

## COMMENT LE « *GLITCH* »<sup>1</sup> A DETRAQUE LA TELEVISION ?

1

Analyse de séquence de « *MAN ON THE MOON* » (1999) de Milos FORMAN.

« *Quoi que tu fasses, fais autre chose.* »

Robert Filliou.

Bref préambule en forme de définition d'un anglicisme à la mode :

Un **glitch** est une défaillance électronique ou électrique qui correspond à une fluctuation dans un système électrique) ce qui entraîne un dysfonctionnement du matériel.

QU'EST-CE QUE C'EST ANDY KAUFMAN FINALEMENT ?

A) UN PRODUIT REVELATEUR.

Dans « *Man on the moon* » ce qui relève du spectacle et ce qui, éventuellement, n'en relèverait pas, est indiscernable. Tous les personnages sont donc potentiellement des spectateurs. En conséquence, dans « *Man on the moon* », il s'agit toujours de mettre en scène le rapport d'un spectateur à un spectacle – fût-ce celui du quotidien. Ce que les américains nomment le « *reaction shot* », un contre-champ particulier qui révèle la réaction de celui qui regarde – ou entend – est une figure fondamentale de la mise en scène : elle permet à Andy Kaufman d'être le pivot central de tous les plans même quand il n'apparaît pas. Kaufman, la manière imprévisible dont il agit, ne cesse en effet de révéler la nature conservatrice, le rapport suraigu à l'argent, qui gouvernent ses contemporains.



<sup>1</sup> Allusion au « *Grinch* », personnage drôle et néanmoins malveillant, créé à destination des enfants par le Dr Seuss et adapté au cinéma en 2000 par Ron Howard avec Jim Carrey dans le rôle-titre, véritable institution aux Etats-Unis.





Andy Kaufman est ainsi omniprésent. Ce que nous indique le plan suivant. Le montage nous fait ainsi régulièrement passer par des mises en abîmes de l'image elle-même qui contient toujours d'autres images, se double et se dédouble continuellement jusqu'à ce que sa vérité échappe. Les cadres prévus par Andy viennent ainsi miner le cadre du film lui-même, le cadre du pouvoir qui appartient à l'univers économique : la « *Andy's fun house* » (voir photogramme ci-dessus) est plus qu'un programme, c'est un produit révélateur qui se répand au cœur de l'image télévisuelle et cinématographique pour en révéler le pouvoir aliénant.





Le classicisme apparent de la mise en scène, c'est-à-dire sa transparence, son caractère non ostentatoire, est perversément utilisé par Forman pour regarder, scruter l'image elle-même et le rapport que nous entretenons, nous spectateurs, avec elle. Le recours traditionnel au champ contre-champ est ainsi à la fois conventionnel et démultiplié. En effet, les diverses réactions au phénomène Andy Kaufman – force de résistance fondée sur l'imprévisible au cœur d'un système médiatique hyper-codifié – sont agrégées par le montage sous des angles de prises de vue divers mais toujours à hauteur de personnage. Chacun est ainsi saisi dans sa fonction, ses attitudes, son rapport à l'inattendu...



Notons que le film est extrêmement découpé : beaucoup de plans donc pour décrire des situations à priori banales. Par exemple, l'arrivée du directeur de la chaîne pourrait se faire en un seul plan d'ensemble. Celui-ci est toutefois séparé en deux par un insert, un plan rapproché sur une succession de bougies délimitant un espace dévolu à l'énergie positive... Ici encore, Kaufman influe sur la mise en scène, fait éclater ce qui devrait aller de soi, en instaurant les règles d'un univers parallèle et magique, le sien, au cœur du monde industriel : c'est au directeur de la chaîne de devoir venir s'inscrire dans l'espace d'Andy. Le rapport de force est donc plus ambigu qu'il n'y paraît et annonce déjà le bluff programmé de la transaction à venir... Car Andy est aussi un programme, mais qui n'est pas fondé sur la répétition du même. Andy Kaufman est un programme contenant une forte part d'aléatoire. Andy Kaufman est un virus, au sens informatique du terme.

