

Une esthétique post-média

Lev Manovich

Traducteur : Pascal Krajewski



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/appareil/2394>

DOI : 10.4000/appareil.2394

ISSN : 2101-0714

Éditeur

MSH Paris Nord

Référence électronique

Lev Manovich, « Une esthétique post-média », *Appareil* [En ligne], 18 | 2017, mis en ligne le 19 septembre 2017, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/appareil/2394> ; DOI : 10.4000/appareil.2394

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.



Appareil est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Une esthétique post-média

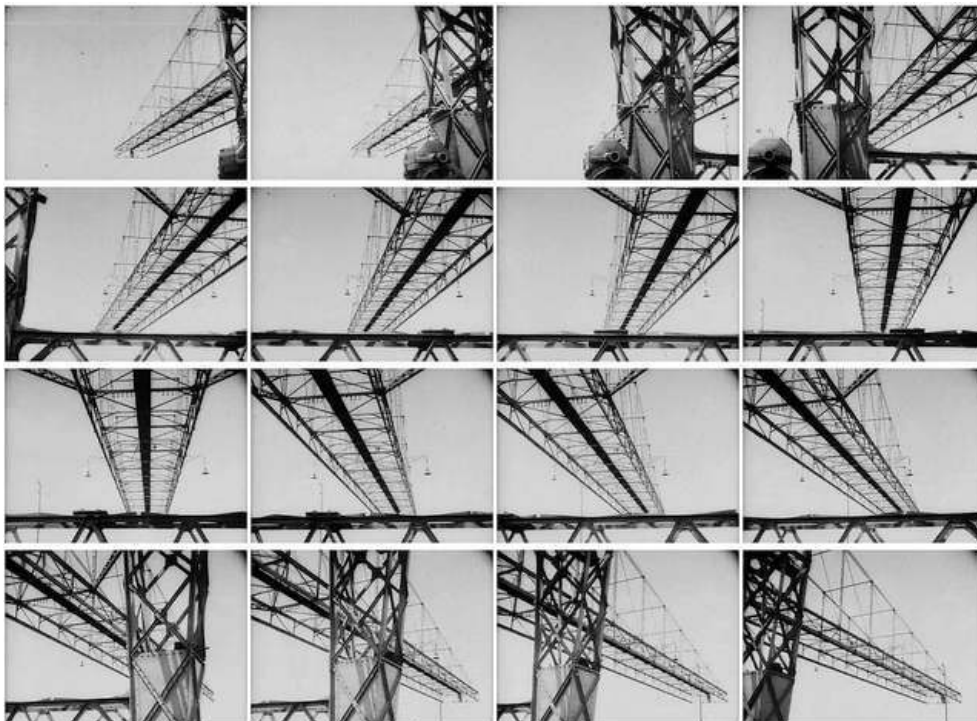
Lev Manovich

Traduction : Pascal Krajewski

RÉFÉRENCE

Lev Manovich, *Post-media Aesthetics*, 2001. Le texte original est en ligne à l'adresse suivante : <http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics>

Illustration I. Lev Manovich, Visualizing Vertov (extraits), 2013



Crédits : Lev Manovich

Le médium en crise

- 1 Dans le dernier tiers du XX^e siècle, divers développements culturels et technologiques ont conjointement vidé de son sens l'un des concepts clés de l'art moderne – celui de médium. Pour autant, aucune nouvelle typologie des pratiques artistiques n'est venue remplacer celle fondée sur les médiums, qui divise l'art en peinture, littérature, sculpture, cinéma, vidéo, et ainsi de suite. L'hypothèse selon laquelle la pratique artistique pourrait être scrupuleusement ordonnée selon un petit groupe de médiums distincts a continué de structurer l'organisation des musées, des écoles d'art, des organismes de financement et autres institutions culturelles – bien que cette hypothèse ne reflétât plus le fonctionnement réel de la culture.
- 2 Plusieurs développements distincts ont contribué à cette crise du concept. Depuis les années 1960, le développement rapide de nouvelles formes artistiques – assemblage, *happening*, installation (y compris ses différentes sous-catégories telles que l'installation *in situ* et l'installation vidéo), la performance, l'action, l'art conceptuel, l'art processuel, l'intermedia, les arts temporels, etc. – a menacé la typologie des médiums (peinture, sculpture, dessin) par le simple fait de la prolifération de ces formes. En outre, si la typologie traditionnelle était fondée sur la différence entre les matériaux utilisés dans le cadre d'une pratique artistique, les nouveaux médiums, eux, soit autorisaient l'utilisation de différents matériaux dans des combinaisons arbitraires (installation), soit, pire encore, visaient à dématérialiser l'objet d'art (art conceptuel). Par conséquent, ces nouvelles formes ne pouvaient plus vraiment être des médiums au sens traditionnel du terme.
- 3 Une autre mutation du concept de médium est survenue lorsque de nouvelles formes culturelles fondées sur les technologies récentes ont progressivement pris place à côté de l'ancienne typologie des médiums artistiques. La photographie, le cinéma, la télévision et la vidéo sont apparus progressivement dans le cursus des écoles d'art et ont été regroupés dans des départements spéciaux des musées d'art. Dans le cas de la photographie et du cinéma traditionnels (*i. e.* prénumériques), les considérer comme des médiums distincts au sens traditionnel du terme continue de faire sens : ils utilisent différents supports matériels (film photographique dans le cas de la photographie, pellicule dans le cas du film), et ils s'intègrent parfaitement dans une autre dichotomie fondamentale que l'esthétique traditionnelle utilise pour édifier sa typologie des médiums : d'un côté, les arts de l'espace (peinture, sculpture, architecture) et, de l'autre, les arts temporels (musique, danse). Puisque la photographie tourne autour des images fixes tandis que le cinéma a à voir avec les images animées (dont la perception nécessite la dimension temporelle), et dans la mesure où ils se fondent sur des matériaux distincts – l'intégration de ces deux formes dans la typologie des médiums artistiques ne menaçait pas encore le concept de médium.
- 4 Toutefois, dans le cas de la télévision et de la vidéo, les choses ne furent pas si aisées. Le *média de masse* qu'est la télévision et le *médium artistique* qu'est la vidéo utilisaient bel et bien tous les deux la même base matérielle (le signal électronique qui peut être transmis en direct ou enregistré sur une bande) et par ailleurs ils impliquaient les mêmes conditions de perception (un écran de télévision). Les seules raisons de les considérer comme des média¹ distincts étaient sociologiques et économiques, à savoir les différences quant à la taille de leur public respectif, aux mécanismes de leur distribution (*via* les

