



**HAL**  
open science

## Écrans sans qualités

Jean-Noël Lafargue

► **To cite this version:**

Jean-Noël Lafargue. Écrans sans qualités. Radial, 2020, L'image sans qualités, 2, pp.148. halshs-02544091v1

**HAL Id: halshs-02544091**

**<https://shs.hal.science/halshs-02544091v1>**

Submitted on 16 Apr 2020 (v1), last revised 19 May 2020 (v2)

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Écrans sans qualités

par  
Jean-Noël Lafargue

Jean-Noël Lafargue, formé à la peinture à l'école des Beaux-arts de Paris, enseigne l'art et le design numériques à l'école supérieure d'art Le Havre/Rouen depuis 2006 et à l'Université Paris 8 depuis 1996. Il est auteur ou co-auteur de plusieurs ouvrages consacrés aux outils numériques, d'un essai sur l'histoire de la légitimation de la bande dessinée (*Entre la plèbe et l'élite*, éd. Atelier Perrousseaux 2011), d'un essai sur les mythes de fin du monde (*Les fins du monde de l'antiquité à nos jours*, éd. Bourin 2012), d'une traduction (*L'homme le plus doué du monde*, par Edward Page Mitchell, éd. Franciscopolis 2015) et de deux bandes dessinées consacrées à la culture technologique (*L'intelligence artificielle*, avec Marion Montaigne, ed. Lombard 2016 et *Internet*, avec Mathieu Burniat, éd. Lombard 2017)

Dans un des couloirs de correspondances de la station Opéra, depuis des années, le passant voit sa circulation contrariée par un objet incongru disposé en son centre. Il s'agit d'un anneau tubulaire métallique, tenu à plus d'un mètre de hauteur par deux ou peut-être trois autres tubes de même épaisseur, soudés, qui rayonnent depuis un point central au sol. L'objet, qui forme en quelque sorte le squelette d'un cône, n'évoque rien d'autre qu'un tabouret de bar dont il manquerait l'assise. Le diamètre des tubes est suffisant pour s'assurer que les usagers en transit voient l'objet et, sans même y penser vraiment, dévient leur course afin d'éviter toute collision avec lui, mais, surtout, avec l'objet qui se situe juste au dessus et qui explique son existence : un imposant écran cathodique suspendu au plafond. Le couloir n'est pas très large et, surtout, pas très haut, alors on peut supposer que la situation de cet écran serait une cause d'accidents quotidiens si l'on n'avait pas pris la peine de contraindre les passants à le contourner grâce au curieux objet que je décris plus haut et dont c'est l'unique utilité. Le plus fascinant est sans doute le message que, depuis des années que je l'observe, cet écran affiche. En blanc sur fond bleu, il est écrit :

Ce dispositif d'information est provisoirement hors service.  
La RATP vous prie de bien vouloir accepter ses excuses.

Je ne saurais jurer que cet écran d'information n'a jamais rien affiché d'autre que ce message, qu'il n'a en définitive jamais servi à rien, mais au fil de mes années d'observation, je ne l'ai jamais rien vu dire d'utile. Et en y réfléchissant, du reste, on voit mal quel message profitable au public pourrait être affiché au milieu de ce couloir passant, et c'est sans doute cette absence d'utilité potentielle qui explique que le dispositif ne se soit pas trouvé d'emploi et se dénonce lui-même comme étant « hors service ». L'écran n'est pas en panne, en tout cas, puisque pour qu'il puisse se dire « hors service », il faut, paradoxalement, qu'il fonctionne. Il faut qu'il soit allumé, et il faut que quelque part, un ordinateur en service lui aussi, relié par un câble, y diffuse en permanence le message d'excuse. L'ensemble consomme probablement quelque chose comme cinq-cents watts, soit, s'il est en service vingt-quatre heures sur vingt-quatre comme c'est généralement le cas de ce genre de dispositif, douze kilowatt par jour, et plus de quatre-mille par an, ce qui, au tarif moyen de l'électricité, revient à un peu plus de six-cent euros. On a donc installé et on maintient à grands frais un écran qui ne sert à rien d'autre qu'à dire qu'il ne sert à rien et qui est si mal placé que l'on a dû créer une structure pour prévenir les accidents qui pourraient résulter de sa présence.