## B) UN VIRUS.



Notons que le face à face attendu – traditionnel champ contre-champ – est à nouveau parasité par l'introduction d'un troisième terme : le réalisateur qu'Andy oblige à se lever, préfigurant par ce déplacement mollement consenti, la blague tout à la fois potache et politique qui constitue l'enjeu de la séquence. La frontalité frondeuse de Kaufman s'oppose à la latéralité du directeur qui pense pouvoir jouer habilement un double jeu avec sa vedette du moment...



C'est, paraît-il, l'informaticien américain Leonard Adleman, co-inventeur du système de cryptage RSA (Rivest, Shamir, Adleman, initiales des trois inventeurs), qui fut le premier à décrire l'analogie entre les virus informatiques et les virus biologiques, en ce qu'ils profitent tous deux des constituants et des possibilités d'autoreproduction offertes par le système lui-même pour survivre et propager l'infection. Que vise ici Andy ? Répandre un « glitch » – un dérèglement du balayage vertical de l'image télévisuelle en l'occurrence – pour amener les spectateurs à se lever pour aller taper sur le poste de télévision. Une contamination du corps par l'image. Une réaction. La programmation d'une révolte inconsciente...



Selon L'encyclopédie Universalis : « Un virus informatique est un logiciel malveillant occupant peu de place en mémoire et destiné à nuire de manière plus ou moins radicale au bon fonctionnement d'un ordinateur hôte ou d'un réseau d'ordinateurs. Il a deux fonctions. La première, l'autoreproduction, est de profiter des faiblesses d'un ordinateur hôte pour infecter le système d'exploitation, les logiciels sains et se répandre le plus largement possible en utilisant tous les médias d'échange de données numériques disponibles. Pour cela, le code du virus se recopie dans les fichiers exécutables du système (les applications, le code du système lui-même) qui, lorsqu'ils sont lancés à leur tour, agissent comme nouveaux vecteurs d'infection. La seconde fonction, le déclenchement de la charge virale, est d'agir sur le système infecté. L'action peut être facétieuse (affichage d'un message humoristique) mais, plus généralement, elle provoque des dommages sur les logiciels installés (suppression de fichiers, formatage de disque) et même sur le matériel. »





Adaptons cette définition à la séquence qui nous occupe ici : Andy est un virus au cœur d'un puissant network, il y occupe peu de place (comme le cercle de bougies le montre bien) mais cherche depuis ce lieu à nuire de manière facétieuse au bon fonctionnement de la télévision, c'est-à-dire à la configuration suivante édictée par exemple en 2004 par Patrick Lelay, ex-directeur de TF1 : « *Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision. Mais dans une perspective business, soyons réaliste : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit. Or 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 humain disponible. »<sup>2</sup> Quel moyen plus efficace pour nuire à semblable objectif que de forcer le téléspectateur à se lever – même symboliquement – pour aller frapper sa télévision, le vecteur même de son aliénation.

Toute la finalité du virus Kaufman est l'infection du spectateur, cet être minoré car sans capacité motrice et privé de parole, afin de se propager dans et par le corps de celui-ci. « *L'image est une drogue qui s'inocule par l'œil* » déclarait en 1991 David Cronenberg dans un entretien avec Serge Grünberg dans la cadre du documentaire d'André S. Labarthe : « *I have to make the word be flesh* ». Et le réalisateur canadien d'ajouter : « *Il y a une obsession que j'ai, celle de la métaphore. Comment faire... La métaphore est le fondement de toute littérature. Comment faire une métaphore au cinéma ? Je me rends compte que c'est par la création d'images monstrueuses. Si l'on parle d'idées pures il n'y a rien à filmer. Je dois donner aux idées un corps, je dois donner au verbe une chair, puis filmer la chair faute de filmer le verbe. Je suis toujours à la recherche de la métaphore et je dois la créer moi-même et c'est l'histoire qui la génère.* » Il semblerait que le personnage d'Andy Kaufman créé ici, par la blague potache propagée à grande échelle via le réseau télévisé, une métaphore visuelle, donc une idée filmable pour Milos Forman, de la situation du spectateur face à l'écran de télévision, entre aliénation et révolte, passivité et activité.