réseaux de télévision VS via les expositions muséales ou les galeries), ainsi qu'au nombre de copies d'une bande ou d'un programme réalisé.

- 5 Ce cas de la télévision *versus* la vidéo est un exemple de la façon dont le vieux concept de médium utilisé par l'esthétique traditionnelle pour décrire les différents arts est entré en conflit avec un nouveau groupe de distinctions apportées par le *xx^e* siècle : à savoir des distinctions entre l'art et la culture de masse. Alors que l'art moderne, comme système, impliquait la circulation d'objets uniques ou existant en édition très limitée, la culture de masse, elle, imposait une distribution massive de copies identiques – et elle se retrouvait ainsi dépendante de diverses technologies de reproduction et de distribution, mécaniques et électroniques. Lorsque les artistes commencèrent à utiliser les technologies des médias de masse pour faire de l'art (que ce soit la photographie, le cinéma, la radio, la vidéo, ou l'art numérique), l'économie du système artistique leur prescrivait de créer des éditions limitées mais en utilisant à présent des technologies conçues pour la reproduction de masse, et ce de façon tout à fait contradictoire (ainsi, en visitant un musée d'art contemporain, vous pouvez trouver des objets conceptuellement paradoxaux tels qu'une « cassette vidéo, éditée à 6 exemplaires » ou un « DVD, édité à 3 exemplaires »). Peu à peu, ces lignes de partage sociologiques entre les différents mécanismes de distribution, renforçant les autres fractures sociologiques déjà mentionnées (selon la taille du public, ou selon l'espace d'accueil et d'exposition), devinrent des critères prépondérants pour distinguer différents médiums, plus que les anciennes distinctions construites sur le matériau utilisé ou les conditions de réception. En bref, la sociologie et l'économie prirent le pas sur l'esthétique.

L'attaque numérique

- 6 Parallèlement à l'arrivée des médias de masse au cours du *xx^e* siècle et à la prolifération des nouvelles formes artistiques à partir des années 1960, un autre développement menaçait l'idée traditionnelle du médium : la révolution numérique des années 1980-1990. Le passage de la plupart des moyens de production, de stockage et de distribution des médias de masse vers la technologie numérique (ou vers diverses combinaisons de technologies électroniques et numériques), tout comme l'adoption de ces mêmes outils par des artistes singuliers perturbèrent à la fois les divisions traditionnelles fondées sur les matériaux et les conditions de réception, mais aussi les nouvelles divisions, plus récentes, fondées sur les modèles de distribution, les méthodes de réception/exposition et les schémas économiques.
- 7 Sur le plan matériel, le passage à la représentation numérique et l'usage banalisé d'outils de modification ou d'édition dans la plupart des médias (copier, coller, déformer, interpoler, filtrer, concaténer, etc.) qui se substituèrent aux divers outils artistiques traditionnels – effacèrent les différences entre la photographie et la peinture (dans le domaine de l'image fixe) et entre le film et l'animation (dans le domaine de l'image en mouvement²). Sur le plan esthétique, le Web a érigé le document *multimédia* (c'est-à-dire quelque chose qui *combine* et mélange différents médias comme le texte, la photographie, la vidéo, les graphiques, les sons) comme le nouveau standard de la communication. La technologie numérique a également rendu bien plus aisée la pratique culturelle existante qui cherche à produire des versions différentes d'un même projet pour différents médiums, différents réseaux de distribution et différents publics. Et si on peut produire des versions radicalement différentes d'un même objet d'art (par exemple, une version

interactive et une qui ne l'est pas, ou la version d'un film en 35 mm et sa version Web), alors le lien traditionnellement fort entre l'identité d'un objet d'art et son médium est rompu. Sur le plan de la distribution, le Web a dissous (du moins en théorie) la différence entre la distribution de masse, déjà rattachée à la culture de masse, et la distribution restreinte réservée jusque-là aux sous-cultures et au système de l'art. (Le même site Web peut être consulté par une personne, dix personnes, dix mille personnes, dix millions de personnes, etc.)

