

Lev MANOVICH, *The Language of New Media*

Cambridge, Massachusetts, London, England, The MIT Press, 2001, 354 p.

Simona De Iulio



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5947>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.5947](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5947)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2003

Pagination : 473-475

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Simona De Iulio, « Lev MANOVICH, *The Language of New Media* », *Questions de communication* [En ligne], 4 | 2003, mis en ligne le 24 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5947> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5947>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

Lev MANOVICH, *The Language of New Media*

Cambridge, Massachusetts, London, England, The MIT Press, 2001, 354 p.

Simona De Iulio

RÉFÉRENCE

LEV MANOVICH, *The Language of New Media*. Cambridge, Massachusetts, London, England, The MIT Press, 2001, 354 p.

- 1 Y a-t-il d'inédit dans les formes de représentation utilisées dans les nouveaux médias ? « remédiation », selon laquelle chaque nouveau média englobe, traduit et réforme les médias existants, Lev Manovich, professeur associé au Département d'Arts visuels de l'Université de Californie, San Diego, analyse les éléments de continuité et de rupture entre les anciennes et les nouvelles formes de communication. Le but de l'ouvrage est de « décrire et comprendre la logique qui dirige le développement du langage des nouveaux médias » (p. 7), d'enregistrer et de théoriser le présent tout en plaçant l'avènement de la révolution numérique dans l'ample perspective de l'histoire de la technique, de la communication et de la culture visuelle. À cette fin, Lev Manovich adopte une approche interdisciplinaire en faisant appel aux outils conceptuels des sciences humaines et de l'informatique, ainsi qu'à son expérience professionnelle dans le domaine de la programmation et de la simulation en 3D.
- 2 Tout le long de son ouvrage, l'auteur s'efforce d'identifier des termes et des catégories conceptuelles aptes à désigner ce qui est propre aux nouveaux moyens de communication. Il dénonce l'imprécision de notions très répandues, telle que celles de « multimédia » et de « digital ». En revanche, il suggère de garder le terme « interactivité », mais uniquement à condition de distinguer l'« interactivité ouverte » – qui permet à l'utilisateur de modifier des éléments ou l'ensemble de la structure – de l'« interactivité fermée », propre à la plupart des produits des nouveaux médias dont

les usagers suivent des parcours préprogrammés et ne peuvent décider que de l'ordre d'accès à certains éléments, à l'intérieur d'une structure stable.

