

LEV MANOVICH NAUJŪJŪ MEDIJŪ KALBA  
IŠ ANGLŪ KALBOS VERTĖ TOMAS ČIUČELIS

MENE, 2009

BALSAS.CC

UDK 316  
MA381

KNYGOS LEIDIMĄ PARĖMĖ KULTŪROS RĖMIMO FONDAS IR  
LIETUVOS RESPUBLIKOS KULTŪROS MINISTERIJA

IŠLEIDO VŠĮ MENE  
AGUONŲ 19-322, LT-03213, VILNIUS  
WWW.MENE.CC, INFO@MENE.CC  
PARTNERIS: EL. ŽURNALAS BALSAS.CC

REDAKTORĖ AKVILĖ RĖKLAITYTĖ  
KALBOS KONSULTANTĖ LINA MICHELKEVIČĖ  
DIZAINERĖ MARIJA KISIELIŪTĖ

VERSTA IŠ: LEV MANOVICH, THE LANGUAGE OF NEW MEDIA  
THE MIT PRESS, 2001

© LEV MANOVICH, THE MIT PRESS, 2001  
© VERTIMAS Į LIETUVIŲ KALBĄ, TOMAS ČIUČELIS, 2009  
© DIZAINAS, MARIJA KISIELIŪTĖ, 2009  
© MENE, 2009

PRINTED IN LITHUANIA  
ISBN 978-9955-834-03-8

# TURINYS

PRATARMĖ: VYTAUTAS MICHELKEVIČIUS 10  
ĮVADAS Į LIETUVIŠKĄ KNYGOS VERTIMĄ:  
LEV MANOVICH 14  
PROLOGAS: VERTOVO DUOMENŲ RINKINYS 20  
PADĖKA 62

ĮVADAS 65  
ASMENINĖ CHRONOLOGIJA 67  
DABARTIES TEORIJA 71  
NAUJŪJŲ MEDIJŲ PLANAS: METODAS 74  
NAUJŪJŲ MEDIJŲ PLANAS: ORGANIZAVIMAS 77  
TERMINAI: KALBA, OBJKTAS, REPREZENTACIJA 79

## I. KAS YRA NAUJOSIOS MEDIJOS? 87

KAIP MEDIJOS TAPO NAUJOS? 91  
NAUJŪJŲ MEDIJŲ PRINCIPAI 97  
SKAITMENINĖ REPREZENTACIJA 97  
MODULIŠKUMAS 100  
AUTOMATIKA 102  
KINTAMUMAS 107  
TRANSKODAVIMAS 118

## KAS NĖRA NAUJOSIOS MEDIJOS 123

KINAS KAIP NAUJOJI MEDIJA 124  
SKAITMENYBĖS MITAS 126  
INTERAKTYVUMO MITAS 130

## II. SAŠAJA 137

KULTŪRINIŲ SAŠAJŲ KALBA 147  
KULTŪRINĖS SAŠAJOS 147  
SPAUSDINTINIS ŽODIS 152  
KINAS 157  
ŽKS: REPREZENTACIJA PRIEŠ KONTROLĘ 168  
EKRANAS IR VARTOTOJAS 174  
EKRANO GENEALOGIJA 175  
EKRANAS IR KŪNAS 183  
REPREZENTACIJA PRIEŠ SIMULIACIJĄ 192