- 8 Ce ne sont là que quelques exemples des limites du concept traditionnel de médium dans notre culture post-numérique (ou post-Internet). Et pourtant, malgré l'insuffisance évidente de la notion de médium pour décrire les réalités culturelle et artistique contemporaines, celle-ci persiste. Elle persiste par pure inertie – et aussi parce que la remplacer par un meilleur système conceptuel, plus adéquat, est plus facile à dire qu'à faire. Ainsi, plutôt que de se débarrasser une bonne fois de la typologie des médiums, nous continuons à ajouter de plus en plus de catégories : « nouveaux genres », installation interactive, art interactif, net art. Le problème avec ces nouvelles catégories, c'est qu'elles suivent la vieille tradition qui identifie différentes pratiques artistiques en fonction des matériaux utilisés – à ceci près que les diverses nouvelles technologies ont remplacé les différents matériaux.
- 9 Par exemple, tout l'art du Net, à savoir l'art qui utilise la technologie d'Internet, s'agglomère sous une seule catégorie de « net art ». Mais pourquoi devrait-on supposer que tous les objets d'art qui partagent la technologie du Net ont forcément quelque chose en commun au regard de leur réception par leurs utilisateurs³ ? L'idée d'un « art interactif » est tout aussi problématique. Comme je l'ai suggéré précédemment :

Utilisé dans le cadre des média informatiques, le concept d'interactivité est une tautologie. Les interfaces homme-machine (IHM) modernes sont, par définition même, interactives. Contrairement aux interfaces antérieures comme celles des traitements par lots, l'IHM moderne permet à l'utilisateur de contrôler l'ordinateur en temps réel en manipulant des informations affichées sur l'écran. Une fois qu'un objet est représenté dans un ordinateur, il devient automatiquement interactif. Par conséquent, appeler les ordinateurs des média interactifs est vide de sens – cela revient simplement à énoncer le fait le plus basique à propos des ordinateurs⁴.
- 10 Tout comme nous ne devrions pas supposer que toute œuvre d'art utilisant la technologie d'Internet appartient au médium « net art », nous ne devrions pas ranger dans la catégorie « art interactif » tous les objets d'art utilisant – ou, plus précisément, formant une sur-couche sur – la technologie interactive de l'informatique moderne. Nous voudrions pouvoir mettre en avant cette proposition : il n'est *pas impossible* qu'il y ait un médium à part appelé « net art », fondé sur la technologie d'Internet, mais il serait erroné de qualifier automatiquement tout art utilisant Internet comme du « net art ».

Illustration 2. Lev Manovich, Visualizing Vertov (extraits), 2013



Crédits : Lev Manovich

Programme pour une esthétique post-média

- 11 Dans le cadre de cet article, je ne parviendrai pas vraiment à jeter les bases d'un nouveau système théorique apte à remplacer le vieux discours des médiums en proposant une description plus adéquate de la culture post-numérique, post-Internet. Cependant, ce que je peux faire, c'est suggérer une direction particulière, que nous pourrions vouloir suivre en vue d'élaborer un tel système. Cette direction consisterait à remplacer la notion de médium par de nouveaux concepts issus de l'informatique et de la culture d'Internet. Ces concepts peuvent être utilisés à la fois littéralement (dans le cas effectif de la communication par ordinateur) mais aussi métaphoriquement, dans un sens élargi (dans le cadre de la culture pré-informatique). Voici alors à quoi une telle esthétique post-média pourrait ressembler :
- 12 1. L'esthétique post-média a besoin de catégories aptes à dire comment un objet culturel *organise des données et structure l'expérience utilisateur de ces données*.
- 13 2. Les catégories de l'esthétique post-média *ne devraient pas être associées à un quelconque médium particulier de stockage ou de communication*. Par exemple, plutôt que de penser « l'accès aléatoire » comme une propriété spécifique du médium informatique, nous devrions le penser comme une stratégie générale d'organisation des données (qui s'applique aussi bien aux livres traditionnels qu'à l'architecture) et, par ailleurs, comme une stratégie particulière du comportement de l'utilisateur⁵.
- 14 3. L'esthétique post-média *devrait adopter les nouveaux concepts, métaphores et opérations de l'ère de l'informatique et du réseau*, tels que l'information, les données, l'interface, la bande passante, le flux, le stockage, la conversion, la compression, etc. Nous pouvons employer ces concepts à la fois lorsque l'on évoque notre propre culture post-numérique (post-Internet), mais aussi notre culture passée. À mon sens, une approche rétroactive est non

seulement un exercice intellectuel intéressant, mais encore quelque chose que nous devons faire pour des raisons éthiques – afin de saisir les cultures ancienne et nouvelle dans un même *continuum*, afin d'enrichir la nouvelle culture par l'usage des techniques esthétiques de l'ancienne culture, et afin de rendre l'ancienne culture compréhensible aux nouvelles générations parfaitement à l'aise avec les concepts, les métaphores et les techniques de l'ère de l'informatique et du réseau. Pour illustrer mon propos, voici un exemple. Nous pouvons décrire respectivement Giotto et Eisenstein non seulement comme un peintre du début de la Renaissance et comme un cinéaste moderniste, mais aussi comme d'importants *designers* d'information. Le premier a inventé de nouvelles façons d'organiser les données sur une surface plane statique (un seul panneau) ou dans un espace en trois dimensions (un ensemble de panneaux dans un bâtiment d'église) ; le second inaugura de nouvelles techniques pour organiser des données dans le temps et pour coordonner des données sur différentes pistes audiovisuelles, afin d'obtenir un effet maximum sur l'utilisateur. De cette façon, un futur livre sur le *design* de l'information pourrait inclure Giotto et Eisenstein aux côtés d'Allan Kay et de Tim Berners-Lee.

