

## Penser par les images : *Subliminal Thinking*

Alexandra Midal\*

### Abstrait

*Pratiquer un esperanto des images compréhensible par tous est au cœur du projet de projections d'images réalisés par Charles et Ray Eames (Harvard, Norton Series@6, 1971). Réalisations étonnantes, elles reposent sur la conviction que l'idée peut prendre la forme d'une image, et son horizon peut la délivrer du langage. Dans les faits, l'avalanche d'images et le rythme intense des projections des Eames ne permet pas aux spectateurs, même les plus attentifs, de les appréhender convenablement. Par conséquent, le message des films ne peut prétendre se placer au niveau de l'intelligibilité et de la logique. En ne sollicitant que la vue, on peut se demander que veulent communiquer les Eames ? Le langage est-il si peu nécessaire ? Et quelle est la nature de cette transmission ?*

*Ce rapport à l'image (pédagogique avec Art X, 1953 et grand public avec The Information Machine, 1962) représente-t-il une extension corticale, une parodie des Situation Rooms (Colomina, 2001) ou une expression politique (Turner, 2013) ? Une telle profusion ne relève-t-elle des expériences de manipulation mentale développées au cours de la guerre froide avec les artistes (MK Ultra) ? Les liens entretenus par Eames avec IBM et George Nelson qui travaillent pour l'armée, n'ont-ils pas influencé le montage des Eames ?*

*L'objet de cet essai consistera non seulement à examiner cette œuvre méconnue des Eames, à mesurer l'effet de ce dispositif sur l'inconscient et la psyché des spectateurs, mais surtout à dévoiler de nouvelles lignes de force entre leur œuvre et les recherches en manipulation mentale qui se déployaient dans les laboratoires américains. On se demandera enfin si ces projections ne livrent pas une inintelligibilité volontaire proche des images subliminales, et à quels desseins ?*

**Mots clés :** *Mind Control, Dispositifs, Images subliminales, communication visuelle, Eames, Nelson, Education by images, Design, Projection, Films, Montage, CIA.*

---

Dans un entretien donné en 1940-1942, Ray Eames revient sur une anecdote datant des premières années de mariage du couple des designers américains les plus importants du vingtième siècle (M. Neuhart, 2015:44). À peine arrivés de Cranbrook (Michigan), et récemment installés en Californie, au volant de leur Fiat décapotable d'occasion, Ray a pris l'habitude d'emmener et de chercher Charles qui officie dans les studios de la Metro Goldwyn Mayer en tant que décorateur de plateau. Souvent, le soir venu, le couple se gare à quelques encablures d'un drive-in de quartier pour y regarder des films projetés sur grand écran. Les deux tourtereaux ont du mal à joindre les deux bouts, et ne peuvent se payer le ticket d'entrée : ils regardent donc des films sans son. Loin de n'être qu'une anecdote, cette pratique des débuts dévoile un fil conducteur méconnu de l'œuvre des Eames ; elle démontre l'importance qu'ils

accordent à la puissance des images et à la signification du montage. Structurée notamment par la théorie de l'information de Shannon dont Charles Eames est familier et auquel il emprunte surtout l'idée qu'il incombe au récepteur de reconstituer l'information à partir d'éléments transmis, on comprend combien le couple de designers veut accorder une primauté du visuel sur la discursivité. Cette conception permet de repenser totalement l'œuvre des Eames car non seulement elle inverse le rapport conventionnel entre les images et le design industriel en plaçant les images au centre et le design industriel à la marge de leur pratique, mais surtout elle dévoile que le couple caresse un idéal de communication parfaite et non-verbale.

Pratiquer une langue commune à tous, autrement dit un esperanto des images compréhensible et partagé par tous est l'objectif visé par les projections d'images réalisées par

les Eames. C'est à l'occasion de la série des Norton conférences, les six conférences prestigieuses données par Charles Eames à Harvard entre octobre 1970 et avril 1971 que le public découvre les fameuses triples projections d'images made in Eames. Images en mouvement, depuis plusieurs années déjà, le couple maîtrise l'art du montage. Depuis leur premier essai concluant avec *Rough Sketch for a Sample Lesson for an Hypothetical Course* de 1952, depuis aussi le célèbre *Glimpses of the USA* (1959), ou l'exposition *IBM Information Machine* à Bruxelles en 1958 et surtout depuis *Think* dans le pavillon IBM à la World's Fair de New-York en 1964 pour ne citer que les plus marquantes manifestations des dispositifs d'images rompant avec la narration linéaire inventés par les Eames. Chacune des conférences qui composent les Norton Series alterne montages d'images et discours de Charles Eames.<sup>1</sup> Projetées sous forme de triptyques, des centaines de diapositives : *Circus Slide Show*, *Day of the Dead*, *Movie-Sets*, etc. composent des ensembles. Et les allers-retours entre le récit prodigué par Charles Eames et les séquences de montages d'images rythmés forment un dispositif dual redoutablement efficace.