Cet écran inutile que j'observe avec amusement depuis des années n'est pourtant qu'un cas parmi des milliers d'autres. Dans les gares, dans les stations de métro, dans l'espace public en général, on peut s'amuser à compter le nombre d'écrans que l'on croise, et se demander chaque fois s'ils sont utiles. La première surprise qui attend celui qui entreprend de recenser les écrans, c'est

l'extravagante quantité de dispositifs d'affichage qui encombrant notre espace visuel : écrans d'information, écrans publicitaires, et dans les boutiques récentes, écrans destinés à afficher des diaporamas d'ambiance, ... Le second motif d'étonnement, c'est l'écrasante proportion parmi ces dispositifs de ceux qui sont allumés pour ne rien dire, qui n'ont pas d'objet, qui ne véhiculent pas d'informations utiles, qui sont destinés à être perçus mais pas regardés, qui semblent n'être présents que pour être présents. Ils sont inutiles car mal placés, car dispensant des informations que personne ne leur demande, parce qu'ils diffusent des messages d'erreur ou des messages erronés, parce que diffusant des images purement décoratives. Certains afficheurs disposés dans les trains ou les bus, par exemple, diffusent assez régulièrement des indications fallacieuses (itinéraire correspondant à une autre ligne, stations indiquées en décalage, etc.) que les conducteurs sont forcés de corriger par des messages vocaux diffusés au haut-parleur : « *contrairement à ce qui est affiché à l'intérieur des voitures, ce train sera bien direct Argenteuil puis s'arrêtera à toutes les stations jusqu'à Mantes-la-Jolie* » , « *contrairement à ce qui est affiché, la prochaine station n'est pas Rouen Rive Droite, mais le Havre, notre terminus* » (deux exemples vécus plus d'une fois par l'auteur de ces lignes). On peut rire de ces cafouillages, mais ils sont sans doute bien plus que de simples erreurs : ils sont la preuve que ce qui justifie la présence des écrans disposés dans l'espace public n'est pas, comme on l'attendrait, le service qu'ils sont réputés rendre. En effet, s'il est toléré qu'un dispositif d'information n'informe pas, ou pire, désinforme, s'il est possible de laisser un écran allumé jour et nuit pour se contenter de signaler qu'il ne fonctionne pas, c'est bien que le contenu informatif diffusé importe moins que le fait qu'il soit diffusé.

La débauche de moyens mis en œuvre est impressionnante : il faut disposer ces écrans, les fixer, les protéger, disposer et programmer les machines qui pilotent leur affichage, les alimenter électriquement, les entretenir, aussi, et tout cela pour diffuser un contenu souvent inutile, inepte ou décoratif qui pourrait aussi bien être remplacé par un simple poster.

Autre scène vécue au moment même de la rédaction de ces lignes : me trouvant à minuit en gare de Tarbes, aux pieds des Pyrénées, à attendre l'arrivée d'un train affligé d'une demi-heure de retard, mon attention s'est attardée sur ce que les professionnels du mobilier urbain nomment un « totem d'information ». Sur une de ses faces, l'objet contient une affiche quelconque faisant la promotion d'une nouvelle carte de réduction. Sur l'autre, quatre écrans sont associés pour composer un affichage sur lequel on distingue une photographie intentionnellement floue montrant des ouvriers du rail en tenue fluo. Un encart couvre partiellement la photographie pour dire : « *sur cet écran nous vous présentons les informations info trafic intempéries* ». Bien que la gare ait été remplie de personnes qui se trouvaient dans l'attente d'un train effectivement en retard, et bien que chacun eût sans doute beaucoup aimé disposer ce soir-là d'informations complémentaires, le message affiché n'a jamais varié, si ce n'est pour être régulièrement reformulé, expliquant quel type d'événements étaient potentiellement concernés par la mention « info trafic intempéries » : orages, grèves, chutes d'arbres. Au lieu d'apporter des informations sur une situation qui le justifierait, cet appareil se contente d'informer le public de son potentiel en tant que dispositif d'information.