- 15 4. Le concept traditionnel de médium met en avant les propriétés physiques d'un matériau particulier et ses capacités de représentation (c'est-à-dire la relation entre le signe et le référent). Comme toute l'esthétique traditionnelle en général, ce concept nous encourage à réfléchir aux intentions de l'auteur, au contenu et à la forme d'une œuvre d'art – plutôt qu'à l'utilisateur. En revanche, penser la culture, les média et les œuvres culturelles particulières comme des *logiciels* nous permet de nous concentrer sur les opérations (appelées dans les logiciels actuels des « commandes ») disponibles pour l'utilisateur. L'accent se déplace sur les capacités et le comportement de l'utilisateur. *Plutôt que d'utiliser le concept de médium, nous pouvons utiliser le concept de logiciel pour parler des médiums du passé, c'est-à-dire pour demander quel genre d'opérations sur l'information un médium particulier permet à son utilisateur*⁶.
- 16 5. Les critiques culturels comme les concepteurs de logiciels en sont tous venus à établir une distinction entre un lecteur/utilisateur idéal inscrit dans le texte/logiciel et les stratégies réelles de lecture/utilisation/réutilisation employées par les utilisateurs réels. L'esthétique post-média doit faire une distinction similaire relativement à tous les média culturels, ou, pour employer le terme dûment introduit, à tous les *logiciels culturels*. Les opérations disponibles et la « bonne » façon d'utiliser un objet culturel donné diffèrent de la façon dont les gens en viennent effectivement à l'utiliser. (En fait, un mécanisme fondamental de la culture récente consiste dans le « mésusage » systématique des logiciels culturels, tels que rayer des disques dans la culture DJ, ou remixer d'anciennes pistes).
- 17 6. Les *tactiques* de l'utilisateur (pour utiliser le terme de Michel de Certeau) ne sont pas uniques ou aléatoires mais suivent des modèles particuliers. Je voudrais proposer un nouveau terme, le « comportement informationnel », pour décrire une façon particulière d'accéder et de traiter l'information disponible dans une culture donnée. Nous ne devons pas toujours supposer *a priori* qu'un comportement informationnel donné est « subversif » ; il peut aussi être étroitement corrélé au comportement « idéal » suggéré par le logiciel, comme il peut en différer simplement parce que tel utilisateur n'est qu'un débutant et n'est pas passé maître dans l'utilisation optimale du logiciel.

Le comportement informationnel

- 18 Tout comme le terme « logiciel » qui permet de déplacer l'accent des média/textes vers l'utilisateur, j'espère que l'expression « comportement informationnel » pourra aussi nous aider à réfléchir sur certaines dimensions de la communication culturelle qui passaient jusqu'alors inaperçues. Ces dimensions ont toujours été présentes, mais dans une société de l'information, elles ont rapidement pris de l'importance dans nos vies et sont donc devenues visibles et intelligibles. Aujourd'hui, notre vie quotidienne se compose d'activités informationnelles, à entendre dans une acception la plus littérale qui soit : vérifier et répondre à son courrier électronique, écouter ses messages téléphoniques, organiser ses fichiers informatiques, utiliser des moteurs de recherche, etc. Au sens le plus basique, la façon particulière dont les gens organisent leurs fichiers informatiques, ou utilisent des moteurs de recherche, ou interagissent par téléphone peut être considérée comme un comportement informationnel. Bien sûr, selon le paradigme des sciences cognitives, la perception et la cognition humaines en général peuvent être considérées comme du traitement de l'information – mais ce n'est pas ce que je veux dire ici. Certes, tous les actes de perception visuelle ou de remémoration peuvent être analysés en termes de traitement de l'information, mais surtout il y a aujourd'hui beaucoup plus de choses à voir, filtrer, rappeler, trier, hiérarchiser et planifier. En d'autres termes, dans notre société, notre vie et travail quotidiens gravitent dans une large mesure autour de nouveaux types d'activités du comportement comprenant la recherche, l'extraction, le traitement et la communication de grandes masses d'informations, souvent quantitatives – allant de la conduite sur le réseau routier d'une grande ville à l'utilisation du World Wide Web. Les comportements informationnels d'un individu constituent une partie essentielle de son identité : ils sont les tactiques particulières adoptées par un individu ou par un groupe pour survivre dans la société de l'information. Tout comme notre système nerveux a évolué pour filtrer les informations existantes dans l'environnement, et ce d'une manière adaptée à la capacité informationnelle d'un cerveau humain ; de même, pour survivre et prospérer dans la société de l'information, nous évoluons vers un comportement informationnel spécial⁷.
- 19 Comme d'autres concepts de la société de l'information (tels que les logiciels, les données et les interfaces), le concept de comportement informationnel peut être appliqué au-delà des activités informationnelles effectives *stricto sensu* (telle que l'utilisation d'un Palm Pilot, de Google ou du métro). Il peut être étendu à toute la sphère culturelle et également projeté dans le passé. Par exemple, nous pouvons réfléchir sur les comportements informationnels adoptés lors de la lecture d'un livre, la visite d'un musée, le zapping à la télévision ou la recherche de pistes à télécharger sur Napster. Appliqué rétrospectivement, le concept de comportement informationnel souligne que toute la culture du passé ne consista pas seulement à représenter des croyances religieuses, à glorifier les puissants, à créer la beauté, à légitimer les idéologies dominantes, etc. – elle s'avérait également être du *traitement de l'information*. Les artistes ont développé de nouvelles techniques de codage de l'information tandis que les auditeurs, les lecteurs et les regardeurs ont développé leurs propres techniques cognitives d'extraction de ces informations. L'histoire de l'art n'est pas seulement affaire d'innovation stylistique, de lutte pour représenter la réalité, la destinée humaine, la relation entre la société et l'individu, etc. – elle est aussi *l'histoire des nouvelles interfaces d'information développées par*

les artistes et des nouveaux comportements d'informationnels développés par des utilisateurs. Lorsque Giotto et Eisenstein développèrent de nouvelles façons d'organiser l'information dans l'espace et dans le temps, leurs regardeurs durent aussi développer les moyens appropriés pour naviguer dans ces nouvelles structures d'information – tout comme aujourd'hui, chaque évolution majeure d'une nouvelle version d'un logiciel familier nous oblige à modifier les comportements informationnels que nous avons développés en utilisant une version précédente.