On l'aura compris, l'image est bien le sujet même du film dans la mesure où le personnage principal cherche à en éprouver ou à en saper sans cesse la valeur supposée. Grain de sable qui enraye le flux télévisuel, par une image virale – le glitch – sans cesse réitérée par les divers dispositifs qu'inventent un comédien qui s'attaque à la continuité indispensable au média télévisuel pour que le téléspectateur ne le questionne pas. De fait, on peut dire que la transparence classique de la mise en scène (son invisibilité) est ici le meilleur moyen pour le cinéaste libertaire qu'aura toujours été Milos Forman de porter un regard crucial sur cette notion même de transparence qui rejoint paradoxalement dans le monde contemporain son contraire : l'opacité. C'est ainsi l'écran que questionne le personnage et le cinéaste : ce qui montre et cache à la fois, la condition de possibilité même de l'image qu'il faut à tout prix questionner même s'il ne s'agit que de taper dessus !

<sup>2</sup> <https://www.nouvelobs.com/culture/20040710.OBS2633/le-lay-nous-vendons-du-temps-de-cerveau.html>





La morale du monde dans lequel évolue Andy Kaufman, le nôtre, nous a été donnée au tout début du film par le patron d'un cabaret tentant vainement d'expliquer les fondamentaux de l'économie à l'adulte au comportement d'enfant : « *Show ! Business ! Sans show pas de business...* » Et c'est à cette morale que l'humoriste se confronte ici à nouveau en un champ contre-champ cette fois tout à fait conventionnel mais qui masque en fait un sens des affaires chez le comédien bien plus aiguisé que celui du directeur... Rien d'innovant en termes de bluff ici : demander plus que ce que l'on espère est l'une des bases bien connues de la négociation. Ce qui est en revanche imparable repose sur le personnage impénétrable, insaisissable du comédien. Ce personnage est fondé sur la naïveté, un fort rapport à l'enfance et sur un mysticisme de pacotille : rien, donc, qui puisse laisser supposer une authentique maîtrise des codes de la réalité économique à l'œuvre dans le monde du spectacle... Procédant comme souvent par imitation, Kaufman renvoie à l'autre sa propre image et l'échange se clôt sur des index pointés l'un vers l'autre. Désignation du partenaire en affaire bien sûr ; également insistance sur l'accord auquel on vient de parvenir ; tout autre chose peut-être. L'interprétation de chacun reste ici libre : menace de mise à l'index (qui désignait jadis la liste de livres interdits à la lecture par l'Église catholique), enfantin duel d'épéistes, geste de celui qui demande la parole...



Quoi qu'il en soit cette politique du doigt tendu vient souligner l'affrontement de deux protagonistes que tout oppose jusqu'au dégoût comme l'indique le dernier geste sur lequel se referme la scène...

Maynard Smith, le patron de la chaîne ABC, énième figure paternaliste que le film oppose à Andy, est en charge d'expliquer à ce dernier le fonctionnement d'un système que le jeune homme connaît par cœur. C'est Vincent Schiavelli qui interprète ce directeur un rien hébété. L'acteur, familier de la filmographie du cinéaste tchèque, aura souvent incarné dans les films de Forman des personnages à la santé mentale vacillante (« *Fly over a cuckoo's nest* » en 1975 en haut à gauche, « *Taking off* » en 1969 en haut à droite ou encore « *Amadeus* » en 1984 ci-dessus). Cette auto-référence du réalisateur à son œuvre est également particulièrement ironique puisque le personnage est ici le garant du bon fonctionnement social.



### C) LE DEREGLEMENT DE TOUT UN SYSTEME.



Patrick Lelay de nouveau : « Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité (NDLR : de temps de cerveau du téléspectateur). C'est là que se trouve le changement permanent. Il faut chercher en permanence les programmes qui marchent, suivre les modes, surfer sur les tendances... »

12

Poursuivant sa logique de mise en abîme, Forman impose en deux plans une nouvelle incongruité : des exécutifs, à la recherche du programme qui va permettre aux annonceurs de remplir les poches, obligé de regarder un spectacle qui n'a peut-être qu'un seul et unique destinataire, Andy Kaufman lui-même...



