

Lev Manovich

*The Language of New Media*

Cambridge, Massachusetts/London, (The MIT Press), 2001, 354 p., £ 23,95, geïll., ISBN 0-262-13374-1 (0-262-63252-7: pbk)

Net zoals de introductie van de drukpers in de vijftiende eeuw en van de fotografie in de negentiende eeuw een revolutionaire impact hadden op de ontwikkeling van de moderne maatschappij en cultuur, bevinden we ons vandaag midden in een nieuwe mediarevolutie, veroorzaakt door de komst van de computer en de digitale media. Een recente en belangrijke poging om de culturele effecten en implicaties van deze actuele mediarevolutie in te schatten en te begrijpen, is *The Language of New Media*, van Lev Manovich, een Russisch-Amerikaanse kunsthistoricus en filmtheoreticus, die ook enkele jaren als programmeur en artiest in de nieuwe media werkte.

Hoewel *The Language of New Media* over de culturele implicaties van de 'nieuwe' media handelt, begint het boek met een portfolio van *stills* uit de beroemde Russische avant-garde film *MAN MET EEN FILMCAMERA* (DZIGA VERTOV, 1929). Manovich gebruikt deze oude filmbeelden met name om enkele principes en formele conventies van de nieuwe, gecomputeriseerde media te verduidelijken. Zo wordt het *cut-copy-paste* principe van de nieuwe media treffend geïllustreerd aan de hand van de filmische montage-logica van Vertov. De film-geschiedenis fungeert hier dus als de 'conceptuele lens' waardoor Manovich naar de nieuwe media kijkt.

Dat is typerend voor de brede en ambitieuze aanpak die Lev Manovich in dit boek ten-

toonspreidt. Manovich analyseert 'de taal van de nieuwe media' namelijk door die binnen een bredere geschiedenis van de media en visuele cultuur te plaatsen. Voortdurend benadrukt Manovich de verbanden tussen de oudere media (boekdrukkunst, fotografie, film) en de nieuwe digitale media. Zijn analyses van digitale beeldvorming, multimedia, websites, computerspelletjes en *virtual reality* tonen telkens opnieuw aan hoe de esthetische codes en de taal van gecomputeriseerde media voor een groot deel bepaald en gevormd zijn door de conventies van het gedrukte woord, de fotografie en vooral de cinema. Zo wijst Manovich er op dat veel van de kenmerken die karakteristiek voor de nieuwe media worden geacht (bijvoorbeeld interactiviteit, multimedia, signaalbewerking, enzovoort) al in één of andere vorm kunnen worden teruggevonden in oudere media. Ook de culturele vormen en technieken waarmee oudere media (schilderkunst, fotografie, film) de realiteit representeren – bijvoorbeeld het rechthoekige kader of scherm, de bewegende camera, ruimtelijke en temporele montage – worden door de nieuwe media geassimileerd. Tegelijk echter worden deze technieken verder ontwikkeld en aangepast aan de digitale mogelijkheden. In één van de sterkste hoofdstukken van het boek schetst Manovich bijvoorbeeld de media- en cultuurhistorische ontwikkeling van 'het scherm'. De techniek van het scherm (een vlak, rechthoekig oppervlak dat als 'raam' op

een andere, fictionele of virtuele werkelijkheid fungeert) blijkt voortdurend aangepast te worden aan mediatechnologische ontwikkelingen: van het statische, permanente beeld van de traditionele schilderkunst over het dynamische scherm van het bewegende beeld (film en tv) tot het scherm dat beelden in *real time* vertoont en die ook kan manipuleren (radar, het computerscherm). Dit vergelijkende theoretische en historische perspectief laat Manovich toe om in de vormtaal van nieuwe media zowel innovatieve aspecten als continuïteit met oudere mediavormen te ontdekken.

Niet alleen de reikwijdte van het door Manovich gehanteerde historische perspectief is indrukwekkend. Ook de organisatie en structuur van *The Language of New Media* is ingenieur te noemen. Manovich construeert zijn verhaal rond de verschillende niveaus van de gecomputeriseerde media (hardware, interface, software, culturele vormen en conventies). De taal van de nieuwe media kan immers enkel worden begrepen indien zowel de technische als de culturele aspecten van de nieuwe media mee in beschouwing worden genomen. Manovich bouwt zijn boek daarom langzaam op, van beneden te beginnen. Hij opent met een analyse van de technologische en materiële eigenschappen van de digitale media (bijvoorbeeld computer data, het 'operating system', de mens-computer interface). Vervolgens worden enkele elementaire werkingsprincipes van de nieuwe media verduidelijkt aan de hand van 'n paar belangrijke en courante softwaretoepassingen (bijvoorbeeld *Photoshop*, *Quicktime*, *After Effects*). Typerend voor de nieuwe media zijn bijvoorbeeld de selectie van reeds bestaande elementen (*the logic of selection*) en het digitaal combineren en samenstellen van die elementen (*digital compositing*), twee 'basisoperaties' waaraan Manovich ook een bredere culturele betekenis toekent. In de volgende hoofdstukken stapt het boek dan over naar het niveau van de beelden en 'illussies' die met deze hard- en softwaretoepassingen kunnen worden gerealiseerd ('synthetisch realisme' en virtuele realiteit). Pas in laat-

ste instantie kijkt Manovich naar de culturele vormen die typisch zijn voor nieuwe media genres, zoals computerspelletjes, websites en digitale cinema. In plaats van het verhaal, dat de dominante culturele vorm in de film, literatuur, enzovoort vormde, beschouwt Manovich de *database* (een verzameling van afzonderlijke items) en de *navigable space* (de zichzelf ontvouwende ruimte van computerspelletjes als *Doom* en *Myst*) als typerend voor de cultuurvormen van de nieuwe media. Zelf vond ik deze laatste hoofdstukken iets minder overtuigend. Af en toe verslikt Manovich zich in zijn ambitie om de huidige nieuwe media te verbinden met een breder mediahistorisch en/of cultuurtheoretisch verhaal. De koppeling bijvoorbeeld tussen de liefhebber van computerspelletjes en de negentiende-eeuwse flaneur van Baudelaire leek mij een brug te ver.

Algemeen genomen echter vormt *The Language of New Media* inspirerende en prikkelende lectuur voor iedereen die geïnteresseerd is in de culturele effecten en implicaties van de introductie van de computer en de digitale media. De verschillende invalshoeken (technologisch, mediahistorisch, cultuurtheoretisch), de ingenieuze constructie en de heldere, analytische stijl maken dit boek tot een van de meest omvattende studies van de taal en esthetiek van de nieuwe media. De lichtjes euforische ontvangst die het boek eerder in de Verenigde Staten te beurt viel, lijkt me niet geheel onterecht. *The Language of New Media* omlijnt het steeds groeiende terrein van de nieuwe mediastudies en geeft overtuigende antwoorden op de vraag naar de specificiteit van de digitale revolutie, zonder echter de mediahistorische inbedding te vergeten. Het zal de volgende jaren ongetwijfeld uitgroeien tot een standaardwerk, waar de theorie van de nieuwe media nog moeilijk omheen zal kunnen.

Gert Verschraegen