- 20 Entourés au quotidien d'interfaces informationnelles, les critiques et les artistes ont déjà commencé, ici ou là, à réfléchir à la culture du passé en termes de structures d'information. Un bon exemple en est l'importance accordée au livre de Francis Yates, *L'Art de la mémoire* [1966] dans les débats qui agitent les nouveaux médias. Ce que je suggère cependant, est le fait que des concepts tels que les interfaces et les comportements informationnels peuvent être appliqués à tout objet culturel, passé et présent. En bref, tout objet culturel est partiellement un Palm Pilot.

Illustration 3 Lev Manovich, *Visualizing Vertov* (extraits), 2013



Crédits : Lev Manovich

Le logiciel comme nouvel objet de l'analyse culturelle

- 21 Comment cette esthétique post-média, telle que je l'ai brièvement esquissée ici, pourrait-elle venir se greffer sur l'histoire des *cultural studies*, telles qu'elles ont émergé ces dernières décennies ? Si nous tentons de relire la communication culturelle en suivant les bases de la théorie de l'information, à savoir les notions d'auteur, de texte, de lecteur (ou, dans les termes exacts de la théorie de l'information : l'expéditeur – le message – le récepteur), nous pouvons résumer son histoire à un glissement graduel de notre attention de l'auteur vers le texte, puis vers le lecteur. La critique traditionnelle est centrée sur l'auteur, son intention créatrice, sa biographie et sa psychologie. Émergeant à la fin des années 1950, le structuralisme a déplacé le regard sur le texte lui-même, en l'analysant

comme un système de codes sémiotiques. Après 1968, l'énergie de la critique se déplaça progressivement du texte vers le lecteur. Ce changement s'explique par de multiples raisons². D'une part, il est devenu évident que l'approche structuraliste rencontrait de sévères limites : en traitant chaque texte culturel comme une instance d'un système global, le structuralisme n'avait pas grand-chose à dire sur ce qui faisait l'unicité et l'importance culturelle d'un texte donné⁸. D'autre part, après les événements de 1968, il devenait également clair que l'approche structuraliste soutenait inopinément le *statu quo*, l'Ordre, le Système. Parce que le structuralisme voulait tout décrire comme un système fermé et parce qu'il traitait chaque texte culturel particulier comme une instance d'une « structure profonde » plus globale, il s'avérait être du côté de la norme plutôt que de l'exception, de la majorité plutôt que des minorités, de la société telle qu'elle existait plutôt que telle qu'elle aurait pu être.

- 22 Le glissement du texte au lecteur a pris différentes formes, dont on peut sans doute retenir deux étapes. Première étape, le texte abstrait du structuralisme est remplacé par le lecteur abstrait, idéal, tel qu'imaginé par la psychanalyse (Kristeva) – ce qui a teinté de psychanalyse les théories du cinéma tournant autour de la notion d'appareil et de dispositif⁹, ou encore la théorie de la réception en littérature. Seconde étape, autour de 1980, ce lecteur abstrait est remplacé par les lecteurs réels et les communautés de lecteurs, à la fois contemporains et historiques – et qui sont l'objet des analyses des *cultural studies*, de l'ethnographie, des essais sur la réception historique du primo-cinéma, etc.
- 23 Après avoir passé chacun de ces caps, de l'auteur au texte et du texte au lecteur, où la critique culturelle pourrait-elle aller ? À mon avis, nous avons besoin de « mettre à niveau » le modèle de l'information (auteur – texte – lecteur) en y ajoutant deux nouvelles composantes – pour ensuite concentrer notre attention critique sur ces composantes. Ces composantes sont les logiciels utilisés par l'auteur et ceux utilisés par le lecteur. Les auteurs contemporains (émetteur) utilisent un logiciel pour créer un texte (message), et ce logiciel influence, voire in-forme les types de textes en cours de création : de Frank Gerry s'appuyant sur un logiciel spécial pour sa conception architecturale jusqu'à Andreas Gursky utilisant Photoshop, en passant par les DJs dont toute la pratique est dépendante de logiciels, très concrètement ou plus métaphoriquement (cf. toutes les opérations permises par les platines, les mixeurs et autres appareils électroniques utilisés à l'origine par des DJs). De même, un lecteur contemporain (récepteur) interagit souvent avec un texte en utilisant un logiciel dédié de son ordinateur (tel qu'un navigateur Web) ou un logiciel au sens élargi (cf. les interfaces câblées plus anciennes ou les molettes de contrôle fournies par divers dispositifs électroniques comme le lecteur CD). (Étant donné que les logiciels d'ordinateur modernes imitent souvent les interfaces matérielles préexistantes – par exemple, le lecteur QuickTime simule les commandes d'un magnétoscope standard – cette distinction n'est pas aussi pertinente qu'elle pouvait paraître au premier abord). Ce logiciel donne sa forme à la pensée du lecteur devant son texte ; en fait, il définit ce qu'est le texte en question, qu'il soit un ensemble de pistes séparées sur un CD ou un ensemble de composants multimédia et d'hyperliens présentés comme une page web¹⁰.
- 24 Jusqu'à présent, j'ai parlé du modèle de communication tel que la théorie de l'information le formule, constitué de trois éléments : l'émetteur, le message et le récepteur. En réalité, ce modèle est plus complexe et comprend sept éléments en tout : émetteur, codage, message, récepteur, décodage, canal et bruit. D'après ce modèle, l'expéditeur encode un