Mais au-delà de ces considérations liminaires, étant donné que les Eames ont travaillé avec des designers et des sociétés collaborant avec l'armée, en connaissant l'intérêt du couple pour les technologies et l'innovation, il est temps désormais d'avancer l'hypothèse d'une relation entre contrôle mental et dispositifs d'images chez les Eames. On peut se demander si la profusion d'images caractéristique de leurs dispositifs de projection ne relèverait pas d'une formalisation proche des expériences de manipulation menée par la CIA au sein du fameux MK-Ultra ? Dès la fin de la seconde guerre mondiale, le grand public prend connaissance de certaines de ces expériences de contrôle mental associées aux images subliminales. Ces dernières n'apparaissent qu'un instant et ne sont perçues qu'à un niveau inconscient. Depuis, leur existence non vérifiée a généré angoisse et fascination auprès du grand public.

<sup>1</sup> « En donnant ses conférences Norton, Eames a attiré fortement l'attention sur ses films et ses montages diapo, qui duraient de quelques minutes à 10 ou 15 minutes. Ses films examinent un seul sujet, habituellement un concept abstrait, ils l'explorent et l'épuisent. Les films sont simples, des présentations élégantes et scientifiques, mises au point artistiquement. 'Le sujet est le médium et les films sont simplement un essai entre parenthèses' disait-il. » Lilian Kemp, "The Newgate Calendar," 9 Août, (1971): 35

L'objet de cet essai vise donc à considérer la mise en forme de dispositifs de vision à partir des triples projections simultanées des Eames<sup>2</sup>, et leurs relations avec les autres installations de visionnage multiples qu'ils ont conçus. On se demandera donc si l'ensemble de ces projections ne délivre pas une inintelligibilité à rapprocher des processus employés pour glisser des images subliminales, et le cas échéant, on observera à quels desseins de propagande les Eames ont su jouer avec ces mécanismes ?

## 1. Avalanche d'images : new narratives

*Rough Sketch for a Sample Lesson for an Hypothetical Course* marque la première incursion des Eames dans le design d'information. Ensemble avec Alexander Girard et Georges Nelson, Charles Eames se lance pour la première fois dans un montage d'images hétérogènes, mêlant aussi des sons et des commentaires sur un mode non-linéaire, et fondent une technique qui s'impose peu à peu comme leur signature. Pourtant, ce premier modèle de projection a été élaboré presque par accident. Invité en 1952 à donner une conférence à l'Université de Georgia, Nelson raconte avoir refusé puis hésité avant d'accepter la proposition du Dean, Lamar Todd. Au début, l'invitation du Dean à réfléchir à un enseignement inédit visant au décloisonnement des disciplines et à la métamorphose de l'enseignement en vigueur, ne le tente guère. Mais l'excellent accueil et la possibilité de s'associer avec Alexander Girard et Charles Eames ont raison de ses résistances. Peaufiné pendant cinq mois, le projet final visant à décloisonner les disciplines est achevé : il s'agit de la matrice d'un cours d'une longueur de cinquante-cinq minutes entremêlant images, films, musiques, et des odeurs synthétiques transitant par le système de ventilation du bâtiment, le tout commenté par Nelson et par Eames : « Le cours d'une heure magnifiquement élaboré commence par un projection d'un film de diapositives d'une durée de 10 minutes composé par Nelson. Suit un film de 10 minutes des Eames sur les « procédés de communication » ; une série de diapositives de Nelson (une à la fois, ou trois par trois) sur la question de