## III. OPERACIJOS 197

MENIU, FILTRAI, PAPILDINIAI 207  
ŽYMĖJIMO LOGIKA 207  
POSTMODERNIZMAS IR PHOTOSHOP'AS 214  
NUO OBJEKTO IKI SIGNALO 217  
MONTAŽAS 221  
NUO VAIZDŲ SRAUTŲ PRIE MODULINIŲ  
MEDIJŲ 221  
PASIPRIEŠINIMAS MONTAŽUI 227  
MONTAŽO ARCHEOLOGIJA: KINAS 232  
MONTAŽO ARCHEOLOGIJA: VIDEOGRAFIJA 236  
SKAITMENINIS MONTAŽAS 240  
KOMPOZITAS IR NAUJOS MONTAŽO RŪŠYS 243  
NUOTOLINIS VEIKSMAS 250  
REPREZENTACIJA PRIEŠ KOMUNIKACIJĄ 250  
NUOTOLINIS VEIKSMAS: ILIUZIJA PRIEŠ  
VEIKSMĄ 253  
VAIZDAI–INSTRUMENTAI 257  
TELEKOMUNIKACIJA 258  
ATSTUMAS IR AURA 261

## IV.

ILIUZIJOS 267  
SINETINIS REALIZMAS IR JO PRIEŠTARAVIMAI 277  
TECHNOLOGIJA IR STILIUS KINE 278  
TECHNOLOGIJA IR STILIUS KOMPIUTERINĖJE  
ANIMACIJOJE 282  
MIMEZĖS SIMBOLIAI 290  
SINETINIS VAIZDAS IR JO SUBJEKTAS 294  
KOMPIUTERINĖS GRAFIKOS TĖVAS GEORGES'AS  
MÉLIÈS 294  
„JUROS PERIODO PARKAS“ IR SOCREALIZMAS 296  
ILIUZIJA, NARATYVAS IR INTERAKTYVUMAS 301

## V. FORMOS 309

### DUOMENŲ BAZĖ 317

DUOMENŲ BAZĖS LOGIKA 317

DUOMENYS IR ALGORITMAS 321

DUOMENŲ BAZĖ IR NARATYVAS 325

PARADIGMA IR SINTAGMA 329

DUOMENŲ BAZIŲ KOMPLEKSAS 333

DUOMENŲ BAZĖS KINAS: GREENAWAY'JUS IR VERTOVAS 338

### NAVIGUOJAMOJI ERDVĖ 346

„DOOM“ IR „MYST“ 346

KOMPIUTERINĖ ERDVĖ 355

NAVIGAVIMO POETIKA 362

„NAVIGATOR“ IR „EXPLORER“ 372

„KINO AKIS“ IR SIMULIATORIAI 378

„EVE“ IR „PLACE“ 386

### KAS YRA KINAS? 393

## VI. SKAITMENINIS KINAS IR JUDANČIO VAIZDO ISTORIJA 402

KINAS – INDEKSO MENAS 402

TRUMPA JUDANČIŲ VAIZDŲ ARCHEOLOGIJA 405

NUO ANIMACIJOS PRIE KINO 407

KINAS APIBRĖŽIAMAS IŠ NAUJO 409

NUO „KINO AKIES“ IKI „KINO TEPTUKO“ 417

### NAUJOJI KINO KALBA 419

KINEMATOGRAFIJA IR GRAFIKA: KINEGRATOGRAFIKA 419

NAUJASIS LAIKIŠKUMAS: CIKLAS KAIP NARATYVO VARIKLIS 425

ERDVINIS MONTAŽAS IR MAKROKINAS 433

KINAS KAIP INFORMACINĖ ERDVĖ 438

KINAS KAIP KODAS 442

### RODYKLĖ 448

## PRATARMĖ, ARBA KODĖL NAUJŲJŲ MEDIJŲ AMŽIJE VIS DAR SKAITOME

Pastarąjį dešimtmetį sparčiai besikeičiančias medijas vis sunkiau atsieti nuo mūsų gyvenimo bei kūrybinės aplinkos. Auga poreikis pažinti mus supančias medijas ir suprasti jų veikimo principus bei kalbą. Daug diskutuojama apie medijų raštingumą, t. y. gebėjimą jas suvokti, perskaityti ir kritiškai vertinti, apsisaugant nuo nepageidaujamo medijų poveikio – juk jos linkusios veikti taip, kad pačios liktų nepastebėtos. Todėl dažnai nebeaišku, ar mūsų patirtys, žinios ir komunikacija remiasi tikrove, ar medijų pasauliu.

