

Extraits du compte rendu du Nagazi-Spectrums-Shearsh-Group<sup>1</sup> après l'approche à l'aveugle du Paysage Audiovisuel Français, à la Cité Internationale Universitaire de Paris en novembre 2007, sur une invitation du collectif Glassbox:

Comme en témoigne l'extrait vidéo de la première retransmission, la météo n'était pas particulièrement bonne ce 10 novembre 2007, un temps d'automne typique en France. Le facteur vent étant insuffisant, l'éolienne n'a quasiment pas fourni d'énergie, les captations étaient donc essentiellement le produit de l'ensoleillement du jour. Nous avons réalisé 90 minutes de vidéo afin de rendre compte de ce « non-événement » médiatique mais l'archivage n'est absolument pas au centre de nos préoccupations : *Music For Masses #2* s'éprouve en direct, nous voulions produire de « l'ambient music » ou de la météorologie médiatique au sens littéral...

#### *De la pluie et du beau temps*

D'ailleurs ce dispositif fonctionne au « premier degré » : en tant que météo-dépressifs, nous pensons que le P.A.F., au même titre que tout paysage, est soumis aux aléas météorologiques. La consommation télévisuelle d'un lieu va, par exemple, augmenter proportionnellement à sa pluviométrie ; un orage, quant à lui, conditionnera un arrêt de l'appareil de réception. Les nombreuses incidences de la pluie et du beau temps sur nos comportements d'auditeurs et/ou de téléspectateurs pourraient être ici énumérées et recensées, mais cela ne relève pas des attributions du Nagazi-Spectrums-Search-Group. C'est néanmoins ce type de constatation essentiel qui nous a amené à placer « la météorologie » référent touristique et facteur de sociabilité<sup>2</sup> universel, au centre de notre dispositif expérimental d'observation de la sphère médiatique. Autres spéculations capitales qui illustrent l'influence des phénomènes atmosphériques sur notre société, les lois de proximité journalistique, et plus particulièrement celle du « Mort-kilomètre » que nous synthétiserons librement comme suit : la prévision d'intempéries dans notre région devient plus importante que l'accident sur la route des vacances qui se déroule à 200 km, et que le génocide à 2000. Cette déontologie lucide qui érige la mitoyenneté géographique et/ou culturelle au rang d'étalon principal de notre conscience du monde, dicte actuellement la conduite de la quasi totalité des médias. Il nous est donc apparu fondamental de rendre un modeste et absurde hommage sculptural à ce principe de hiérarchisation de l'information. C'est donc par tautologie plastique que notre instrument de mesure favorise une étude globalisante et approximative de la forme neutralisée<sup>3</sup> médiatique et que nos diffusions se restreignent au voisinage immédiat. N'étant ni des professionnels, ni des analystes de renom de la médiatisation, nous assumons parfaitement cette position de néophytes ou, c'est selon, de touristes du P.A.F., nous irons même plus avant en nous intronisant éboueurs-dilettantes de l'environnement médiatique.

#### *De l'écologie médiatique*

À défaut d'être « libre », *Music For Masses #2* est une radio-balai, qui recycle, compile, et réordonne chaotiquement les transmissions radiophoniques. Si la machine entraîne une mise en abîme aléatoire de ces émissions, elle n'y ajoute strictement rien. Perroquet des ondes, elle n'est que le révélateur de ce qui nous est donné à entendre quotidiennement. Il s'agit d'un système de tri sélectif arbitraire par « le temps qu'il fait » de l'*entertainment* diffusé à la population. Le dispositif recompose ainsi, à notre place, une partie de la masse d'informations que nous devons habituellement gérer seul : pourquoi et comment organiser de manière cohérente une corbeille audiovisuelle contenant des interférences, un calembour de Philippe Bouvard, une chanson de la Nouvelle Star, le résultat de Lyon-Bordeaux et l'annonce de la crise financière<sup>4</sup>...? *MFM#2* va fournir une classification automatisée et écologique de tels éléments : c'est à dire qu'elle va structurer selon une logique environnementale instantanée, le phénomène de désinformation (inhérent à la surproduction de données) et le synthétiser en un objet sonore que nous pourrions qualifier de « compost médiatique ». Certes, ce média-terreau offre une vision fragmentaire incomplète et compressée du panorama étudié, mais il propose une alternative « statistique » à des systèmes de mesure subjectifs. À l'image de la quasi totalité des productions médiatiques de notre société, ce fumier hertzien obéit à des critères quantitatifs et non qualitatifs. L'objet d'un tel dispositif étant d'obtenir une « radiographie », un cliché sonore du P.A.F. le plus objectif possible, afin de trouver des solutions de retraitement des « infos usées » ; leur recensement historique actuellement proposé comme méthode unique nous apparaissant pédagogiquement aussi utile qu'un

