

La Globovision, une propagande technologique et idéologique

La Globovision désigne à la fois un procédé technique réalisé par Philips et, par extension, le spectacle qu'il génère. Elle prend place au sein de la section des Entreprises suisses dans le monde, elle-même située dans le secteur des échanges de l'Expo 64, et est imaginée comme une revue des activités internationales des entreprises helvétiques.

Le spectacle, le pavillon et la section dans son ensemble ont été réfléchis de manière très méthodique pour correspondre à la fois à la visée propagandiste des entreprises et à la volonté de Philips de concevoir une nouvelle technique d'information. Nous nous focaliserons ici sur trois aspects découlant de cette réflexion sur les formes et les contenus : l'emplacement occupé par la Globovision au sein du secteur et de la section ainsi que la symbolique liée à cet emplacement ; le dispositif en lui-même et sa genèse, qui emprunte des éléments à la fois au Circarama de Walt Disney et au Poème électronique de Le Corbusier ; et finalement cette fameuse notion de « technique d'ambiance » développée par la société Philips et ce qu'il en est advenu depuis.

Un emplacement symbolique

Différents enjeux symboliques ont décidé de la place attribuée à la Globovision, et ce sur deux niveaux : son inscription dans le secteur, et sa situation dans la section.

Bien que rattachée thématiquement au secteur des échanges, la section des Entreprises suisses dans le monde s'en détache en raison de sa situation géographique. Le pavillon est en effet situé à l'écart, sur pilotis, au-dessus de l'eau. Il n'est bien sûr pas anodin de placer un tel pavillon sur le lac, face à la France. Toute la section joue de cette symbolique d'ouverture vers l'étranger, faisant écho à la Charte de l'Expo 64, et tout particulièrement aux deux phrases-clé : « Présenter sur la terre et sur l'eau le pays dans sa réalité », « Ouvrir les voies vers l'Europe nouvelle ». L'eau, en tant que surface réfléchissante, évoque également le miroir, symbole par essence des expositions nationales.

Cette situation excentrée a pour conséquence de forcer les organisateurs à développer le côté attractif du pavillon. Le visiteur, sortant du secteur des échanges – qui se présente sous forme de marché couvert – doit avoir envie de continuer sa marche en direction du lac et de pénétrer dans la section des Entreprises suisses dans le monde. Un espace a donc été aménagé dans les arbres pour dégager la vue sur le pavillon depuis la sortie du secteur. La rondeur du bâtiment concourt également à attirer le regard du visiteur. Le cercle revêt par ailleurs une grande importance symbolique dans la section : tout est construit en courbes et contre-courbes, ce qui appelle à la mobilité du regard et donc à celle du visiteur – en totale opposition, par exemple, avec la Voie suisse qui n'est que triangles et angles aigus. L'œil glisse sur le pavillon boisé, attiré par le panorama du lac, rendu curieux par la mappemonde ornant le bâtiment. Une sculpture réalisée par Lienhard et intitulée *Harmonie des échanges* vient en outre souligner le lien thématique des sections entre elles par l'emboîtement des formes. Tout est pensé pour le confort du visiteur, qui, à cet endroit de l'Expo, est déjà passé par deux autres secteurs au minimum et doit donc être ménagé. Les

troncs d'arbres faisant office de bancs appellent à la contemplation du panorama sur la France, les bords du lac invitent à la flânerie et la section entière est réalisée en bois, matière chaleureuse et agréable au regard comme au toucher.

Mais la symbolique opère également au niveau de la situation de la Globovision au sein même de la section des Entreprises suisses dans le monde. Celle-ci comporte en effet plusieurs autres éléments qui participent à établir une ambiance portuaire, une ouverture sur le monde et une invitation au voyage. Il s'agit de la mappemonde qui décore le pavillon, d'une flottille voguant à proximité de celui-ci, d'une galerie ouverte proposant une exposition plus conventionnelle, d'un restaurant, et finalement de poteaux indicateurs portant des noms de villes du monde entier et orientés en direction de la ville dont il est question en indiquant le nombre de kilomètres à vol d'oiseau.

La mappemonde, s'offrant à la vue à la sortie du secteur des échanges, comporte un grand pouvoir attractif. Sa symbolique, à la fois forte et immédiatement compréhensible pour le visiteur, exprime la dimension mondiale des entreprises exposées. Leurs 921 filiales sont représentées sur la mappemonde par des points lumineux. Un jeu de lumières est donc déjà mis en place à l'extérieur de la rotonde, anticipant le spectacle qui prend place à l'intérieur.