Į tai reaguoja menininkai, savo kūryboje naudojantys ir kvestionuojantys medijas, bei kritikai, bandantys suvokti jų kalbą ir poveikį.

Nagrinėjant medijas svarbiausia susitarti, ką mes vadiname medija. Maždaug penkerius metus Lietuvoje vis netylant diskusijoms, jau galime teigti, kad medija tai „komunikacijos priemonė; informacijos siuntėjo ir gavėjo tarpininkas, turintis savo informacijos kodavimo ir sklaidos sistemą“<sup>1</sup>. Kitaip tariant, medija mes laikome ne nuotrauką ar DVD (nes tai viso labo – tik laikmenos, svarbus medijos komponentai), ne fotoaparataž ar vaizdo kameraž, bet atitinkamai fotografiją ar videografiją kaip sistemą, įrašančią ir sklaidžiančią tam tikro pobūdžio informaciją. Vis dėlto, keičiantis technologijoms ir visuomenės santykiui su jomis, keičiasi ir pačios medijos bei jų raiškos budai.

---

<sup>1</sup> Visuotinė lietuvių enciklopedija, XIV, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų I-kla, 2008, 565.

Nors naujosiomis medijomis naudojamės kasdien, tačiau mūsų supratimas apie jas nesiekia giliau nei sąsaja su vartotoju – paviršiuje matomi mygtukai ir ikonos, tekstas ir vaizdas. Medijų naujumas yra santykinis dalykas, nes supratimas, kas yra nauja, kinta kas 5–10 metų – ypač pastaraisiais dešimtmečiais. XX a. septintajame dešimtmetyje naujoji medija buvo videografija, aštuntajame–devintajame dešimtmečiais – kompiuteris, o jau paskutiniajame XX a. dešimtmetyje jų vietą užėmė internetas. 1981 m. naujasis televizijos kanalas MTV savo transliacijas pradėjo su grupės *The Buggles* videoklipu „Video Killed the Radio Star“ („Videografija nužudė radijo žvaigždę“), kuris tapo naujos medijos įsivirtinimo simptomu. O štai į klausimą, kas yra naujosios medijos šiandien, atsakyti vis sunkiau. Tačiau kad ir kaip sparčiai kistų pačios medijos, o gal, tiksliau, jų sąsaja su vartotoju ir apvalkalas, pagrindiniai jų veikimo principai išlieka.

Daugiau kaip prieš keturiasdešimt metų Marshallas McLuhanas mums dėstė *Kaip suprasti medijas* (lietuviškai knyga išleista 2003). Šiandien kyla naujas poreikis įvertinti medijų kaitą, jų sąveiką su kultūra bei poveikį kurybinei raiškai ir komunikacijai.

Maždaug prieš dešimtmetį buvo parašytos dvi svarbios knygos apie naujas medijas ir jų veikimo logiką: *Remediation: Understanding New Media* (*Remediacija: kaip suprasti naujas medijas*, Jay David Bolter, Richard Grusin, 2000) ir *The Language of New Media* (*Naujųjų medijų kalba*, Lev Manovich, 2001). Šios knygos turi ir daug panašumų, ir nemažai skirtumų, ir, žinoma, viena kita papildo. Vis dėlto tikrai *Naujųjų medijų kalba* sulaukė didelio populiarumo ir yra jau išversta į italų, ispanų, graikų, lenkų, latvių, slovėnų, korėjiečių ir kinų kalbas. Levas Manovichius knygoje pateikia nuoseklią naujųjų medijų sampratą ir lengvai skaitoma kalba bei įtikinamais pavyzdžiais analizuoja pagrindinius naujųjų medijų elementus ir principus: sąsają, duomenų bazę, interaktyvumą ir t. t. Ne veltui vienas interneto apžvalgininkas šią knygą pavadino „elegantiška ir sisteminga naujųjų medijų teorija“.

