

Accueil > Culture > Tribunes

Fred Turner: «Pour lutter contre le nazisme, ils ont voulu produire un homme total, rationnel»

MARIE LECHNER 27 FÉVRIER 2015 À 18:16

IDÉES L'historien Fred Turner raconte comment des intellectuels américains ont fait appel à des artistes du Bauhaus et à leur environnement multimédia pour contrer la propagande d'Hitler en 1939. Les écrans peuvent-ils servir l'idéal démocratique ?

Connu pour sa stimulante enquête *Aux sources de l'utopie numérique* (C & F Editions, 2012) analysant l'impact de la contre-culture californienne sur l'imaginaire du réseau - en somme [les liens entre les hippies et la révolution numérique](#) des années 90 -, Fred Turner est passé à Paris évoquer son dernier livre, *The Democratic Surround*. Professeur associé à l'université Stanford, en Californie, et résidant à Mountain View, le QG de Google, tel «un anthropologue vivant avec sa tribu», Turner est remonté cette fois dans les années 40 : il s'est intéressé aux efforts des intellectuels, artistes et designers pour produire, face au fascisme, de nouveaux environnements multimédias et polyphoniques censés former des citoyens démocratiques. Traçant des parallèles étonnants entre expositions militantes, happenings d'artistes d'avant-garde et psychédélisme des sixties, Turner invite à réfléchir aux frontières entre information, divertissement, art et propagande. Il démontre ainsi comment ces expérimentations continuent d'influencer nos environnements médiatiques contemporains.

Pourriez-vous décrire ce que recouvre votre concept de «democratic surround» ?

En 1939, un certain nombre d'intellectuels américains ont été horrifiés par Hitler au pouvoir. Ils ne comprenaient pas comment l'Allemagne, ce pays emblématique de la haute culture, avec la France, avait pu basculer dans le fascisme. Certains économistes l'expliquaient par le chaos de la République de Weimar mais, pour beaucoup, les responsables étaient en réalité les médias de masse. La radio et le cinéma avaient mis le public dans la position d'une masse à laquelle s'adressait simultanément un leader unique. Ainsi, ces médias transmettaient la folie des leaders fascistes directement dans l'inconscient des auditeurs et des spectateurs. Par leur nature même, ils transformaient psychologiquement les hommes en personnalités autoritaires. La peur de ces intellectuels était telle que même Franklin Roosevelt, s'exprimant via les ondes, était appelé le «quatrième fasciste». Rappelons aussi qu'en 1939, 22 000 Américains ont défilé à Madison Square Garden pour soutenir les nazis.

Cependant, l'Etat et de nombreux intellectuels voulaient entrer en guerre contre le fascisme, avec le soutien des citoyens. Comment faire sans recourir aux médias

de masse ?

Les intellectuels influents de l'époque, réunis dans le Comité for National Morale (1941-1942) qui rassemblait soixante anthropologues, sociologues, psychologues, comme Margaret Mead et Gregory Bateson, théorisaient alors un nouveau genre de média, un multimédia capable d'entourer les individus et de leur permettre d'exercer les compétences relevant de la démocratie : la pratique du choix, le fait de voir des choses et des gens différents de vous, mais avec lesquels vous pouvez être en empathie, la tolérance pour les expériences étranges, et la capacité d'intégrer ces diverses perspectives au sein d'une personnalité individuelle forte. Ce que le Comité a appelé «*une personnalité démocratique*», c'est-à-dire ouverte à la différence raciale ou sexuelle, à l'opposé de la personnalité fasciste. Aux États-Unis, l'individu est au cœur de la politique. Il fallait donc trouver une façon d'être ensemble et en même temps de rester un individu. Mais ces intellectuels ne savaient pas comment s'y prendre, ils ont fait appel aux artistes du Bauhaus.

Comment les recherches esthétiques du Bauhaus, en Allemagne dans les années 20, ont-elles été réorientées à des fins de propagande démocratique aux États-Unis ?

A New York et Chicago à l'époque, il y avait pas mal d'artistes du Bauhaus au chômage qui avaient fui l'Allemagne nazie au milieu des années 30. Ils avaient conceptualisé des théories très développées sur des environnements multimédias et multi-écrans. Herbert Bayer, en particulier, avait conçu un dispositif qu'il appelait «vision à 360°». Il imaginait des expositions où les images de formats variés étaient accrochées à différentes hauteurs et encerclaient le visiteur. A l'ère de Weimar, Bayer et d'autres artistes du Bauhaus pensaient qu'en synthétisant des expériences visuelles et audio en provenance de nombreuses sources, ce dispositif permettrait aux individus de résister aux pressions atomisantes de la société industrielle. Ils voulaient produire un homme total, rationnel, dont la psyché resterait entière, l'«homme nouveau», selon eux. Quand Bayer est arrivé aux États-Unis, il a proposé de construire ces environnements pour des expositions. Ainsi «The Road to Victory», au Museum of Modern Art, à New York en 1942, fut un énorme succès. L'effet recherché était que le visiteur ne se voit pas seulement comme faisant partie d'une masse, mais comme un individu parmi d'autres individus unis au-delà des différences. Ces concepts sont devenus la base d'autres expositions à succès comme «The Family of Man», sans doute l'exposition itinérante la plus vue de tous les temps avec ses 7 millions de visiteurs.