<sup>2</sup> « Le concept des triples projections était largement utilisé au bureau. Plus d'une douzaine de ces dispositifs de diapositives ont été réalisées au Eames Office. La sélection des diapositives était un procédé en constante évolution. » Eames Demetrios, *An Eames Primer*, (New York: Universe Publishing, 2001), 232

l'abstraction ; puis l'extrait d'un film français de 4 minutes sur l'évolution du lettrage et d'un fragment de film de 3 minutes sur la « calligraphie animée du son » dans un montage signé par les Eames. Le cours s'achève sur 10 minutes de montage réalisé par Nelson à partir d'un film sur l'art égyptien et sur l'architecture signé Ray Garner ; et, sur un dernier segment de film des Eames sur les « méthodes de communication ». (G. Nelson in S Abercrombie 1995 :145) L'unité sensible du projet s'impose pour la première fois comme le vecteur d'un format novateur d'enseignement et comme un modèle multimédia<sup>3</sup> reposant sur des sensations audio et visuelles : « Nous avons utilisé beaucoup le son, parfois en le poussant à un très haut volume afin que chacun puisse ressentir les vibrations... Nous l'avons fait parce que nous voulions amplifier l'attention [...] » (O. Gingerich in *American Scholar*, 1977: 331) L'objectif du cours est d'offrir un ensemble encore bruts d'éléments individuels à organiser : « c'était conçu comme un exemple de la manière dont les matériaux pourraient être utilisés pour servir de fondation à l'étudiant et à l'enseignant à partir desquelles déployer, développer et étendre un travail [...] C'était une approche d'apprentissage par la pratique transformée en "enseigne par la pratique".<sup>4</sup> En reposant sur les récentes publications sur la théorie de la communication, les Eames s'engagent dans une esthétique de la « corruption » d'images « concurrentes » reposant sur les théories de Norbert Wiener et de Claude E. Shannon, et leur emprunte une théorie des « informations plutôt que du sens. » (Office of Charles & R. Eames, 1990:144). C'est en donnant « au spectateur plus d'informations qu'il ne peut en assimiler (que ce premier essai de corruption des images) court-circuite les conduits normaux de raisonnement

<sup>3</sup> Les projections simultanées sur écrans multiples foisonnent au 901, le studio des Eames implanté à Santa Monica, Californie. On ne compte pas moins d'une douzaine de projections réalisées soit pour des conférences données par Charles, soit à l'occasion d'expositions (comme *Qu'est-ce que le design ?* l'exposition inaugurale du Centre de Création Industrielle à Paris en 1969). Les montages en sont régulièrement remaniés par Gordon Ashby et Jeannine Oppewall

<sup>4</sup> « On sait grâce à Alexander Knox que ces idées étaient déjà présentes depuis quelques temps. Le projet de *Lecture 1* [...] de 1945 en apporte la preuve, mais *Sample Lesson for a Hypothetical Course*, initié par Lamar Dodd à l'Université de Georgie à Athens en constitua un jalon fondateur. Charles et Ray, accompagné d'Alexander Girard, avait été sollicité par Dodd et George Nelson pour développer de nouvelles approches pour enseigner l'art [...] l'équipe décida de monter une 'Sample Lesson' afin de lui conférer l'importance qu'ils souhaitaient lui accorder : 'au lieu de rendre un rapport, nous firent un film, ou plutôt nous avons réalisé un programme d'une heure à partir de films, de diapos, de mots et d'extraits d'autres films' expliqua Ray. » Demetrios, "Interview by Ruth Caplan," *An Eames Primer*, 231.

inductif. » (P. Schröder, 1970:7) Mais à quelles fins s'engagent les Eames en altérant de la sorte les circuits traditionnels ? La modification des perceptions produit une autre circulation des informations où les détails ne sont ni ne perçus convenablement, ni dans leur entièreté, mais ces parti-pris systématiques tendent à inciter les spectateurs à lier ensemble des unités apparemment déconnectées en syntagmes, et de fait, à générer de nouvelles formes narratives. On retrouve ainsi cette même conception d'une narration laissée à la libre association des spectateurs dans la projection des 2200 images sur 7 écrans de *Glimpses of the USA*<sup>5</sup> à Moscou ou dans *Think*, l'installation composée de 22 écrans pour le pavillon IBM à l'exposition universelle de New-York.

### Cryptographie

Par conséquent, il revient au spectateur un rôle actif, il lui incombe de déchiffrer le flux surabondant des images et leur portée. Ce n'est nullement un hasard si les Eames se sont intéressés au code et au décodage, comme en témoignent leur propos dans *A Computer Perspective* où ils font mention de l'importance de la cryptologie :

« Depuis des centaines d'années, les codes et langages secrets ont constitué une spécialité isolée. Mais, en 1922, William Friedman publia un essai brillant reliant la cryptographie avec le champ fertile des statistiques mathématiques : 'L'Index des coïncidences et de leur application en cryptographie.' Ses intuitions l'ont amenée à maîtriser une quantité importante de techniques pour déchiffrer les codes et dans les années 1930, il a développé des installations de perforatrices de cartes à Pearl Harbor, Corregidor, et à Washington. Les succès de ces méthodes se sont avérés décisif pendant la Seconde Guerre mondiale. » (Eames,145)