Matematiko programuotojo išsilavinimas, kompiuterių veikimo principų pažinimas papildo Manovichiaus meno ir kino istorijos žinias bei kultūros kritiko patirtį (vizualumo ir kultūros studijų krypties

daktaro disertacija), todėl jis sugeba technologines išvalgas vaisingai derinti su kultūrinėmis ir įvairialypei auditorijai paaiškinti naujųjų medijų veikimo logiką. Be to, Manovichius yra ir praktikas – naujųjų medijų meno kūrėjas, programuotojas, eksperimentuotojas. Todėl jo tekstuose teoriją nuolat papildo taikomieji aspektai, padedantys perprasti naujųjų medijų veikimo principus.

Manovichius žongliruoja mūsų supratimu apie medijas ir kvestionuoja jas klausdamas: galbūt medija ir jos išskirtinės savybės yra modernizmo reliktas, o mes jau esame perėję į post-medijų estetikos epochą – juk skaitmeninis kodas suartina visas medijas ir tik galutinė jų išraiška yra tariamai skirtinga. Šiandien tiek teksto, tiek fotografijos, tiek videografijos, tiek hipermedijos skirtumas yra tik išorinis, jų veikimą grindžia ta pati skaitmeninė logika ir tik vieno mygtuko paspaudimu ar programinės eilutės pakeitimu galime tą pačią idėją paversti garsu, vaizdu ar tekstu.

Su Manovichiumi lietuvių skaitytojai susipažino prieš keletą metų, skaitydami pirmuosius jo tekstų vertimus „Post-medijų estetika“ (2007), „Draugiškas ateivis: objektas ir vartotojo sąsaja“ (2007), „Augmentuotos erdvės poetika: mokantis iš „Prada““ (2006), „Autorystės modeliai naujosiose medijose“ (2005), publikuotus el. žurnale apie medijų kultūrą *Balsas.cc*. Šiuos tekstus iki šiol galima perskaityti internete, o žurnalo daugiasluoksnis archyvas – tai interaktyvus mąstymo apie medijas teksto, garso ir vaizdo peizažas. Medijų kultūros kritikos kontekstą ir nagrinėjamas problemas praplečia pirmoji medijų teorijų ir praktikų rinktinė *Medijų kultūros balsai: teorijos ir praktikos* (2009).

Iš pirmo žvilgsnio (antraščių) gali atrodyti, kad Manovichius pasitelkia naujas sąvokas ir jose paskandina skaitytoją, tačiau išties jo vaizdi kalba ir pavydžiai iš meno, kino, dizaino, architektūros, kompiuterinių žaidimų ir interneto sričių padeda identifikuoti ir suvokti naujus medijų kultūros reiškinius. Jei iki šiol jums būdavo sunku perprasti medijų guru žodyną, perskaičius šią knygą nemaža problemų gali išsispřesti, tik, žinoma, svarbu ne išjungti į daugžodžiautojų gretas, bet papildyti kritiškų žvilgsnių auditoriją.

Lietuviškai iki šiol nėra prieinama nė viena šiuolaikinių medijų teorijų knyga, tad *Naujųjų medijų kalba* užpildys šią spragą ir paskatins domėtis medijų studijomis, toliau ieškoti literatūros užsienio kalbomis. Medijų studijos dar visai naujas tyrimų laukas Lietuvoje, todėl svarbu surasti tinkamas sąvokas ir jų sąryšius, palengvinsiančius diskusijas tarp sociologų, filosofų, meno tyrinėtojų ir praktikų.

Tikimės, kad kišeninis knygos formatas paspartins jos kelionę per rankas, rankines ir kavines. Knyga gali tapti ir naujųjų medijų teorijų vadovėliu aukštųjų mokyklų studentams bei dėstytojams. Ji bus nepainomas išvalgų rinkinys ant kulturologų, kritikų, filosofų, medijų ir komunikacijos bei kompiuterijos specialistų stalo. Be to, vaizdžiu stiliumi išsakytos idėjos bus naudingos dizaineriams, dailininkams, menininkams, kino kūrėjams, programuotojams bei visiems besidomintiems medijomis ir jų kaita.