message en utilisant son propre code ; le message est alors transmis à travers un canal de communication ; au cours de la transmission, il est affecté par du bruit ; enfin, le récepteur décode le message en utilisant son propre code. En raison de la capacité limitée de la bande passante du canal, la présence de bruit et d'un possible écart entre les codes de l'émetteur et du récepteur, le récepteur peut ne pas recevoir le même message que celui envoyé par l'émetteur. Développée à l'origine pour des applications telles que les télécommunications dans les années 1920 et 1930 (transmissions téléphonique et télévisuelle) ou le (dé)cryptage de codes au cours de la Seconde Guerre mondiale, la théorie de l'information avait pour but d'aider les ingénieurs à construire de meilleurs systèmes de communication.

- 25 Différents problèmes apparaissent quand ce modèle de communication est adopté comme modèle de communication culturelle. Les ingénieurs qui l'ont développé étaient intéressés par la précision dans la transmission du message ; mais dans le cadre d'une communication culturelle, l'idée d'une transmission exacte est dangereuse : supposer que la communication ne peut réussir que si le récepteur reconstitue fidèlement le message de l'émetteur consiste à privilégier le sens voulu par l'émetteur sur celui compris par le récepteur. (Nous pouvons dire que les *cultural studies*, qui se concentrent sur les usages « subversifs » de la culture dominante, présentent l'extrême inverse, car elles supposent que seule la communication « ratée » vaut d'être étudiée).
- 26 En outre, ce modèle de communication traite le code et le canal (celui-ci correspondant au « médium » tel que ce terme est couramment utilisé) comme des composants mécaniques passifs : ils ne sont que les outils nécessaires pour transmettre un message préexistant. Comme à l'origine ce modèle a émergé dans le contexte des télécommunications, il présuppose que la communication orale ou visuelle non-intermédiée (deux personnes qui se parlent face à face ou une personne regardant la réalité) est idéale. C'est seulement parce que nous voudrions que cette communication idéale se tienne aussi sur une large distance, que nous devons nous préoccuper des codes et du canal.
- 27 Je pense qu'en ajoutant au modèle les composantes du logiciel de l'auteur, d'une part, et celui du lecteur, de l'autre, on parvient à mettre l'accent sur le rôle actif que la technologie (*i. e.* ce que le modèle original appelle les codes et le canal) joue dans la communication culturelle. Les logiciels d'auteur informent la façon dont l'auteur appréhende le médium avec lequel il travaille ; et par conséquent, ils jouent un rôle crucial dans l'élaboration de la forme finale d'un texte techno-culturel. Pour le lecteur qui accède à ce texte à travers l'interface de son logiciel, cette interface informe de façon similaire sa compréhension du texte : quels types de données le texte contient-il ? Comment est-il organisé ? Que peut-on communiquer en plus ? Que ne peut-on pas communiquer ? En outre, les outils logiciels (à nouveau, qu'ils soient effectivement installés sur un ordinateur ou bien qu'ils consistent, dans un sens plus large, en un ensemble d'opérations sur des données et de métaphores employées par un médium particulier ou une technologie de représentation) sont l'élément qui permet aux auteurs et aux utilisateurs de remixer de nouveaux textes culturels à partir de textes existants. Encore une fois, on pourrait évoquer ici l'exemple de la pratique DJ.
- 28 Quels sont les dangers d'une théorie esthétique post-média telle qu'esquissée ici ? Comme n'importe quel paradigme, elle privilégie certaines directions de recherche au détriment des autres. Donc, bien qu'il puisse être productif d'aborder l'histoire de la culture comme l'histoire des interfaces informationnelles, des comportements informationnels et des

logiciels, une telle perspective risque de nous rendre moins attentifs à d'autres aspects de la culture. Le danger le plus immédiatement évident est que, dans sa focalisation sur les structures de l'information et les comportements informationnels, l'esthétique post-média tende à privilégier les dimensions cognitives de la culture sans fournir aucun moyen clair de penser les questions de l'affect.

- 29 L'affect a été négligé dans la théorie culturelle depuis la fin des années 1950, lorsque, sous l'influence de la théorie mathématique de la communication, Roman Jakobson, Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes et consorts ont commencé à traiter la communication culturelle uniquement sous l'angle du codage et du décodage des messages. En 1961, Barthes commence son article bien connu, « Le message photographique », de la manière suivante :

La photographie de presse est un message. L'ensemble de ce message est constitué par une source émettrice, un canal de transmission et un milieu récepteur. La source émettrice, c'est la rédaction du journal, le groupe des techniciens dont certains prennent la photographie, dont d'autres la choisissent, la composent, la traitent, et dont d'autres enfin la titrent, la légendent et la commentent. Le milieu récepteur, c'est le public qui lit le journal. Et le canal de transmission, c'est le journal lui-même (...) ¹¹