L'ultime scène qui compose la séquence vient élargir la lutte, le rayonnement depuis le cercle d'énergie positive voulue par Andy, aux dimensions de la plus puissante chaîne de télévision américaine. C'est dans cet autre cercle que va se vérifier le théorème de Kaufman : « tout corps placé devant une image jugée défectueuse est amené à se déplacer... » Et l'un des pontes du network se lève pour régler le balayage vertical du téléviseur.

En s'attaquant à la verticalité, Andy Kaufman génère de l'horizontalité : le directeur de programme est ainsi ramené au vulgaire rang de téléspectateur lambda qui ne désire rien tant que le bon fonctionnement de son poste de télévision.





En rendant ici visible la réalité technique de l'image télévisée, Kaufman organise paradoxalement un brouillage entre l'incident et la programmation amenant le téléspectateur à devenir ce qu'il ne doit surtout pas être : actif. Il s'agit de renouer un lien entre le spectateur et ce qu'il regarde sans plus le voir : la télévision comme objet avant tout, instrument d'une domination hypnotique qu'il convient de casser, ne fût-ce que durant dix secondes...



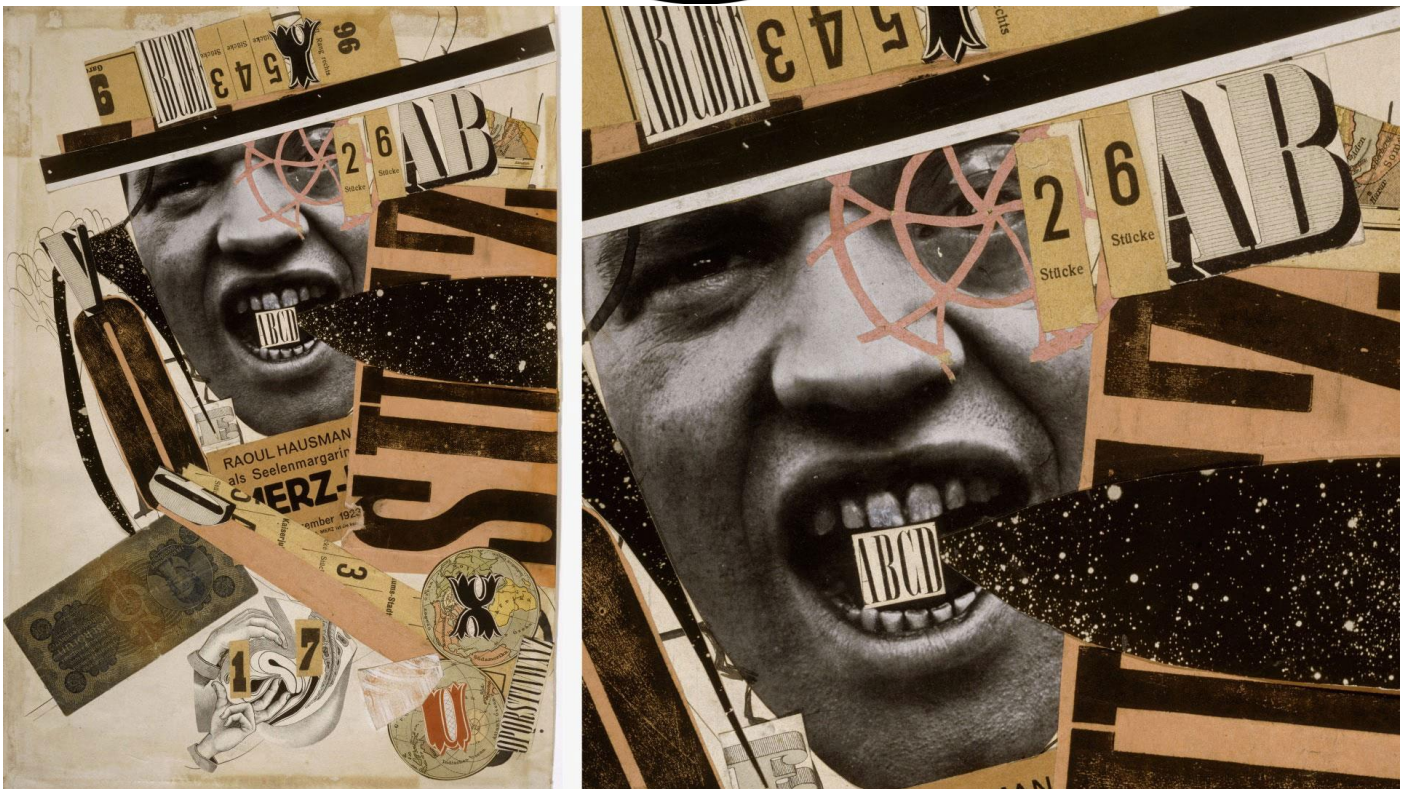
Biopic singulier tant il ne cherche jamais à percer le mystère de son protagoniste, « *Man on the moon* » préfère de loin utiliser Kaufman comme le révélateur du monde qui l'entoure et rejouant la lutte entre des forces économiques