Vytautas Michelkevičius

**Vilnius, 2009 10 20**



## ĮVADAS Į LIETUVIŠKĄ KNYGOS VERTIMĄ

Labai džiaugiuosi galėdamas pristatyti lietuvišką knygos *Naujųjų medijų kalba* vertimą. Knyga baigta rašyti 1999 m., tad būtų pravartu reflektuoti per tuos dešimt metų vykusią skaitmeninės kultūros raidą. Dešimtojo dešimtmečio pabaigoje visos profesionaliosios medijų produkcijos sritys jau buvo beveik išsivinusios skaitmeninius įrankius. Dabar gyvename pasaulyje, kuriame praėjusio dešimtmečio naujovės yra pasklidusios tarp milijonų žmonių – įskaitant ir šimtus milijonų tų, kurie rašo žiniaraščius, į dalijimosi medijomis svetaines kelia nuotraukas ir videografiją, taip pat naudojami nemokamais (ar beveik nemokamais) medijoms kurti ir redaguoti skirtais programiniais įrankiais, kurie dar prieš dešimtmetį kainavo tūkstančius dolerių. O patys masiškai kuriami medijų kuriniai dažnai prilygsta profesionaliai produkcijai ar bent jau pateikia autentiškesnę pasaulio suvokimo perspektyvą.

Socialinės medijos, be abejo, nėra vienintelis svarbus trečiojo tūkstantmečio pasiekimas. Kartu su GPS ir įvietintą informaciją portatyviniuose medijų įrenginiuose pateikiančiomis taikomosiomis programomis lokacija mums tapo svarbia patirtimi medijuotame pasaulyje. Iki 1999 m. dar neegzistavusioje *Wikipedia* enciklopedijoje šiuo metu yra apie trys milijardai vien tik anglų kalba vartotojų parašytų straipsnių. *Google* įpratino pasaulį prie internetinių programų ir paslaugų, kurios oficialiai niekada nėra užbaigiamos ir išleidžiamos, o visą laiką lieka *Beta* stadijoje. Kadangi šios programos ir paslau-

gos paleidžiamos iš nuotolinių serverių, jas galima bet kada atnaujinti, ir tam nereikia vartotojų išsikūšimo – tiesą sakant, *Google* atnaujina savo paieškos algoritmą net du kartus per dieną. Ką gi, sveiki atvykę į nuolatinės kaitos pasaulį, kuri nuo šiol apibūdina ne sunkios, retai atnaujinamos industrinės mašinos, bet nuolat besikeičianti programinė įranga.

Tačiau nepaisant visų šių svarbių patobulinimų, skaitmeninių įrankių siūlomos raiškos galimybės 2009-aisiais yra iš esmės tos pačios, kaip ir 1999-aisiais. Pasitelkus kuno metaforą, galima sakyti, jog pastarojo dešimtmečio pažanga pakeitė jo išvaizdą ir praplėtė jo nervinę sistemą (turiu omenyje internetines programas ir paslaugas), tačiau skeletas liko koks buvęs. Todėl nuolat besikeičiančios skaitmeninės medijos paradoksaliai pasižymi ir stebėtinu pastovumu. Pavyzdžiui, pačioje pirmojoje interaktyvioje programoje – Ivano Sutherlando *Sketchpad* (1962) – jau buvo panaudota dauguma principų ir technikų, šiandien naudojamų grafinio dizaino ir vaizdų redagavimo programose. Grafinės vartotojo sąsajos, kurias dabar naudojame nešiojamuosiuose ir *netbook* kompiuteriuose, mobiliuosiuose telefonuose ir stacionariuose kompiuteriuose, yra kur kas spalvingesnės nei aštuntojo dešimtmečio pradžioje Alano Kay tyrimų grupės (kompanija *Xerox PARC*) sukurtame variante, tačiau dauguma principų išliko nepakitę. Panašiai ir *Microsoft Word* remiasi pirmuoju *Xerox PARC* kompanijoje 1974 m. sukurtu teksto redaktoriumi *Bravo*.