- 30 Bien que les critiques ultérieures aient évité une telle application directe des termes de la théorie mathématique de la communication à la communication culturelle, l'héritage de cette approche a continué à persister pendant des décennies comme paradigme général de la critique culturelle qui encore aujourd'hui se concentre sur les concepts de « texte » et de « lecture ». En abordant tout objet/situation/processus culturel comme un « texte » qui est « lu » par le public et par les critiques, la critique culturelle privilégie les dimensions informationnelles et cognitives de la culture plutôt que les dimensions affective, émotionnelle, performative et expérientielle. D'autres approches influentes de la critique culturelle des dernières décennies ont, de façon similaire, négligé ces dimensions. Ni la psychanalyse de Lacan (années 1960), ni l'approche cognitive dans les études littéraires et dans la théorie du cinéma (années 1980) ne s'intéressèrent à l'affect.
- 31 L'esthétique informationnelle ou post-média que j'esquisse ici, ne sait pas non plus traiter directement de l'affect – soit ! – et donc son approche devra être complétée par d'autres paradigmes. Mais il est important de nous rappeler que nous ne pouvons pas rendre pleinement justice à la culture contemporaine en considérant un travailleur de l'information comme travaillant sur son ordinateur sans nous intéresser à la musique qu'il est susceptible d'écouter simultanément sur un lecteur CD/mp3. En bref, nous ne pouvons pas considérer seulement le bureau et ignorer le *nightclub*.
- 32 Le bureau et le club : les deux reposent sur la même machine (l'ordinateur numérique). Ce qui les différencie, c'est le logiciel. Au bureau, nous utilisons les navigateurs Web, des bases de données, des tableurs, des gestionnaires d'information, des compilateurs, des outils d'écriture, etc. Au club, le DJ utilise des logiciels de mixage et de composition de musique, soit directement sur scène, soit indirectement en diffusant des pistes composées au préalable dans un studio.
- 33 Si la même machine de traitement de données peut être utilisée pour des processus cognitifs hautement rationnels (par exemple, la rédaction d'un code informatique) et pour rendre possible une expérience affective, corporelle de *clubbing*, cela signifie que les données n'ont pas juste à voir avec la cognition. Si dans nos sociétés, les flux de données

modifient nos cerveaux et nos corps, peut-être l'esthétique informationnelle finira-t-elle aussi par savoir appréhender l'affect à travers ses données.

34 **Addendum** : « 10 textes clés sur l'art des nouveaux média - 1970-2000 »¹²

35 1. Gene Youngblood, *Expanded Cinema*, New York, Dulton, 1970

36 2. Jasia Reichardt, *The Computer in Art*, Londres, 1971

37 3. Cynthia Goodman, *Digital Visions: Computers and Art*, New York, 1987

38 4. Friedrich Kittler, *Discourse Networks*, Stanford, 1990 (d'abord publié en allemand, 1985)

39 5. Michael Benedikt [ed.], *Cyberspace: First Steps*, Cambridge, Mass., 1991

40 6. *Artincontact 1: Artists' Interactive CD-ROM Magazine*, Karlsruhe, 1994

41 7. Minna Tarkka et al [eds.], *The 5th International Symposium on Electronic Art Catalogue (ISEA)*, Helsinki, 1994

42 8. Peter Weibel et al, [eds.], *Mythos Information: Welcome to the Wired World. Ars Electronica 1995 Festival Catalog*, Peter Weibel (éd.), Vienne et New York, 1995

43 9. Espen Aarseth, *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore, 1997

44 10. Ulf Poschard, *DJ Culture*, Londres, 1998 (d'abord publié en allemand, 1995)

BIBLIOGRAPHIE

Aarseth, Espen, *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1997

Adilkno, *The Media Archive*, Brooklyn, New York, Autnomedia, 1998.

Barthes, Roland, *S / Z*, Paris, Seuil, 1976

Barthes, Roland, « Le message photographique », dans *Communications*, Vol, N°1, Paris, Le Seuil, 1961.

Manovich, Lev, *Le Langage des nouveaux médias*, traduction de l'anglais (américain) par Richard Crevier, Dijon, Les presses du réel, 2010.

NOTES

1. Manovich utilise au singulier le terme « medium ». Au pluriel, il use soit du mot « mediums » pour évoquer les arts, soit de « media » pour invoquer une notion plus large, englobant les médias d'information ainsi que toutes les prothèses servant de médiateurs dans l'action de l'homme. Nous retrouvons donc partiellement notre distinction du terme « médium », entre un usage artistique (un médium, des médiums, le médiumnique), anthropologique (un médium, des média, le médiologique) et populaire (un média, les médias, le médiatique). Notre traduction entend maintenir cette distinction. Pascal Krajewski, « Qu'appelle-t-on un médium ? », *Appareil*, février 2015, url : <https://appareil.revues.org/2152>. [NdT]