La flottille est composée de vingt-cinq voiles-étendards peintes aux couleurs nationales d'autant de pays dans lesquels les entreprises suisses ont ouvert des filiales. Elle reprend les caractéristiques de la mappemonde au niveau de la visibilité et de l'attractivité, et suggère symboliquement le lointain et l'infini. Subissant les aléas de l'eau, les voiles sont par ailleurs en mouvement constant, ce qui évoque la dynamique des marchés mondiaux. La flottille, située aux côtés du pavillon, apparaît aux yeux du spectateur immédiatement avant et après le spectacle. Le visiteur a donc vécu un événement entre ces deux visions : il a été métamorphosé par l'expérience de la Globovision. La force symbolique de la flottille y a gagné en signification. La volonté est ainsi de frapper le spectateur, de le faire réfléchir sur le développement des entreprises suisses dans le monde et de rendre ce dernier moins lointain et plus accueillant.

La galerie ouverte fait quant à elle office de partie introductive au spectacle. Située entre le restaurant et la lagune que forme le lac sous le pavillon de la Globovision, elle est une sorte d'avant-propos du spectacle. Pensée de manière plus conventionnelle, exposant des images, des schémas ainsi que quelques textes explicatifs, elle a pour mission de rassembler le circuit rapide et la visite synthétique ; la visite détaillée étant réservée au spectacle. Elle comporte donc peu d'éléments textuels et informatifs. La galerie ouverte doit aussi être propice à former une file d'attente pour la Globovision, et donc attirer les autres spectateurs. C'est un lieu de passage, qui joue également le rôle de transition de la lumière vers l'espace sombre.

Finalement, le restaurant baptisé le « Cosmopolite » offre des plats exotiques provenant des quatre coins du monde. La section forme ainsi une œuvre totale, répondant à la volonté de Camenzind de parler aux cinq sens.

La genèse du spectacle : entre le Poème électronique et le Circarama

Les concepteurs de la Globovision, c'est-à-dire Florian Vischer, architecte de la section, et Gérard Ifert, graphiste de la section, font explicitement référence aux procédés du Circarama et du Poème électronique de Le Corbusier dans leur dossier de présentation daté de janvier 1963. Ces deux systèmes ont été présentés en 1958 à l'Exposition universelle de Bruxelles.

Du Circarama, la Globovision emprunte surtout l'architecture circulaire ainsi que l'idée de placer le spectateur au centre de ce cercle. Ils ont en effet constaté que les émotions provoquées par ce procédé « ont une force hypnotique pouvant provoquer le mal de mer et le vertige ce qui transporte artificiellement le spectateur dans une situation "véritable". »¹

Ils retiendront cependant plus d'éléments du Poème électronique, conçu par Le Corbusier pour le pavillon Philips de l'exposition de Bruxelles. Celui-ci se présentait comme un spectacle complet de son et lumière ; une notion phare dans les années 1950, et pratiquement monopolisée par la société Philips. Loin d'être circulaire, l'architecture du pavillon de Le Corbusier était entièrement pensée en rapport avec le spectacle qu'il devait accueillir. Celui-ci mêlait effets lumineux, projections et musique.

Il s'agissait de donner quarante fois par jour, à cinq cents personnes, un spectacle complet de dix minutes, représentant une synthèse de toutes les possibilités de la lumière et du son, spectacle capable d'être reproduit plusieurs milliers de fois presque sans l'intervention humaine.²

C'est principalement cette synchronisation entre différents moyens techniques, ainsi que son autonomie mécanique, qui ont été récupérées par les concepteurs de la Globovision. Ceux-ci retiennent d'ailleurs « la multitude de possibilités créatrices découlant des moyens techniques employés. Contrairement au procédé rigide du Circarama, le poème électronique était réalisé par diverses techniques de projection. »³

Le spectacle de la Globovision, divisé en trois phases, jouait sur différentes surfaces de projections : tout d'abord des rideaux de tulle translucides, s'ouvrant à la fin de la première partie sur des écrans vibrants, eux-mêmes s'effaçant pour laisser place en troisième partie à un vaste écran circulaire. A la fin du spectacle tout se remettait en place pour la dernière image, revenant ainsi au point de départ. Outre son côté symbolique rejoignant la prédominance du cercle au sein de la section, cet aspect cyclique permettait précisément une autonomisation mécanique chère aux concepteurs : le spectacle recommençait au point où il s'était arrêté. Pas de rembobinage, donc, ni de remise en place de la scénographie.

Cependant, une différence non négligeable distingue les deux projets. Car si le poème de Le Corbusier a pour ambition d'exploiter de nouveaux chemins artistiques et constitue une sorte de manifeste en ce sens, le pavillon des Entreprises suisses dans le monde a une visée beaucoup plus propagandiste et

¹ F. Vischer et G. Ifert, Dossier de présentation, janvier 1963.

