



ALPHA RYTHMES

*Installation photographique et sonore
proposant une réflexion sur le médium télévisuel
et la société du spectacle*

- **PHOTOGRAPHIE** by Jean-Philippe Senn
- **MUSIQUE** by Manu Fromm

Exposition ouverte les 16, 17 et 18 mars 2006 de 15h à 19H - entrée libre
Happening chaque soir à 20H, durée du docu-spectacle 52'

Syndicat Potentiel
13 rue des couples F-67000 Strasbourg
Tél + 33 (0)3 88 37 08 72
<http://syndicatpotentiel.free.fr>

Avec le soutien de la Ville de Strasbourg et de la DRAC Alsace

ALPHA RYTHMES

Vous aimez, à la nuit tombée, apercevoir depuis la rue le halo bleuté des

écrans de télévision allumés dans les foyers de vos concitoyens ? Nous aimons tous cela, imaginer la chaleur douillette de leur intérieur, nappé par les flux d'images se déversant du téléviseur. Pour notre plus grand bonheur, Jean-Philippe Senn et Manu Fromm nous offrent 52 minutes de télévision comme nous n'en avons jamais vu : ça a la couleur de la télévision, les sujets de la télévision, le son de la télévision, mais ça n'en est pas.

Organisées selon un scénario pré-établi, les 52 minutes de leur "live" déclinent l'enchaînement d'une journée classique de télévision : des publicités, rythmées par des coupures jeu, un journal, un talk-show, une série et on recommence. Le matériel, son et image, a été enregistré à la télévision française, ces derniers mois. Les captures d'écran ont été réalisées avec des films diapositives au tungstène, permettant de conserver cette dominante bleutée caractéristique de l'écran télé. Le son, lui, est échantillonné et mêlé à des éléments électro-acoustiques. Le dispositif en lui-même consiste en une douzaine de projecteurs, pilotés par Jean-Philippe Senn, qui en fonction des séquences superpose ses diapositives les unes aux autres afin de recréer une parodie d'image en mouvement. Manu Fromm, aux commandes d'une console portable, projette, lui, le son qui vient souligner ou contredire l'image.

S'agit-il d'un hommage ? Le propos est-il esthétique ou critique ? La réponse à ces questions réside en partie dans le titre de la performance : *Alpha rythmes*. Plusieurs études ont été menées depuis les années 1950 sur les effets de la télévision. Un neurologue américain fut ainsi très surpris de découvrir que, contrairement à ce qu'il imaginait, le cerveau des téléspectateurs ne produisait pas des ondes bêta, comme lorsque l'individu poursuit une activité, mais des ondes alpha, qui signalent une légère léthargie du cerveau (1). La télévision provoquerait un état de somnolence proche de l'hypnose. Un peu plus tard, un sociologue canadien démontra que ces effets sont bien produits par le médium et non par son contenu : un même film regardé à la télévision et au cinéma ne fait pas fonctionner les mêmes zones du cerveau (2). De là à assimiler la télévision à une drogue, il n'y a qu'un pas que franchissent deux chercheurs en 2002. Selon eux, la télévision crée une dépendance qui n'est qualitativement pas différente de celle produite par l'alcool, la cigarette ou la cocaïne (3). Le tube cathodique et son bombardement d'électrons, inventé à l'Université de Strasbourg par le Professeur Braun, seraient les principaux responsables de cet état de relaxation (4).

Réjouissons-nous, ce n'est donc pas le contenu de notre lucarne qui est dangereux, mais son tube cathodique. Versons-le au compte des ennemis de notre santé aux côtés de la cigarette, de l'alcool et de l'avalanche d'aliments cancérigènes dont la liste s'allonge un peu chaque jour. Oui, mais d'après nos industriels, dont Patrick Le Lay s'est fait le porte-parole : «*pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau disponible*» (5). Cette conception des objectifs d'une programmation télé au service des publicitaires, et donc de la rentabilité des chaînes, repose sur un ensemble d'études menées depuis les années 1960. Elles démontrent que l'impact de la publicité télévisée sur le cerveau humain est amplifié par la soumission du téléspectateur à un apprentissage passif, amené par une aide artificielle à la relaxation (6).