<sup>5</sup> Ray Eames : « on a utilisé du film 70mm pour l'exposition à Moscou parce qu'il y avait une distance importante, et des écrans énormes. Le spectacle devait être vu par 5000 personnes [...] c'était la seule raison pour justifier la présence de tant d'écrans. Nous sentions que plutôt que de voir une image qui signifie une seule personne, en en voyant sept, ça impliquait un grand nombre, mais qui serait encore 'regardable'. Nous avons fait une quantité d'expériences, avec douze écrans, neuf, huit, et on a estimé que sept était manipulable, mais conservait cette qualité de "l'innombrable". » Ruth Bowman, "Oral History Interview With Ray Eames" (28 Juillet - 20 Août 1980), *Archives of American Art, Smithsonian Institution*, Archives of American Art, Venice, Californie. <http://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-ray-eames-12821>

Les Eames posent ainsi une relation entre le décodage et les mathématiques à travers le prisme de l'invention des primo-ordinateurs. Cependant, ils n'ignorent pas que Claude Elwood Shannon a été employé par les services secrets américains au cours de la seconde guerre mondiale dans le département de cryptographie. Et en connaisseurs des textes de Shannon, ils sont familiers de *The Mathematical Theory of Communication* (1949), le texte fondateur de la théorie de l'information rédigé à quatre mains par Warren Weaver et Shannon. La publication joue avec les rapprochements entre codage et décodage ; une approche qu'on retrouve dans *Communication Methods* et *Communications Process*, deux des films qui figurent dans *Rough Sketch for a Sample Lesson for an Hypothetical Course*.

Comme le démontre *Sketch*, les projections d'images sur écrans multiples sollicitant les sens<sup>6</sup> avec intensité du fait d'une information démultipliée, procèdent d'un principe de délégation confiée au spectateur qui est invité à établir sa propre narration à partir des connexions tout azimuts qu'il opère. Opposé à l'enseignement traditionnel, l'expérimentation du sens dans la discontinuité est érigée comme un principe d'exploration et de stimulation de l'expression personnelle. L'avalanche d'images des films en triple projection, où chaque séquence ne dépasse jamais plus de trois secondes, procède d'une dynamique semblable : dans tous les films des Eames, le sens se dérobe, et le seul moyen pour s'en saisir consiste à faire fi de la relative opacité créée par le mouvement continu des images qui se surimposent sur la rétine et à opérer un décodage, comme le ferait un espion formé aux techniques de la cryptologie.

En plus d'inventer un langage échappant à la discursivité, les Eames développent un langage visuel à déchiffrer. Ils orchestrent une production sollicitant sans interruption le cerveau, le portant à l'extrême limite de ses capacités, cela afin qu'il compose de nouvelles connections et des agencements à partir de la banque de données en images livrée sans mode d'emploi. Le couple défend l'idée d'un partage du savoir et d'une pédagogie en action échappant aux conventions (à la fois celles du

cloisonnement entre les disciplines enseignées, et aussi entre enseignants et élèves) en le livrant simultanément et à tous. Dans les faits, la profusion d'images et leur cadence ne permet pas aux spectateurs, même les plus aguerris, de les appréhender dans leur totalité. Le message des films ne peut se placer au niveau de l'intelligibilité et de la continuité, mais dans le même temps, il accentue la sensation qu'une réception commune de fragments d'informations est délivrée au service de l'idéal démocratique. (F.Turner, 2013 :23)

### Projections démocratiques

Dans l'analyse innovante qu'il mène dans *The Democratic Surround: Multimedia and American Liberalism from World War II to the Psychedelic Sixties*, Fred Turner dépasse l'analogie cerveau-machine entre les dispositifs de projections et la cybernétique fréquemment convoquée pour analyser le design d'information des Eames pour démontrer que derrière la désincarnation des flux d'images projetées en continu, se joue l'adoption de principes démocratiques. Inspiré conjointement par le concept de la « Nouvelle Vision » de Laszlo Moholy-Nagy, de la *Gestalt Theory* du « Langage of the Mind » et de l'engagement du corps dans l'espace total de l'œuvre de Herbert Bayer, l'expérience visuelle des Eames revisite des théories qui viennent de gagner les Etats-Unis :