herbier pour la gestion des déchets nucléaires.

### *Du facteur X*

Le N.S.S.G désirait également réactiver un geste expérimental primitif<sup>5</sup> que la grande majorité de notre génération, née entre 1960 et 1981<sup>6</sup>, a pratiqué sans doute de 3 à 6 ans « le free radio-tuning ». Cette expérience, ébauche enfantine du « turntablism » consiste à prendre un transistor quelconque et à en moduler aléatoirement les fréquences. Le sujet passera ainsi manuellement d'une station à l'autre jusqu'à la fameuse « radio-martien » de fin de bande, créant ainsi, par un mouvement de va-et-vient, son premier mixage électronique improvisé.

Pour expliquer les intentions liées à cette attitude résolument « techno », qui n'a toujours pas fait, à notre connaissance, l'objet d'études approfondies, nous formulerons deux hypothèses : cet acte conduirait à échapper, de manière ludique, aux conventions académiques d'un langage utilitariste et dépersonnalisé. Il pourrait également s'agir d'une démarche intuitive de communication avec d'autres espèces que l'homme. Générateur autonome de « chants-dada-médiatiques », MFM#2 s'inscrit donc dans cette tradition de relativisme ethnocentrique par l'irrationnel<sup>7</sup>.

Autre référence à cette génération qualifiée de X<sup>8</sup>, le titre même de la pièce et l'analogie formelle entre le dispositif et une pochette d'un album homonyme de Dépêche Mode. Non, que le collectif ait décidé de rendre hommage à la production musicale de ce groupe, mais nous nous devons d'assumer le premier phénomène de réminiscence visuelle dont nous avons été victime. C'est en 2002 au Québec, lors des premiers tests publics du prototype, qu'un observateur, épais mélomane<sup>9</sup>, nous a fait redécouvrir la jaquette que nous connaissions effectivement mais que nous avons oublié. Le projet s'appelait alors « F.M.AIR ». Cinq années plus tard, lors de l'élaboration de la version définitive, nous réalisons qu'il était impossible pour des raisons de politesse élémentaire et de sérieux scientifique de l'affubler d'un #2. Nous avons alors opté pour ce nom légèrement modifié, qui faisait par rebonds successifs, allusion au dit pop-band, mais surtout au magazine féminin éponyme, synthèse visionnaire de « fashionable » et d'informations qui préfigurait l'actuelle évolution médiatique.