Cette façon d'organiser les images et les sons irrigue également l'avant-garde, notamment John Cage ?

Cage connaît les artistes du Bauhaus, Moholy Nagy et Bayer, il a enseigné un an au New Bauhaus à Chicago. Il devient le principal diffuseur de leurs idées lorsqu'il part, fin des années 40 début des années 50, enseigner au Black Mountain College, grand centre des avant-gardes dont l'objectif principal est précisément de produire ce citoyen démocratique. Selon Cage, son travail sur le son était l'équivalent de ce que faisait le Bauhaus dans les arts visuels. Mais ses environnements sonores n'avaient pas pour but d'immerger le public. A l'époque, l'immersion est le fait de Disney avec ses cinémas panoramiques dits Circarama : en 1955, ils plongent le spectateur à l'intérieur du film, au point de ne plus lui laisser la possibilité de penser par lui-même mais seulement de réagir à l'unisson avec les autres spectateurs. Pour les démocrates, c'est le cauchemar absolu, une esthétique fasciste. Cage pensait qu'il était dangereux de vibrer ensemble. Ce que voulaient le Bauhaus et Cage, c'est que les individus réfléchissent, même s'ils étaient confrontés à des images ou des sons qui les encerclent.

En 1952, Cage va orchestrer le premier happening à Black Mountain College. Personne ne se souvient précisément de ce qui s'est passé si ce n'est qu'il y a eu plusieurs actions concomitantes : quelqu'un a grimpé à une échelle, joué du piano, lu un poème, Merce Cunningham a un peu dansé, puis, à la fin, ils ont posé des tasses de thé sur des chaises. Et pourtant, pour ceux qui y ont assisté, c'était une révélation.

On retrouve ici l'idée que si on donne aux personnes le pouvoir de créer du sens à partir d'expériences diverses, alors l'art devient un endroit où pratiquer la psychologie de la démocratie. Cage va ensuite retourner à New York et enseigner le happening dans les années 60, c'est ainsi que l'idée du «surround» touche la communauté artistique new-yorkaise puis va se prolonger dans le psychédélisme et la contre-culture. Avant de culminer avec le premier happening, «Human Be-in», en 1967 - qui marqua le début du Summer of Love -, où les gens se sont vus libres, divers, mixés racialement et sexuellement, et ouverts dans tous les sens du terme...

En même temps, ces environnements sont instrumentalisés à des fins plus consuméristes

durant la guerre froide...

En effet, ces dispositifs multimédias, présentés sous les dômes géodésiques de Buckminster Fuller, ont été repris à la Foire commerciale internationale de Kaboul en 1953 ou à l'Exposition nationale américaine de 1959 à Moscou, mais cette fois, pour promouvoir les produits américains. L'objectif était double. Montrer aux Soviétiques que nous avons plus d'un supermarché et plus d'une autoroute, mais surtout qu'ils fassent l'expérience de cette confusion de l'abondance. C'était une sorte de mélange étrange entre psychothérapie et propagande. A ce moment, la politique radicale des années 40 a commencé à s'effacer, remplacée par le consumérisme, et l'idée de choix - politique, personnel et commercial - a fini par se confondre.

Quand renaît l'ambition politique ?

Dans l'art psychédélique des sixties et tout particulièrement chez USCO (collectif d'artistes multimédias new-yorkais), qui commence à construire un nouveau genre d'environnement multi-images et multi-sons conçu pour étendre la conscience individuelle tout en développant le sentiment d'appartenance à un collectif humain global. Souvent, on pense que ces formes médiatiques sont nées dans la contre-culture américaine des sixties, mais c'était déjà une idée forte dans les années 40. Puis USCO se rend en Californie et joue dans les Trips Festivals qui marquent la réunion de la scène psychédélique et de la technophilie multimédia.

Aujourd'hui, nous passons d'un écran à l'autre. Pourtant, le monde post-Snowden ne semble pas plus démocratique...

Si le «democratic surround» a présenté une alternative puissante aux médias de masse et à une société totalitaire, il représente également un virage vers un mode plus managérial du contrôle qui hante notre culture aujourd'hui. Certes, avec les technologies actuelles, nous nous déplaçons librement entre des écrans, mais sur un terrain soigneusement bordé par des experts invisibles, programmeurs, multinationales, gouvernements. Aux Etats-Unis, les gens ont tendance à se détourner de l'Etat pour embrasser Facebook. Tout est orienté vers la personne, les communications, l'échange de symboles dans des environnements médiatiques soigneusement isolés des institutions du pouvoir. J'ai une grande latitude pour me connecter à mes amis, construire des réseaux sociaux, mais on m'offre en réalité peu d'opportunités pour agir sur les lois, changer les institutions. Ce fantasme très prégnant sur le Web explique aussi l'échec de mouvements comme Occupy, pour lequel il suffisait de s'exprimer pour que le monde change, ce qui est évidemment un leurre. Il est urgent aujourd'hui de réinvestir les institutions.

Recueilli par Marie Lechner Dessin Yann Legendre

Fred Turner The Democratic Surround Ed. University of Chicago press, 2013, 376 pp., 17 €
(pas encore traduit en français)

1 COMMENTAIRE

2 suivent la conversation 

[Plus récents](#) | [Plus anciens](#) | [Top commentaires](#)



HECTOR 3 MARS 2015 À 0:35

Bien. Il a déjà un acquéreur le bouquin.

J'AIME