« En premier, les artistes comme Moholy et Bayer devaient gagner de quoi vivre dans les années 1950 en Amérique, et pour cela, ils ont appliqué énergiquement les techniques qu'ils connaissaient aux opportunités intellectuelles et professionnelles qui leur étaient offertes ici sur place. Deuxièmement, les techniques de la « New Vision » de Moholy et du « Field of Vision » de Bayer permettaient de résoudre un problème pour les Américains qui voulaient promouvoir la morale. Si la communication fasciste était instrumentalisée pour façonner les individus en une classe irrefléchie, ces modes de voir promus par le Bauhaus avait été conçus pour servir le projet opposé: à l'instar des cours de propédeutique, ils exigeaient des individus qu'ils s'emparent des images déployées et qu'ils les tricotent ensemble à leur façon et dans leur propre tête. Au cours de ces étapes, ils

<sup>6</sup> « Sample Lesson était une explosion de tous les sens, un véritable cirque sur-saturé. Les étudiants étaient simultanément assaillis par trois carrousels de diapositives, deux magnétophones, un film sonore et des tableaux périphériques pour les distraire au maximum. » Allene Talmei, "Eames," *Vogue*, (15 Août 1959): 144.

reformeraient ainsi à la fois leur psychisme fragmenté et, potentiellement, la société elle-même. » (F.Turner, 2013 :82)

Pour démontrer le rôle politique des stratégies d'accrochage de photographies au mur dans les expositions, Turner examine deux propositions immersives. A partir de *The Task of Press is the Education of the Masses* d'El Lissitzky exposée dans le pavillon soviétique à Cologne en 1928, un modèle revisité par Bayer, il oppose le *Baugewerkschafts Ausstellung* à Berlin de ce dernier au *Tenth Anniversary of the Fascist Revolution* de Giuseppe Terragni : un conséquent photomontage de textes et d'images présenté à la *Mostra della Rivoluzione Fascista* au Palazzo delle Esposizioni à Rome en 1932. Pour Turner, les deux projets

« sont également fasciné par le pouvoir des spectateurs environnants avec des images venus influencer leurs idéaux [...] Et pourtant, bien que ils partagent une conception d'un environnement total des écrans, les images de Bayer étendaient le champs de la vision du spectateur en lui présentant une alternative distincte à la psychologie, à la politique et à l'esthétique fasciste. » (F.Turner, 2013 :90)

À la dissolution de l'individu dans la totalité sociale découlant de la présentation bord à bord de Terragni où « les expositions fascistes présentent des environnements menaçants dominés par une seule idée : les gens devaient se fondre et fusionner en unique machine, valorisée and investie par ses dirigeants » (F.Turner, 2013 :91), répond une relation préservée et dialoguant la collectivité en tant que sujet autonome, grâce à l'accrochage des images qui même si elles abondent et sont en grands formats, sont visuellement éloignées les unes des autres par des interstices comme dans les expositions de Bayer ou comme chez les Eames.

Dans l'exposition paradigmatique *Think* des Eames, au sein de la structure ovoïdale signée Saarinen, le couple conçoit pour IBM un espace immersif de vision doté de projecteurs 35mm synchronisés et mis au service d'une performance qui explicite la manière dont le cerveau résolve de la même manière des problèmes complexes ou simples. En rapprochant ce fonctionnement du cerveau de ses possibles applications computationnelles, le couple imagine une expérience unique où la

démonstration scientifique s'entremêle avec le divertissement. Face à une projection enlevée mêlant films et photographies sur 22 écrans géométriques de dimensions et formes variées : cercles, triangles, carré, rectangles, le spectateur reçoit en cascade des explications et des illustrations sur la capacité d'abstraction du cerveau. Ces immersions s'appuient sur les théories que György Kepes a développées dans *Langage de la vision*, ouvrage que Charles Eames a lu avec soin. Kepes y exprime la nécessité des artistes à créer des œuvres aux fins de communiquer du sens le plus efficacement possible, et permettant à chacun de retrouver et d'harmoniser la cohésion perdue dans l'environnement chaotique produit par le monde moderne. La restauration démocratique du sujet disloqué trouve ainsi un moyen de se construire grâce aux images. Il s'agit même d'un « acte d'intégration » (G. Kepes, 1944 :13), ou « médium d'éducation inestimable » (G. Kepes, 1944 :13), qui tient à l'association entre l'ordre de l'image et l'ordre social.