- 3 Lev Manovich identifie cinq principes clés caractérisant le fonctionnement des nouveaux outils de communication. Le premier est la représentation numérique : tous les produits réalisés et véhiculés par les nouveaux médias sont décrits mathématiquement et peuvent faire l'objet de manipulations algorithmiques. Le deuxième est la modularité : les nouveaux médias se composent d'éléments discrets et indépendants, qui se prêtent à être modifiés, supprimés, remplacés. Le troisième principe est l'automatisation : l'ordinateur peut accomplir de nombreuses opérations liées à la création, à la manipulation, à l'accès à l'information, sans l'intervention directe de l'utilisateur. La variabilité constitue la quatrième caractéristique : les produits des nouveaux médias ne sont pas fixés pour toujours ; au contraire ils peuvent exister en versions multiples. Enfin, l'auteur parle de la transcodification : le fonctionnement des nouveaux médias comporte le passage d'un format propre à l'ordinateur, décodable par la machine, à des représentations intelligibles par l'homme. Selon Lev Manovich, les influences réciproques entre la couche de l'ordinateur (*computer layer*) et la couche culturelle (*cultural layer*) produisent une nouvelle culture de l'ordinateur, « un mélange de significations propres à l'homme et à la machine, des manières traditionnelles dont la culture humaine a modelé le monde et des modes propres à l'ordinateur de le représenter » (p. 46).
- 4 L'auteur montre, ensuite, qu'en dépit de leur fonctionnement inédit, les nouveaux médias proposent des modalités d'élaboration, d'accès et de conservation des données familières à l'utilisateur. Par exemple, le langage des « interfaces culturelles », propres aux sites Web et aux cédéroms, emploie, sous forme de métaphores, des principes d'organisation des textes écrits – tels que la page ou la bibliothèque – empruntés à la tradition du livre et de l'édition. De même, les jeux vidéos et les animations en 3D héritent-ils du cinéma l'écran rectangulaire « dynamique », ainsi que la grammaire de la caméra mobile et du montage.
- 5 Selon l'auteur, la culture visuelle à l'âge de l'ordinateur est cinématographique dans son apparence, numérique au niveau du matériel, et guidée par les logiciels dans son fonctionnement. Deux des opérations principales effectuées à la fois par les usagers et par les concepteurs, à savoir la « sélection » et la « composition », sont dictées par la nature modulaire et variable des nouveaux médias. La visite d'un musée virtuel, la navigation dans un site Internet, la lecture d'une revue électronique sollicitent le choix entre plusieurs alternatives : à travers la recomposition plus ou moins créative d'une série de variables préexistantes, chaque usager sélectionne et compose sa propre version du texte. Les concepteurs procèdent de la même manière : ils manipulent et assemblent des éléments tirés de menus, archives, banques de données. Si les actions de « copier/coller » produisent des assemblages de mots, sons et images en syntonie avec les valeurs de l'esthétique post-moderne, à l'heure actuelle, les techniques de composition permettent d'aller au-delà de la simple juxtaposition de données et de créer des « montages spatiaux » où des éléments hétérogènes se fondent selon les principes d'une nouvelle « esthétique de la continuité » (p. 143).
- 6 L'attention de Lev Manovich se concentre spécialement sur les rapports entre le cinéma et les nouveaux médias. Dans un premier temps, il essaie de démontrer comment « cent ans après la naissance du cinéma, les modes cinématographiques de voir le monde, de structurer le temps, de raconter une histoire, de lier une expérience à l'autre sont

devenus les modes de base à travers lesquels les usagers des ordinateurs accèdent et interagissent avec toutes les données culturelles » (p. 78-79). Il montre que même les formes de représentation distinctives des nouveaux médias – la base de données et l'espace navigable – trouvent des antécédents dans les expérimentations cinématographiques de l'avant-garde russe, notamment dans le film *L'homme à la caméra* de Dziga Vertov.

- 7 Dans le dernier chapitre de son ouvrage, l'auteur analyse l'impact des nouvelles techniques sur le cinéma. Il insiste sur la définitive émancipation du cinéma de l'enregistrement photographique de la réalité et sur la transformation des rapports entre production et post-production. Dans le cinéma numérique, la pellicule impressionnée n'est plus le but final, mais seulement une matière première destinée à être élaborée par un ordinateur, où l'on procède à la construction réelle des scènes. Dans ce sens, la production devient le premier pas vers la post-production » (p. 303). La manipulation et l'animation des images, qui avaient donné naissance au cinéma pour, ensuite, devenir des pratiques marginales par rapport au tournage, sont, aujourd'hui, au cœur du cinéma numérique.
- 8 Sans céder au prophétisme des futurologues, et s'éloignant de l'utopisme technicien qui caractérise une large partie de la littérature sur les nouveaux médias, cet ouvrage à la fois ambitieux et prudent reconstruit, dans un style clair et précis, une des généalogies possibles des techniques de l'information et de la communication. L'attention exclusive réservée à l'aspect visuel des nouveaux médias amène l'auteur à se concentrer uniquement sur certaines applications (notamment les jeux vidéos et la réalité virtuelle) au détriment d'autres (par exemple, le courrier électronique). De même, l'importance accordée à l'image pousse-t-elle l'auteur à reconnaître au cinéma une place centrale dans la construction du langage des techniques de l'information et de la communication et à négliger l'influence exercée par d'autres médias. Pourtant par cet ouvrage, par cet ouvrage, Lev Manovich propose une contribution riche et originale qui confirme la nécessité d'adopter une approche généalogique et interdisciplinaire pour saisir ce qui est en jeu aujourd'hui.

INDEX

oeuvre *Language of New Media (The)* – (Lev Manovitch, 2001)

AUTEURS

SIMONA DE IULIO

GRESEC, université Grenoble 3