En hauteur, à quelques mètres de là, un tout autre écran en blanc sur fond vert, lui aussi, se contentait de promesses : « *prochainement sur cet écran retrouvez les informations des trains en connexion avec votre gare* ».

Un autre exemple. Dans les rames modernes créés par la société Bombardier et surnommées « Francilien » qui sont en train d'être déployées sur toutes les lignes ferroviaires de la banlieue parisienne, les écrans qui diffusent des informations sur le trajet en cours sont doublés d'écrans où l'on voit passer en boucle de courtes séquences vidéo destinées à évoquer les accomplissements du conseil régional : un parc avec des cerfs, un beau château, un danseur hip-hop, une fête folklorique, un jardin public, un concert de rock... Autant d'images muettes qui sont chassées par d'autres avant même qu'on n'ait eu le temps de les comprendre, et que personne ne s'est donné la peine de légender, de contextualiser : en l'absence d'informations complémentaires, ces images ne nous donnent aucune indication touristique ou historique utiles, elles ne servent qu'à nous dire qu'il y a

ou qu'il y a eu des choses à voir dans la région parisienne, et qu'il faut en remercier les élus régionaux.

Un autre cas. Sur les panneaux publicitaires animés disposés par la régie Métrobus dans les couloirs du métro ou dans les gares, on peut bien entendu voir des publicités au contenu explicitement promotionnel, mais on y voit souvent aussi des annonces d'un tout autre genre, des annonces qui n'ont pas de produit bien défini à vendre. Je peux citer trois campagnes de ce type:

- une campagne pour dire qu'il ne faut pas jeter de papiers par terre dans les gares. Le message « il n'y a pas de petites incivilités » ne sera peut-être pas clair pour tous ceux qui y seront exposés.
- une campagne de la régie Métrobus qui se félicite que ses afficheurs publicitaires soient parfois gratuitement mis à disposition de campagnes pour des causes d'intérêt public.
- une campagne de la même régie publicitaire qui se félicite d'avoir réduit de 30 % la consommation électrique de ses panneaux. On dit en effet qu'un de ces panneaux publicitaires numériques consomme autant qu'une famille entière. L'astuce trouvée pour réduire leur consommation électrique est la suivante : ils sont désormais éteints pendant la nuit, lorsqu'il n'y a personne pour les voir. Car ils ne l'étaient pas jusqu'ici.

Aucune de ces trois campagnes n'est vraiment intelligible ou utile pragmatiquement, et il est probable qu'elles ne rapportent pas d'argent à leurs annonceurs puisque ceux-ci sont soit la régie elle-même, soit la SNCF, qui loue à la régie le droit de disposer ces afficheurs. Bien sûr, il y a un message dans chacune de ces campagnes (image de marque, salubrité), mais ces messages sont-ils diffusés pour avoir le moindre impact réel ? Il semble que la diffusion des messages soit avant tout motivée par un besoin de varier les images affichées afin que les aléas saisonniers du marché de l'annonce publicitaire n'aient pas d'effets inhabituels tels que la diffusion d'une seule et même publicité en continu ou l'extinction des afficheurs lorsqu'il n'y a rien à y afficher. Il faut qu'il y ait une certaine variété parmi les annonces, et il faut préserver l'impression que la machine est bien en fonction et qu'elle ne tourne pas à vide.