### *De la logique de l'écho*

Au vu des réactions, lors du vernissage, de l'audience qui nous a à plusieurs reprises demandé quels samples nous utilisons, et afin d'être en totale conformité avec les nouvelles lois de libres-échanges culturels, nous tenons à clarifier le fonctionnement audio de la pièce : comme exposé précédemment, nous considérons la réalité médiatique comme un écosystème, et c'est donc par rigueur logique que nous avons utilisé un système d'écho afin de la sonder. S'il y a effectivement un phénomène de répétition produit par cet effet de réverbération, sa durée est courte et constante (mise à part l'alimentation en énergie la météorologie n'affecte aucun paramètre dudit effet) chaque captation est donc traitée « audiophoniquement » de façon similaire. À l'opposé d'un échantillonneur, cette machine à discours est dépourvue de mémoire, la navigation au sein de la sphère médiatique se déroule ainsi sans boîte noire. Cependant, nous avons constaté sur nos relevés l'omniprésence de termes économiques faisant allusion à une dépression (non atmosphérique), ainsi qu'un phénomène de répétition patronymique régulier et constant. Le Nagazi-Spectrums-Search-Group décline toute responsabilité relative à un contenu alarmiste et propagandiste du recyclage médiatique produit par son anémomètre sonore. Le groupe adopte sur le langage, un point de vue scientifique, il envisage la parole pour ce qu'elle est physiquement : un son, une vibration de l'air, du vent. Notre appareil ne produisant que des transmissions aléatoires, et n'ayant, au même titre que tout citoyen, aucun contrôle sur le Paysage Audiovisuel Français, nous ne pourrions être accusé d'une volonté de standardisation de ce dernier. Nous tenons également à déclarer que nous ne téléchargeons aucun fichier sur internet et que nos rediffusions sont à but non lucratif. Nous serons gré aux organismes compétents de ne pas entamer de procédure concernant les droits d'exploitation ou de copyright.

### *Synthèse et premières conclusions*

Après expérience, nous constatons que ce prototype fournit un « bulletin météo sonore » du paysage radiophonique d'un lieu donné à un instant T, et donc par extrapolation, une image partielle de la « réalité médiatique » de ce même lieu. Image partielle, car pour l'instant nos moyens nous limitent à une approche spéculative radiophonique du matériau médiatique. Malgré une introduction au P.A.F. sans visuel, nous avons l'intime conviction, que ces premiers « scans sonores radiophoniques » constituent un progrès non négligeable pour une étude plus objective, du chaos ordonné (ou réalité) de panoramas médiatiques internationaux.

Et nous pouvons d'ors et déjà avancer avec certitude qu'il n'est désormais plus nécessaire d'attendre la fin du journal pour connaître la météo...

---

<sup>1</sup> Institut de recherche et développement en réminiscences sonores et visuelles absurdes, telles que les jingles publicitaires, la musique ou la vidéo de supermarché, d'ascenseur, « d'ameublement », la « musak » « l'ambient » [...], le Nagazi-Ghost-Shearsh-Group affirme croire plus au karaoké qu'à la science ou la religion pour incarner l'être humain...

<sup>2</sup> En société, le Nagazi-Spectrum-Search-Group ne parle que de la pluie et du beau temps.

<sup>3</sup> Ne pas y voir un jugement de valeur, mais une contraction poétique du terme *neutre* et du nom du vent *alizé*, faisant allusion au fonctionnement de la machine.

<sup>4</sup> Nous nous permettons de classer ici la crise financière comme un événement ordinaire car, la majorité de nos membres étant nés après le choc pétrolier de 1973, il s'agit selon nous d'un état de normalité capitaliste.

<sup>5</sup> D'un point de vue ethnologique, nous sommes convaincus que ce geste est antérieur à son pendant télévisuel car le libre accès à la télécommande, même pour cette génération qualifiée de « télé » ou du « zapping » était soumis à un contrôle parental extrêmement sévère.

<sup>6</sup> Né trop tard pour vivre la Beat Generation sans préservatif, et trop tôt pour espérer devenir quelqu'un dans Secondlife, difficile en effet d'adhérer totalement à la réalité virtuelle pixelisée d'un Amstrad 6128.

<sup>7</sup> Nous reconnaissons ici l'influence des dadaïstes opposant la dérision et l'irrationalité à l'absurdité universelle, cependant comme les vrais, nous sommes contre.

<sup>8</sup> On ne peut s'empêcher de penser que le choix de cette lettre par les « spécialistes », est sans doute plus lié à leur propre comportement face à la démocratisation télévisuel du porno qu'à une absence de repères identitaires de notre génération. Le N.S.S.G. croit également que la techno communauté laissera un message après le Beat, et que nous ne sommes pas encore définitivement passé de Sonic Youth à la *cynique youth*...

<sup>9</sup> En québécois dans le texte.