² L.C. Kalff in PETIT, Jean, *Le Poème électronique Le Corbusier : [pavillon Philips pour l'Exposition universelle de Bruxelles 1958]*, Paris, éditions de Minuit, 1958.

³ F. Vischer et G. Ifert, Dossier de présentation, janvier 1963.

commerciale. Florian Vischer et Gérard Ifert notent d'ailleurs dans leur dossier que « la qualité très personnelle [du Poème électronique] exigeait du public une formation artistique permettant d'apprécier le message. »⁴ Or, le spectacle de la Globovision s'adresse au public le plus large possible. Le Corbusier s'était de son côté montré très clair sur son ambition artistique :

Il s'est présenté : « Kalff, directeur artistique des Etablissements Philips à Eindhoven, Hollande. Je viens vous demander de faire le pavillon Philips à l'Exposition universelle de Bruxelles. Nous n'exposerons aucun produit commercial. Vous serez libre de faire la façade que vous voudrez... » « Je ne ferai pas de façade Philips, je vous ferai un poème électronique. »⁵

La « technique d'ambiance », une nouvelle technique d'information

En jouant avec l'image, la parole, le son, le temps et l'espace, l'idée de la Globovision était de faire ressentir, plus que d'expliquer, un message à l'intention du spectateur. Message complexe et peu attirant – celui que cherchent à faire passer les entreprises suisses – qui doit cependant rester gravé dans sa mémoire. Cette transmission d'un message à travers l'expérience, réduisant au minimum tout effort de la part du spectateur, avait pour ambition de devenir une nouvelle technique d'information – au même titre que la radio ou la télévision en leur temps.

De quelle manière un pareil thème peut-il être représenté dans le cadre d'une exposition ? Nous connaissons les méthodes habituelles telles que le texte, le langage parlé, la documentation illustrée ou le film. Cependant, il est incontestable que le visiteur actuel d'une exposition ne peut être atteint que très difficilement par ces moyens, cela avant tout parce qu'il reste spectateur devant tous ces médias et que la compréhension d'un message demande toujours un effort de sa part. Si nous voulons vraiment attirer l'attention du visiteur, nous devons le faire participer à notre message et le placer au centre de l'action.⁶

Il s'agit donc pratiquement d'un message subliminal transmis par la machine que Philips, décidant d'ignorer la volonté des organisateurs de conserver un nom commun, avait choisi de baptiser TEMIS64 – pour Temps, Espace, Mémoire, Image et Son. La réduction des efforts du spectateur allait même jusqu'aux sous-titres, « traduisant uniquement les pensées principales de chaque séquence »⁷.

C'est ce moindre effort, cette synchronisation des différents moyens utilisés pour parler directement aux sens et à l'affect du spectateur ainsi que la volonté de le placer au centre de l'action, qui constituent ce que les concepteurs de la Globovision ont nommé « technique d'ambiance ». Comme nous l'avons vu, une multitude de moyens est déployée pour créer cette ambiance autour du visiteur, et ce même au-delà du spectacle en lui-même : la section tout entière est conçue pour créer une atmosphère portuaire ; le

⁴ *Op. cit.*

⁵ Le Corbusier in PETIT, Jean, *Le Poème électronique Le Corbusier : [pavillon Philips pour l'Exposition universelle de Bruxelles 1958]*, Paris, éditions de Minuit, 1958.

⁶ Florian Vischer, dossier de la conférence de presse du 30 janvier 1964.

⁷ F. Vischer et G. Ifert, Dossier de présentation, janvier 1963.

pavillon-même de la Globovision, en plongeant le spectateur dans le noir et en jouant sur différents écrans, crée un espace nouveau où la frontalité de la représentation est bannie et où, par conséquent, les frontières entre spectacle et spectateurs sont abolies ; le message, délivré par la parole et non par l'écrit, se veut plus percutant et plus durable dans l'esprit du visiteur ; les effets acoustiques soulignent le contenu visuel et concourent à impressionner le spectateur. Finalement, une fois sorti du spectacle, le visiteur retrouve la flottille mais avec une interprétation nouvelle de sa symbolique.

Que retient-on de la Globovision en 2014 ?