Dernier exemple. Dans les boutiques de grandes chaînes de magasins, on assiste aussi à une prolifération d'écrans qui diffusent des informations d'ambiance, parfois totalement déconnectées de la vocation des boutiques elles-mêmes – j'observais tout récemment, dans une boutique de vêtements, la diffusion sur plusieurs écrans d'images qui ne montraient ni vêtements ni personnes mais à l'inverse de jolis paysages naturels tels que l'on en trouverait dans la catalogue d'une banque d'images : sous-bois dans la brume du petit matin, plage de sable ou falaises romantiques, autant de cartes-postales que l'on perçoit sans que notre regard s'y accroche, tant elles sont banales.

Cette inflation du nombre d'écrans sans utilité véritable est paradoxale. Pour l'expliquer, je propose deux hypothèses, qui ne sont pas forcément exclusives ni contradictoires et qui ne sont pas nécessairement le fruit d'un calcul conscient de la part des acteurs engagés dans cette situation. La première hypothèse, c'est que de nombreux écrans sont déployés non pour informer, mais pour prétendre le faire, pour dire au public que l'on s'occupe de lui, pour convaincre le public qu'on l'informe et qu'il ne tient qu'à lui d'être attentif et d'en profiter. On a vu que même certains écrans à vocation purement publicitaire ou commerciale sont parfois employés pour faire la publicité de la publicité elle-même.

Ma seconde hypothèse est que ces écrans ont une nature décorative, qu'ils servent essentiellement à créer une ambiance, à donner une impression générale de mouvement, de lumière et de variété visuelle. Dans certains cas, même, ils agissent essentiellement comme un dispositif d'éclairage. Il me semble que l'on peut comparer ces écrans au *Lumino*, cette œuvre d'art créée en 1968 par l'artiste et cybernéticien Nicolas Schöffer en association avec la société Philips France. Cet appareil, qu'on pouvait de prime abord prendre pour un petit téléviseur, était constitué de lampes filtrées par des disques colorés montés sur des moteurs. Activé, le *Lumino* produisait des formes nébuleuses mouvantes et lumineuses et qui semblaient ne jamais être deux fois les mêmes.

Dans un registre proche, nous pouvons penser aussi aux économiseurs d'écran. Créés pour reposer les luminophores des écrans cathodiques sur lesquels finissaient par s'imprimer de manière permanente les pixels restés statiques du fait de l'inactivité de l'affichage, les « screensavers » ont perdu leur vocation depuis longtemps, du fait des progrès des écrans cathodiques, et surtout de leur progressive disparition au profit de technologies radicalement différentes : Led, Oled ou Plasma. Pourtant, la fonction « repose-écran » persiste à être proposée par les systèmes d'exploitation car ces animations se sont trouvées une autre utilité : elles donnent une activité à l'ordinateur lorsque l'utilisateur de celui-ci est passif. Il n'est pas question d'économie d'énergie ou de matériel ici, au contraire, puisque le processeur, la carte graphique et l'écran consomment des ressources électriques dont ils n'auraient aucun besoin si l'écran était simplement éteint – ce qui reste une option proposée par les systèmes d'exploitation, heureusement. On peut observer la même chose sur certains téléviseurs modernes qui, lorsqu'ils sont allumés mais qu'aucun programme n'est sélectionné, diffusent des diaporamas constitués de jolies photographies de paysages exotiques. C'est chaque fois le rappel que si l'appareil semble momentanément désœuvré, il n'en est pas moins prêt à changer de régime, il attend juste que son utilisateur actualise son potentiel. Il me semble pourtant que ce n'est pas tout et que, comme dans le cas des écrans inutiles de l'espace public, les « écrans de veille » servent à produire l'impression d'un mouvement, peut-être même d'une forme de présence, de vie. L'exposition « Persona », qui s'est tenue au musée du Quai Branly en 2016, établissait assez bien la puissance qu'a le mouvement lorsqu'il s'agit de produire l'impression qu'un objet est doué d'intentions ou de conscience. On y apprenait aussi que le mouvement de notre environnement constitue un besoin vital, au point que, enfermé seul dans une cellule, un sujet commencera à avoir des hallucinations auditives et visuelles au bout de quelques dizaines d'heures seulement. Privé de compagnie, d'environnement en mouvement, notre cerveau les invente. Et sans stimulation lumineuse et colorée, notre cadre urbain, industriel, commercial, cesse d'être familier et rassurant. Je me suis trouvé un jour par hasard dans un hypermarché à l'instant où celui-ci était victime d'une panne électrique. Pendant les quelques minutes qu'a duré l'extinction de l'éclairage, ce qui m'entourait a radicalement changé d'apparence. Je ne me trouvais plus entouré de rayons chamarrés, mais perdu dans un entrepôt lugubre dont la taille immense m'a subitement frappé et dont la joyeuse abondance était devenue un angoissant entassement. Sans images, sans couleurs, sans lumières, sans mouvement, l'endroit ressemblait à un mausolée pour la société de consommation.