dominantes travaillant sans relâche au statisme de la société et une démarche artistique dynamique qui se réinvente continuellement.

On songe à Herbert Marcuse déclarant : « L'œuvre d'art est belle quand elle oppose son ordre propre à celui de la réalité – son ordre non répressif dans lequel même la malédiction parle au nom d'Éros. »<sup>3</sup>

On songe aux Avant-Gardes de l'entre-deux guerres remâchant les premières lettres de l'alphabet dans la bouche de Raoul Hausman avec la ferme intention de régurgiter un autre langage au terme de cette mastication sémantique nommé Dada.

Andy Kaufman refonde lui aussi notre rapport au langage. Il actualise le projet Dada en opposant « ABCD » à ABC en quelques sortes, en s'attaquant au logo industriel par le photomontage dada. « *Man on the moon* » décrit méticuleusement une stratégie ayant fait ses preuves, celle du détournement<sup>4</sup>.



<sup>3</sup> Herbert Marcuse, « *L'homme unidimensionnel* », 1964, Paris, Editions de Minuit.

<sup>4</sup> Pratique artistique qui consiste à transformer l'usage d'un objet, d'une œuvre, en modifiant d'une manière visible son apparence, son contexte d'origine, sa fonction.

Manifeste politique qui échappe à tout dogmatisme par la grâce du caractère protéiforme de son protagoniste, « *Man on the moon* » oppose une puérilité venue de l'enfance, et dont le principe de plaisir est l'unique horizon, à un principe de réalité supposément adulte entièrement régit par des lois économiques présentées comme indiscutables, évidentes, allant de soi mais en fait totalement aliénantes.

Il s'agit donc d'une lutte pour un territoire, celui de l'image, celui du cadre, du lieu de la représentation, c'est-à-dire d'un lieu politique où les rapports de pouvoir devraient démocratiquement restés en perpétuelles débats et non se fonder sur des mécaniques qu'on ne questionne pas. L'homme dans la lune balaye ici la verticalité d'une organisation visant à l'oppression perpétuelle du regard, à la domestication des attentes, à la fabrication des désirs.

Alors, il apparaît évident que toutes et tous nous avons un rôle à jouer dans l'œuvre qu'Andy Kaufman nous délègue au final. Cette œuvre ne cherche pas à produire d'objet ni même de spectacle précis, elle a par contre un but, un objectif : le spectateur et son devoir d'exigence, de curiosité, d'activité. Il ne s'agit pas pour nous de comprendre ce que fait Kaufman – sans doute ne le fait-il que pour lui-même – mais d'observer notre propre réaction face à ce qui nous est présenté : pas de vérité dans l'image mais, pour qui est prêt à s'embarquer vers l'inconnu à la suite d'Andy, la révélation d'une vérité dans la réception de cette image.

Comme toujours dans l'histoire de l'art, il ne s'agit que d'une simple histoire de récepteur(s) en somme.