Kitaip tariant, nors ekonomine prasme skaitmeninės medijos yra netolydi technologija, genealogijos atžvilgiu jos yra kumuliatyvos. Todėl ši prieš dešimtmetį parašyta knyga vis dar aktuali šiandien – apie tai galima spręsti iš to, kad ji įtraukta į daugelį studijų programų visame pasaulyje ir pasirodo vis naujų jos vertimų – įskaitant ir šį. Nors tam tikros detalės jau pasikeitė – pavyzdžiui, CD-ROM diskus pakeitė DVD-R diskai, – tačiau skaitmeninių medijų „skeletas“ liko toks pat.

O kaipgi dėl knygos pavadinime esančios naujųjų medijų „kalbos“? Nors toks pavadinimas, atrodytų, žada sistemingai atskleisti unikalūs skaitmeninių medijų srities bruožus ir kūrybos technikas, tačiau

perskaičius keletą puslapių paaiškėja, kad tikslas iš tiesų yra kitoks. Knygoje nagrinėjama naujųjų medijų „kalba“, arba, tiksliau sakant, „kalbos“ (tai vienintelis pakeitimas, kurį *post factum* norėčiau padaryti knygos pavadinime), – visuomet yra hibridai, inkorporuotos atmintys, erudicija ir technikos tokiose šiuolaikinės kultūros formose, kaip kinas, teatras, spausdintinės knygos, grafinis dizainas ir t. t., o kartu ir naujausios technikos, atsiradusios dėl globalios informacinės visuomenės variklio – skaitmeniniame tinkle esančio kompiuterio. Todėl kiekviename knygos skyriuje imamasi skirtingų naujųjų medijų dimensijų, kurios nagrinėjamos kaip praeities ir dabarties kovoms, konkurencijai ir kūrybinėms įtampoms skirtos arenos.

Baigiant rašyti knygą, toks požiūris kai kuriems tuo metu „kiberkultūra“ vadintos srities dalyviams ir teoretikams atrodė keistas. Kodėl reikia knaisiotis ir ieškoti nuorodų į senąją kultūrą, jei internetas turėtų mus visus nunešti į *Wired* žurnale bei kituose leidiniuose reprezentuojamą puikųjį naująjį pasaulį? Tačiau džiaugiuosi matydamas, kad mano knyga, kurioje naujosios medijos pozicionuojamos ilgesnėse kultūrinės evoliucijos trajektorijose, atlaikė laiko išbandymą, o štai daugelis futuristinių pareiškimų, kuriuos skelbė dešimtojo dešimtmečio kiberkultūros guru, dabar atrodo gana nevykusiai. Musų kultūrą apėmusi kompiuterizacija, dėl to keičiasi kiekvienas jos sluoksnis, tačiau gali prabėgti dar daug laiko, kol šie pokyčiai taps matomi. (Šiuo atžvilgiu gali tikti ir geologinės metaforos.) Pavyzdžiui, įsivaizduokime XIX a. naujosios industrinės visuomenės raidą lydėjusią kultūrą. Jei grįžtume į šios visuomenės formavimosi pradžią pirmaisiais XIX a. dešimtmečiais, pamatytume, jog kultūrinei superstruktūrai prireikė kone šimto metų ją pasivyti. Tik XX a. trečiojo dešimtmečio menininkai, dizaineriai ir architektai aiškiai apibrėžė naują estetinių formų ir principų rinkinį, kuris suformavo naująją XX a. „industrinio modernizmo“ kultūrą: tai iš geometrinių formų sukonstruotos erdvės be ornamentikos, agresyvus tipografijos naudojimas, įstrižos kompozicijos, naujos spalvų paletės ir t. t. Nujaučiu, jog daugelis šiandien mus supančių kultūrinių reiškinių prilygsta XIX a. akademinei tapybai arba eklektikai architekturoje – tai kažkas, kas jau nebeprislauso XXI amžiui ir kas vieną dieną, kai galiausiai rasime tinkamą kultūrinį atsaką naujajai globalios informacijos visuomenei,