Si l'on me suit, toutes ces images, tous ces messages, toutes ces diodes qui clignotent, toutes ces lumières, ne sont finalement qu'un moyen de conjurer une peur de l'immobilité, une peur du noir, une angoisse de la solitude. Leur utilité est de nous dire à chaque instant que la machine ne sera jamais à l'arrêt. Et par « machine », j'entends non les appareils mis en œuvre, mais la ville, la société humaine ou l'économie.

En 2015, lors de la Conférence de Paris sur les changements climatiques (« cop21 »), on pouvait voir dans les gares et les stations de métro des publicités animées qui montraient des ours polaires submergés par la montée des degrés du thermomètre. Ces images étaient projetées sur les panneaux Numériflash de la société Métrobus, dispositifs qui consomment notoirement une quantité extravagante d'énergie, et ce choix ressemblait à une contradiction. En effet, c'est bien notre voracité énergétique qui est la cause du dérèglement climatique, alors quelle cohérence peut-on voir dans le fait de parler d'écologie sur un support qui, bien que ne dégageant pas de CO2, n'en est pas moins furieusement anti-écologique ? Cette contradiction n'en est une que si l'on pense que le message consistait à encourager chacun à améliorer le présent, à pousser les citoyens à faire pression sur ses gouvernants pour prendre des mesures courageuses. Cette campagne prend en revanche tout son sens si l'on se résout à admettre que son véritable but était de rassurer le public en rendant le réchauffement climatique abstrait et lointain, en laissant entendre que les gouvernants du

monde travaillent à améliorer la situation. Ils servent finalement à nous rassurer, à soigner notre angoisse de l'avenir par cette preuve en images que la vie continue.

Les exemples d'écran que nous avons sérendipitairement rencontrés mentent sur les raisons de leur existence. Déguisés en dispositifs d'information ou de réclame fonctionnels et rationnels, leur utilité affirmée est potentielle et semble souvent céder au simple fait qu'ils existent, c'est leur présence qui est leur raison d'être. Ce ne sont donc souvent pas de véritables messages qui sont diffusés, mais des images – des formes, des couleurs, des lumières, du mouvement – qui sont disposées ça et là pour nous rassurer : la machine tourne.

---

## Figures

(indication pour la graphiste : les figures peuvent être placées n'importe où, en fonction des contraintes de mise en page)



Gare de Tarbes, le 18 juillet 2019. Un « totem d'information » dont l'affichage permanent affirme être capable de diffuser des informations utiles mais n'en fournit aucune.



Gare de Tarbes, le 18 juillet 2019. Un écran promet qu'il affichera bientôt des informations utiles.



Couloirs du métro Châtelet : des écrans publicitaires allumés vantent l'économie d'énergie qui est réalisée lorsqu'ils sont éteints.

Autres figures possibles :

- un visuel du Lumino de Nicolas Schöffer (droits à vérifier, image à demander aux ayant-droits ?)
- le premier écran mentionné dans l'article (j'ai sans doute, chez moi)
- les photographies d'ours polaires en publicité pour la Cop21 (j'ai, chez moi)