## **2. From World's Fair to World War (B. Katz, 1996 :12)**

Les Eames sont depuis longtemps convaincus que l'idée peut prendre la forme d'une image. Dans les faits, les spectateurs font face à une avalanche de visuels dont le rythme intense des projections ne lui permet pas de les appréhender comme il convient. Le message communiqué ne se place pas au niveau de l'intelligibilité, de la continuité ou de la logique, mais en abandonnant la maîtrise du contenu transmis à la seule sollicitation des perceptions audio et visuelles, on peut s'interroger sur la nature de la transmission qu'espèrent opérer les Eames ? Dans leurs montages multimédias, on imagine aisément les images jouer le rôle de vecteur d'information prêts à s'insérer de manière subliminale et à s'implanter sournoisement dans les esprits.

La pratique des images subliminales réunit des flashes de lumière, des sons, ou l'intrusion non-repérée par le cerveau, d'images, cela afin d'induire des comportements involontaires et inconscients commandités à distance. Souvent associé aux techniques de persuasion employées par les publicitaires, ces derniers en ont fait la découverte en notant que l'image d'un produit insérée subrepticement dans un film avait incité à la consommation des spectateurs. Par subliminal, il s'agit de l'ajout d'une ou

plusieurs images pendant une fraction de secondes dans un film. La rapidité de son exposition ne lui permet pas d'être consciemment enregistrée par le cerveau et l'étude vise à mesurer si dans ce cas, ces images ne manipuleraient pas le spectateur à son insu. Aux Etats-Unis, cette prise de conscience commerciale et publique date de 1957, année où James Vicary, un commercial travaillant dans la publicité, a augmenté ses ventes après avoir inséré des messages vantant la consommation du popcorn et de coca-cola dans des films projetés dans un cinéma. « La preuve anecdotique semblait confirmer le pouvoir totalitaire de type Big-Brother d'ordres dissimulés qui se seraient glissés « en-dessous du seuil de la conscience » (J. Elliston, 1998 - 1999) L'année suivante, en 1958, intriguée par ces révélations, la Central Intelligence Agency (CIA) commande *The Operational Potential of Subliminal Perception*, une étude sur les images subliminales (R. Gafford, 1958), restée classifiée jusqu'en 1994. Les productions des Eames se développent en parallèle du déploiement de ces nouvelles stratégies de manipulation et de consommation<sup>7</sup>, ainsi que des débats sur l'existence et la puissance des images subliminales. Par conséquent, à l'instar du critique d'architecture Manfredo Tafuri, on pourrait se demander si l'explosion d'images dont il est question n'a pas joué le rôle de « prélude à un tout autre genre de contrôle de la production » (M. Tafuri, 1979 :117-122) La question de la relation de ces techniques de l'information avec les lois libérales du marché, la publicité et l'industrialisation est palpable et pose la question des croisements avec le langage subliminal. Kepes apporte une réponse partielle en estimant que l'artiste publicitaire s'impose alors comme l'unique horizon salutaire de l'art, mais cela ne suffit pas à répondre définitivement à la question qui reste ouverte. En attendant, les conclusions de Richard Gafford, l'auteur du document commandité par la CIA sont hésitantes et laissent la question insoluble : l'insertion d'images a-t-elle un réel impact sur les décisions des sujets, ou bien ces opérations ne seraient-elles qu'un mythe ? S'il a fallu que ce conditionnement devienne un sujet public pour que la CIA décide d'engager une étude, Gafford rappelle en préambule que loin d'être nouvelle,

la manipulation par les images subliminales a été examinée dans ses laboratoires depuis plus de 70 ans, explique-t-il, où la CIA a mené des expériences de conditionnement liées aux perceptions extrasensorielles.

Bien que le sujet fascine le public et intéresse les services secrets depuis longtemps, la guerre froide et l'espionnage réactivent et amplifient un intérêt pour ce type de recherches. Et il s'inscrit dans le programme secret MK-Ultra qui se consacre à diverses expérimentations allant du lavage de cerveau et du conditionnement mental. Inauguré par Allen Dulles en 1953 et confié au médecin-psychiatre, le Dr. Sidney Gottlieb, il s'avère que des années après « des enquêtes du Congrès ont révélées que les scientifiques du programme MK-ULTRA avaient mené plusieurs sérieuses expériences sur des citoyens malgré eux qui avait prétendu que les manipulations subliminales étaient semblables à une promenade dans un parc. Quand on associe la CIA au subliminal, on peut être sûrs d'une chose : ses agents de contrôle mental n'auraient jamais exclus des opérations subliminales sur la base de considérations éthiques. (J. Elliston, 1998 -1999)» Pourtant, plongé au cœur de la « Cold War on the Mind », comme la qualifie si justement John Marks, l'auteur d'*In Search of the Manchurian Candidate*, la place brigüée par les installations multimédia des Eames qui utilisent aussi des vagues successives d'images placées dans la totalité de l'espace un rythme effréné ne permettant pas de faire le tri, ni de mesurer l'impact de telles images sur son cerveau, en utilisant donc des pratiques qui sont aussi employées pour l'implantation d'images subliminales dans le cerveau de victimes non consentantes au même moment, les Eames mettent leur projet au service d'un voyage mental particulier qui caresse d'autres objectifs. Car si le monde industriel a fracturé la psyché comme le postule Kepes dans son *Language of Vision* (1944), un des ouvrages influents pour Eames, son intention est de la restaurer et de l'unifier (Tuner, 256). On peut en mesurer notamment la vigueur avec *Glimpses of the USA*, le film de 13 minutes de propagande pro-capitaliste commandé par la United States Information Agency (U.S.I.A.) au parc Sokolniki à Moscou. 7 bobines projetées simultanément imposent aux visiteurs russes un contre-projet au socialisme de l'URSS avec la présentation de la démocratie américaine opulente. Mais derrière la propagande, les Eames espèrent