Force est de constater, aujourd'hui, que cette nouvelle technique d'information n'a pas eu la postérité escomptée. Ceci vient probablement en grande partie de ce lien si fort unissant l'environnement au contenu de la section, volonté chère à Alberto Camenzind mais qui a pour conséquence de ne créer que des œuvres éphémères. Ce côté bref participe également au charme des expositions et constitue leur force. Il est d'ailleurs intéressant de constater que, de plus en plus à cette époque, les dispositifs d'exposition ne cherchent plus à vendre de nouvelles techniques pouvant être acquises dans le but d'une utilisation quotidienne ou pour satisfaire les besoins d'une entreprise, mais bel et bien des dispositifs d'exposition en tant que tels – en somme, les expos vendent de l'expo. Mais la Globovision, ou si l'on veut, TEMIS64, n'a pas non plus remporté le succès escompté lors de l'exposition-même : la fréquentation n'était pas extrêmement élevée et, si l'on parcourt les archives à disposition aujourd'hui, on ne trouve pratiquement aucune photographie, film ou témoignage quelconque qui évoque le pavillon. Ce n'est de toute évidence pas l'attraction qui a le plus marqué son public.

Plusieurs raisons peuvent être invoquées pour ce manque de succès, à commencer par la situation excentrée du pavillon, la place du secteur dans l'exposition et le nombre de lieux de projection par lesquels le visiteur est déjà passé à ce stade, ce qui expliquerait un certain manque d'envie de pénétrer une nouvelle fois dans une salle obscure, ou d'autres encore. Peut-être aussi ne s'agissait-il simplement pas du bon contexte culturel et historique pour lancer une nouvelle technique d'information. Avec le recul des années, nous pouvons constater que plusieurs des technologies jugées mort-nées à l'époque où elles ont vu le jour ont en fait connu un nouveau succès quelques décennies plus tard – à l'image du cinéma en 3D par exemple. La société Philips continue par ailleurs à développer différents dispositifs qui se rapprochent de la technique d'ambiance. Et à l'heure où les médias ont de plus en plus tendance à se mêler les uns aux autres, il ne serait pas surprenant d'assister à une résurrection du procédé.

Mais il y a autre chose qui frappe avec le recul historique : c'est la teneur des propos délivrés à travers cette fameuse technique. La sacro-sainte « participation » du visiteur à ce message est d'ailleurs discutable : bien que placé géographiquement au centre du spectacle, celui-ci ne *fait* strictement rien à proprement parler. Il se révèle même d'autant plus passif qu'il n'a même plus besoin de fournir un effort pour tenter de saisir ce qu'on cherche à lui communiquer. Ce côté un peu subliminal du message transmis peut s'étendre au secteur dans son ensemble et ressort particulièrement dans le discours de Placidus Maissen, chef du secteur des échanges :

Le visiteur de ce secteur doit le quitter après s'être enrichi pour avoir découvert que, lui aussi, il doit remplir son devoir à sa place, mieux que jamais. Il doit sentir que l'avenir dépend aussi de lui-même,

de nous tous, de ce que nous sommes prêts à donner pour notre pays, pour notre travail, pour notre famille.⁸

Une telle technique était donc mise au service d'une propagande très claire qui pourrait paraître un peu dérangeante aujourd'hui, que ce soit au niveau du texte ou de la stratégie opérant derrière les effets sonores. L'on peut en effet lire sur le scénario, dans la colonne réservée au son :

De l'image des montagnes suisses naîtra peu à peu un « Alpenkapelle ». Des images (gauche et droite) surgiront comme un bruitage : des tam-tam et percussions correspondant aux pays en voie de développement, des bruits industriels simulés sur les violons et cuivres du grand orchestre pour les pays industrialisés.

Cet accompagnement sonore était en outre complété par le commentaire audio suivant :

Quand les barrières douanières sont insurmontables on ne transporte de l'autre côté, ni les produits finis ni l'usine matérielle, mais l'usine spirituelle, cette matière première qui ne connaît pas d'obstacle : la matière grise, le savoir, la recette, le brevet, le financement, la formation, l'expérience... Ainsi les barrières s'abaissent d'elles-mêmes. (...) Puisque la main d'œuvre est [dans les pays en voie de développement] nombreuse et désireuse de trouver un emploi (...) on formera sur place une main d'œuvre qualifiée. Et en même temps qu'on rendra service, on évitera d'être bloqué par nos limites naturelles en main d'œuvre.

Ce discours un brin colonialiste prononcé tel quel aujourd'hui élèverait probablement des réactions. Pourtant, et c'est le cas pour une grande partie des propos tenus par les différents exposants de l'Expo 64, beaucoup d'éléments se retrouvent actuellement derrière un discours bien plus lisse et édulcoré. Il serait intéressant de se demander si la société a réellement beaucoup évolué depuis 1964, ou si nous avons simplement appris à utiliser un langage différent...

⁸ Placidus Maissen in *Exposition nationale suisse Lausanne 1964. Livre d'or*, Lausanne, Librairie Marguerat, 1964, p.340.