atrodys beviltiškai ne savo vietoje. Tačiau šiandien vis dar nėra lengva pasakyti, kurie dabartiniai impulsai yra ateities šaukliai, o kurie egzistuoja tik iš inercijos.

Esu įsitikinęs, kad besiformuojanti „informacijos estetika“ (t. y. naujoji globalios informacinės visuomenės kultura, kuri skiriasi nuo senosios industrinės) vadovausis visiškai kitokia logika nei „industrinis modernizmas“. Pastarasis labai troško ištrinti viską, kas sena. Tai akivaizdžiai iliustruoja tiek avangardo menininkų (ypač futuristų) pareiškimai, kad muziejus reikia sudeginti, tiek Rusijoje po 1917 m. revoliucijos bei kitose komunistinėse šalyse keletu dešimtmečių vėliau vykęs dramatiškas visų socialinių ir dvasinių realybių naikinimas. Industrinio modernizmo kultura ir ideologija norėjo pradėti nuo *tabula rasa* pozicijos, radikaliai atsiriboti nuo praeities. Tik po XX a. septintojo dešimtmečio šis siekis ėmė atrodyti nebetinkamas, o tai pasireiškė laipsnišku ideologinių gniaužtų laisvėjimu – bent jau kai kuriose komunistinėse šalyse – ir naujuoju postmoderniuoju jautrumu Vakaruose. Knygoje *Learning From Las Vegas* – šis žymusis Roberto Venturi ir jo bendraautorių 1972 m. išleistas kurinys buvo pirmoji sistemiška naujojo jautrumo manifestacija – pripažįstama, kad tikrosios, organiškos kultūros raidos ritmas ir logika visiškai skyrėsi nuo Bauhause užgimusio „internacionalaus stiliaus“, kuri vis dar praktikavo to meto architektai. Galima sakyti, kad 1990 m. subyrėjęs Sovietų imperijai, postmodernizmas palenkė pasaulį į savo pusę.

Šiandien mums gresia realus pavojus būti įkalintiems naujajame „internacionaliniame stiliuje“ – tame, ką mes vadiname „globaliuoju stiliumi“. Kultūrinė globalizacija, kurios vieni iš daugelio nešėjų yra pigūs tarptautiniai skrydžiai ir internetas, ištrina specifinius kultūrų bruožus su tokia energija ir greičiu, kokie modernizmui buvo neįmanomi. Tačiau kartu šiandien galime aptikti ir kitokios logikos apraiškų – siekį kurybingai derinti sena ir nauja įvairiose kombinacijose: remiksuoti futuristų garso įrašus ir šiuolaikinius elektroninius garsus (*DJ Spooky*), prijungti prie seno, praėjusio šimtmečio pastatyto namo naują architektūrinę struktūrą, sudarytą iš sudėtingų geometriinių formų bei sukurtą kompiuteriu ir t. t. Mano nuomone, būtent ši hibridinė energija ir nulemia sėkmingiausias šiandienos kultūros reišk-

kinius. Ši knyga yra sistemiškas tokia hibridine estetika besivadovaujanti šiuolaikinės kultūros sluoksnio tyrimas – tai sluoksnis, kuriame skaitmeniniu tinklu sujungtų kompiuterių logika persipina su įvairiomis senųjų kultūrinių formų logikomis.

Lev Manovich

**2009 09 07**