<sup>7</sup> La publicité a déjà utilisé les ressorts de l'inconscient. Sur le sujet, voir le célèbre essai de 1928 d'Edward Bernays, *Propagande*. Comment manipuler l'opinion en démocratie, (Paris: La Découverte, 2007)

permettre aux spectateurs de s'affirmer en tant que sujets indépendants et autonomes comme ce fut leur intention avec *Rough Sketch for a Sample Lesson for an Hypothetical Course*.

Dès le début des hostilités, dès le début de la Seconde Guerre mondiale, les designers américains industriels ont été incités à rejoindre les forces secrètes de l'armée. On connaît les propositions de dessin des Situation Room d'Henry Dreyfuss comme celles de Saarinen. Préoccupé par la mise en place d'une « philosophie de présentation » (Barry Katz, 1996 :7) pendant la seconde guerre mondiale, le Département de la communication visuelle récemment créée a regroupé de nombreux designers à penser le traitement des informations de nature et de supports différents et leur présentation dans les Situation Rooms. Pendant que Saarinen est nommé chef de la Special Exhibits Division, Donal McLaughlin, l'ex-assistant de Walter Teague, rejoint la Secret War Room. Le Département de Visual Presentation est formé en 1941 et se consacre aux formalisations non verbales et symboliques. L'équipe nouvellement formée à partir d'animateurs de dessins animés, de designers et d'artistes y expérimentent des techniques favorisant la circulation d'idées aux fins de produire de nouveaux formats d'exposition d'images simultanées et de faciliter la captation d'importantes sommes d'informations. La proximité et l'amitié entretenue par les Eames avec Eero Saarinen et Buckminster Fuller soulève la question de l'influence de ces typologies de présentation d'images et de médiums hétérogènes dans un même espace sur le travail des Eames. C'est l'hypothèse que lance Beatriz Colomina en ces termes : « Que les Eames aient su quelque chose de ce projet, durant les années de guerre, reste peu clair ; mais il est très probable qu'ils en aient pris connaissance après la guerre, étant donné leur amitié avec Fuller, Saarinen et Dreyfuss. » (B. Colomina, 2013 :53)

« En 1970, dans le contexte de la deuxième conférence Norton, Charles fit référence à la salle des opérations [...] : 'Dans la gestion d'une ville, à coup sûr, le discours linéaire ne tient pas la route. Nous imaginons une salle de contrôle municipal ou un centre de santé mondial (plutôt comme une salle des opérations) où toute l'information par satellite et autres sources puissent être

contrôlées, Le *World Game* de Fuller est un exemple. (Norton 1970-1971 :54) »

À y regarder plus précisément, on peut en effet se demander si les techniques multimédia propres aux expositions des Eames ne conditionnent et n'intiment pas une forme d'expérience qui relève de symboliques liées au codage et au décodage et à la manipulation subliminale ? Difficile de trancher sur ce point, mais il ne fait aucun doute que les Eames ont utilisé les images pour valoriser les valeurs patriotiques et les idéaux démocratiques et capitalistes de leur nation. On ne peut donc pas balayer d'un revers de la main toutes interactions sous prétexte que leur manipulation est simpliste, naïve et vraisemblablement inefficace d'autant qu'il existe des points troublants de recoupement entre leurs décisions esthétiques, les Situation Rooms pendant la guerre et les techniques de persuasion basées sur les images développées par la CIA au cours de la guerre froide. Et est-il véritablement possible de mesurer l'effet des dispositifs des Eames sur l'inconscient et sur la psyché des américains, et de dévoiler de nouvelles lignes de force entre leur œuvre et les recherches en manipulation mentale qui se déployaient dans le secret des laboratoires américains ?