2. Pour une discussion plus approfondie de ce changement, voir le chapitre « Le cinéma numérique et l'histoire de l'image en mouvement », dans Lev Manovich, *Le langage des nouveaux médias*, traduction de l'anglais (américain) par Richard Crevier, Dijon, Les presses du réel, 2010.
3. En dehors de l'art, il serait sans doute préférable d'envisager Internet comme un ensemble de média distincts qui certes partagent certaines technologies et une certaine communication, mais dont chacun a en fin de compte son identité propre. Par exemple, Internet utilisé pour le courrier électronique est un médium, les sites Web commerciaux en sont un autre.
4. Lev Manovich, *Le Langage des nouveaux médias*, Dijon, Les presses du réel, 2010. [Traduction Pascal Krajewski]. On peut aussi consulter la traduction par Richard Crevier aux Presses du réel.
5. Un excellent exemple d'une catégorie nouvelle prenant en compte les récents textes générés par ordinateur, et pouvant en même temps être utilisée pour parler des écrits pré-informatiques, est la « littérature ergodique » développée par Espen Aarseth dans son *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1997.
6. Nous pouvons faire ici un parallèle avec la trajectoire de la critique culturelle au cours des dernières décennies. Dès les années 1970, la critique culturelle a déplacé son centre d'intérêt de l'auteur et du texte vers les stratégies et les pratiques de lecture (la psychanalyse, les *cultural studies*, l'ethnographie). La critique a souligné que chaque lecteur construit son propre texte et que les lecteurs emploient diverses stratégies de lecture, d'interprétation et de réutilisation des textes culturels. En parallèle, les concepteurs des interfaces homme-machine et des logiciels en général ont commencé à étudier les façons réellement employées par les utilisateurs de logiciels et d'autres technologies de l'information.
7. Geert Lovink, dans sa description ironique de la figure d'un « Data Dandy », attire notre attention sur l'ampleur que ce traitement des informations a prise en tant que caractéristique culturelle de notre époque. Voir Adilkno, *The Media Archive*, Brooklyn, New York, Autnomedia, 1998, p. 99.
8. À cet égard, *S / Z* de Roland Barthes qui décrit le fonctionnement de cinq codes sémiotiques dans une nouvelle de Balzac, sonne comme un aveu involontaire de la défaite du structuralisme : pour montrer le fonctionnement de certains codes dans l'histoire, Barthes choisit certains passages mais il les utilise de manière non systématique pour illustrer simultanément le régime de codes différents. Donc, plutôt que de produire une analyse structurelle scientifique, il finit par rédiger un travail, stimulant mais complètement idiosyncrasique, d'interprétation culturelle. Roland Barthes, *S / Z*, Paris, Seuil, 1976.
9. Il s'agit là du travail, d'obédience psychanalytique, mené dans les années 1970 par Jean-Louis Baudry et Christian Metz. [NdT]
10. J'ai dit plus tôt que le concept de logiciel nous permettait d'analyser comment, concernant / dans certaines opérations sur l'information, un utilisateur peut jouer un rôle de co-créateur pour un médium donné. Il est intéressant de noter qu'historiquement, la théorie moderne des médias et la critique culturelle moderne ne se sont jamais systématiquement rencontrées, sauf dans les travaux de Friedrich Kittler, ses étudiants et ses épigones.
11. Roland Barthes, « Le message photographique », [*Communications*, vol. n° 1, 1961, p. 127-138, en ligne : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1961_num_1_1_921].
12. Extrait de : Lev Manovich, « 10 Key Texts on New Media Art, 1970-2000 », 2002, en ligne : <http://manovich.net/index.php/projects/key-texts-on-new-media-art>.

RÉSUMÉS

(1) La crise du médium qui a touché le monde de l'art s'explique par l'efflorescence de pratiques artistiques et par l'irruption des médias dans la sphère de l'art (photographie et cinéma, puis télévision et vidéo). La logique et les techniques de la culture de masse venaient faire effraction dans la logique plus aristocratique de l'art traditionnel. (2) Une autre déferlante devait venir porter l'estocade : les technologies numériques qui révolutionnaient les conditions de production et de réception des biens culturels. L'idée d'une œuvre multimédia, déclinable sur divers supports, usant d'outils d'édition ou de remixage s'imposait. (3) Une esthétique post-média peut donc s'ébaucher, fondée sur de nouvelles catégories, importées des technologies numériques (mais prises au sens large) : l'organisation de données, l'expérience-utilisateur, le *design* d'informations, le logiciel, l'utilisateur... (4) Cet utilisateur doit s'appréhender d'abord en fonction de son *comportement informationnel* : i. e. ses tactiques informationnelles du quotidien consistant à organiser, filtrer et interagir avec de l'information (bien au-delà de la seule sphère d'Internet). Notre comportement informationnel a changé, et il nous prédispose à une nouvelle forme de réception esthétique. (5) Depuis cinquante ans, un glissement s'est opéré dans le champ de la critique : l'intérêt est passé de l'auteur vers le lecteur idéal, pour finir sur le lecteur effectif. Pour comprendre ce dernier, à l'ère du post-Internet, il faut prendre en compte un nouvel élément : le *logiciel*. En intégrant le logiciel au modèle théorique de {l'émetteur, message, récepteur via un canal et un code}, on peut mettre en avant son poids majeur dans les opérations de création et de réception.

Ces bases d'une esthétique post-média sont plus en phase avec nos vies et nos technologies actuelles, mais bien sûr elles présentent un biais : elles sont incapables de rendre compte de la dimension affective de la réception esthétique.

INDEX

Mots-clés : média, médias, numérique, logiciel, information

AUTEURS

LEV MANOVICH

Lev Manovich est docteur, professeur en Sciences de l'Informatique au Graduate Center de l'Université de la ville de New York (CUNY). Il est aussi directeur du programme Software Studies Initiative, qui a recours à des méthodes informatiques, au design des médias et aux sciences humaines pour analyser les *big data* culturelles. Les projets les plus récents de ce laboratoire furent commandités par le MoMA, la bibliothèque publique de New York et Google. Ces travaux ont remporté divers prix. Lev Manovich est l'auteur de huit ouvrages, dont *Software takes command* (Bloomsbury, 2014) et *Le Langage des nouveaux médias* (Presses du réel, 2010), qui fut décrit comme « l'histoire des médias la plus large et évocatrice depuis McLuhan ». Il apparaît sur la liste

des « 25 personnes façonnant le futur du Design » en 2013, et celle des « 50 personnes les plus intéressantes construisant le futur » en 2014.