Entre la dictature de l'audimat - synthétisée par un Francis Bouygues : «*passer une émission culturelle sur une chaîne commerciale à 20h30, c'est un crime économique !*» - et le processus de décérébration des masses dont le contenu de nos programmes télé témoigne chaque jour, nous aurons tôt-fait de conclure à la manipulation organisée à grande échelle. Libre à nous de nous replonger avec délices dans les romans d'anticipation d'Aldous Huxley (*Le meilleur des mondes*, 1931), de George Orwell (1984, 1950) ou de Ray Bradbury (*Fahrenheit 451*, adapté au cinéma par Truffaut en 1966), juste histoire de se faire un peu peur tout en émettant des ondes bêta, signe que notre cerveau est bien en activité. Pour ma part, c'est à la nouvelle de Julio Cortazar, *Alphaville*, adaptée au cinéma par Godard en 1965, que je ferai référence. Parodie de film

noir, vrai/faux film de science-fiction (toutes les scènes sont filmées en décor naturel dans Paris), bourré de références littéraires, il forme une sorte d'acmé de ces œuvres consacrées à la dénonciation de l'avalissement des masses à l'aide des outils d'une société hyper-technicisée. Le personnage principal, Caution, y affronte la mémoire centrale de la ville : Alpha 60, conçu par le Professeur ... Von Braun ! Dans une esthétique à la Murnau, il parviendra à arracher la belle Natacha au ballet frénétique et vibrionnant des lumières de la rue, clignotements, flashes et spots lumineux qui agissent comme une drogue hypnotique sur les habitants d'Alphaville et sur le spectateur.

L'esthétique, tel est bien le risque que prennent Jean-Phillipe Senn et Manu Fromm, car au-delà d'une simple critique de la télévision, leur démarche conduit à une mise en abîme du médium. Le passage de l'image vidéo à la photographie et le procédé du sampling tendent à décaler substantiellement leur travail du matériau télévisuel. Seul ce qui adviendra lors des trois représentations de ce « 52 minutes », dans la maîtrise des projections visuelles et sonores, et dans leur interaction permettra de faire œuvre ou non.

Barbara Bay. Mars 2006

(1) Il s'agit de Thomas Mulholland. Ses recherches, effectuées dans les années 1960, portent sur le comportement des enfants devant la télévision.

(2) Marshall Mac Luhan, *Pour comprendre les médias*. Ed. Seuil, coll. Points, 1968. Je m'interroge : quel est l'impact sur notre cerveau d'un programme visionné sur un écran LCD ou plasma ?

(3) Robert Kubey et Mihaly Csikszentmihlyi, *Scientific American*, février 2002. Le phénomène des 600 enfants victimes d'un malaise au Japon en 1997, alors qu'ils visionnaient un épisode des Pokemon, n'est pas plus rassurant. Une scène stroboscopique du dessin animé aurait provoqué des épilepsies photosensibles collectives. Voir à ce sujet le documentaire de Peter Entell et Luc Mariot, *Le tube* (2002).

(4) Un site est consacré à Ferdinand Braun, titulaire de la chaire de Physique expérimentale de l'Université allemande de Strasbourg et prix Nobel de Physique en 1906 : www.cathodique.net. Il met au point le « tube de Braun » en 1895, participant par là-même au processus cumulatif menant à l'invention de la télévision.

(5) Cette citation du PDG de TF1 est extraite de l'ouvrage : *Les dirigeants face aux changements*, Paris, Les éditions du huitième jour, 2004, p. 92.

(6) Voir en particulier les travaux d'Herbert Krugman mandatés la fin des années soixante par la General Electric sur la question de la publicité dans les médias.