визначення її місця в рамках культурологічних студій американського вченого.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тормахова А. М. Культурна аналітика Льва Мановича: від теорії до практики. *Питання культурології*. 2021. Вип. 37. С. 71–79.
2. Akkas H., Meydan C. H. Sampling Methods in Qualitative Sampling in Multicultural Settings. In *Principles of Conducting Qualitative Research in Multicultural Settings*. IGI Global, 2024. P. 32–54.
3. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. Richard Nice. London : Routledge & Kegan Paul, 1984. 613 p.
4. Hesmondhalgh D. Digital Sampling and Cultural Inequality. *Social & Legal Studies*. 2006. Vol. 15 (1). P. 53–75.
5. Knoor Ch. A., Wagner V., Jacobsen T., Menninghaus W. Mapping the Aesthetic Space of Literature “from Below”. *Poetics*. 2016. Vol. 56 (5). P. 35–49.
6. Lukas S. A. Culture Sampling. URL: https://www.academia.edu/2249945/Culture_Sampling
7. Manovich L. *Cultural Analytics*. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2020. 318 p.
8. Pierce D. Inside Spotify’s Hunt for the Perfect Playlist. *Wired*. July 20, 2015, URL: <https://www.wired.com/2015/07/spotify-perfect-playlist/>
9. Roosa M. W., Liu F. F., Torres M., Gonzales N. A., Knight G. P., Saenz D. Sampling and Recruitment in Studies of Cultural Influences on Adjustment: A Case Study with Mexican Americans. *Journal of Family Psychology*. 2008. Vol. 22 (2). P. 293–302.
10. Van de Peer A. Re-artification in a World of De-artification: Materiality and Intellectualization in Fashion Media Discourse (1949–2010). *Cultural Sociology*. 2014. Vol. 8 (4). P. 443–461.
11. Verboord M., Kuipers G., Janssen S. Institutional Recognition in the Transnational Literary Field, 1955–2005. *Cultural Sociology*. 2015. Vol. 9 (3). P. 447–465.

REFERENCES:

1. Tormakhova, A. (2021). Kulturna analityka Lva Manovycha: vid teorii do praktyky. [Lev Manovich’s cultural analytics: from theory to practice]. *Pytannia kulturolohi, 37*, 71–79 [in Ukrainian].
2. Akkas, H., & Meydan, C. H. (2024). Sampling Methods in Qualitative Sampling in Multicultural Settings. In *Principles of Conducting Qualitative Research in Multicultural Settings* (pp. 32–54). IGI Global [in English].
3. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. Richard Nice. London : Routledge & Kegan Paul [in English].
4. Hesmondhalgh, D. (2006). Digital Sampling and Cultural Inequality. *Social & Legal Studies*, 15 (1), 53–75 [in English].

5. Knoop, Ch. A., Wagner, V., Jacobsen, T., & Menninghaus W. (2016). Mapping the Aesthetic Space of Literature “from Below”. *Poetics*, 56 (5), 35–49 [in English].
6. Lukas, S. A. (n. d.). Culture Sampling. URL: https://www.academia.edu/2249945/Culture_Sampling [in English].
7. Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press [in English].
8. Pierce, D. (2015, July 20). Inside Spotify’s Hunt for the Perfect Playlist. *Wired*. URL: <https://www.wired.com/2015/07/spotify-perfect-playlist/> [in English].
9. Roosa, M. W., Liu, F. F., Torres, M., Gonzales, N. A., Knight, G. P., & Saenz D. (2008). Sampling and Recruitment in Studies of Cultural Influences on Adjustment: A Case Study with Mexican Americans. *Journal of Family Psychology*, 22 (2), 293–302 [in English].
10. Van de Peer, A. (2014). Re-artification in a World of De-artification : Materiality and Intellectualization in Fashion Media Discourse (1949–2010). *Cultural Sociology*, 8 (4), 443–461 [in English].
11. Verboord, M., Kuipers, G., & Janssen, S. (2015). Institutional Recognition in the Transnational Literary Field, 1955–2005. *Cultural Sociology*, 9 (3), 447–465 [in English].