### **Une puissance invisible**

Ce qui nous intéresse ici consiste à souligner la manière dont un ensemble de caractéristiques – dont le scénario, la déconstruction du sens, la perte de repères ainsi que la perte de la cohérence et de la continuité, et la sollicitation des sens et des sensations – a établi une pratique de guerre froide et qui appartient plutôt aux instruments de contrôle habituellement utilisés pour la publicité, le marketing et la guerre psychologique. Revenons donc sur les montages de diapositives multimédia, que le studio désigne sous le nom de films, et pour lesquels Charles Eames emploie le mot-valise d'« expositions de l'attention » ou « *Awareness Shows*. » Ce dispositif audio et visuel vise « en associant la vue avec le son [...] à regrouper et à développer des relations émotionnelles » (Charles Eames, 1953)

« Depuis plusieurs années nous avons utilisé la photographie comme un outil d'information. Comme l'information dont nous avons besoin pour communiquer s'est développée dans une urgence et une

complexité exponentielle, nous nous sommes de plus en plus impliqués dans le médium de l'image en mouvement et dans une banque de données d'images de multi-photographies. » (Charles Eames, 1969)

Pour les Eames, l'image supplante le discours tandis que l'idée peut prendre la forme d'une image, et son horizon peut la délivrer du langage :

« Les mots et la communication sont si fragiles que pour capter l'attention on a décidé de créer une information simultanée sur des écrans. Les informations sont toutes liées, ça ressemble à la vision qu'on a quand on conduit une voiture, on regarde plein de choses à la fois même si on ne s'en rend pas compte, c'est la manière dont les idées fonctionnent en relation les unes avec les autres 'nous continuons à construire des idées grâce aux relations entre les images.' » (Charles Eames, 2015 :257)

Impressionné par les images, les multi-écrans des Eames conditionnent le public dans un état mental de réceptivité avancée qui présuppose l'acceptation de l'inconscient du sujet placé dans un état quasi hypnotique. Incombe au récepteur de reconstituer l'information à partir d'éléments transmis. Pour les premiers spécialistes de l'hypnose, comme le docteur Alfred Binet ou Hippolyte Bernheim, cet état de réceptivité est inscrit naturellement dans le fonctionnement du cerveau. Naturellement, la primauté du visuel sur la discursivité n'a pas été toujours acclamée ni considérée comme une réussite. De fait, la confusion créée par le flot d'images en a même irrité certains comme Mina Hamilton. Peut-être était-elle insensible à la manipulation, elle n'en était pas moins sensible à l'esthétique des projections de Eames :

« Au début, les techniques semblaient parfaitement s'adapter au projet conceptuel, mais la succession rapide d'images jetées sur l'écran placée loin les uns des autres crée parfois de la confusion, et souvent est frustrant – en particulier du fait de la beauté et de la précision de chaque cliché ou 'prise' [...] La vitesse de l'exposition [...] est si importante qu'une personne n'a pas assez de temps (à l'inverse de son expérience dans une exposition statique) pour décider de ce qu'elle veut voir ou ne pas voir elle

appréhende donc sur un mode aléatoire les différents ensembles d'information. En un sens, ce que les Eames ont accompli avec le film dans l'exposition IBM est de représenter ce désordre comme s'il s'agissait d'une symphonie ou d'un ballet : une succession d'images et de sons se déplaçant si rapidement à travers le temps et l'espace qu'ils ne peuvent être isolés, reconnus, ou retenus par la mémoire comme des événements individualisés, mais qu'ils sont entrelacés pour fonder une impression totale. Le résultat en forme de kaléidoscope est écrasant et 'spectaculaire', mais il est surtout trop fragmenté pour être entièrement réussi. » (Mina Hamilton, 1964 : 36-38)

Néanmoins, l'aspiration des Eames à inventer un esperanto des images détaché de toutes autres formalisations, échappant aux règles du langage, voire le supplantant, repose sur la conviction que l'idée a le pouvoir d'être traduite par des images. Nul hasard donc si les Eames s'aventurent dans ces territoires hypothétiques d'une autre communication, et flirtent avec les techniques du contrôle mental.

L'inconscient sur lequel repose le subliminal présuppose l'existence d'un territoire sous-terrain à la conscience, et dans le champ de la psychologie il pose une distinction entre les perceptions des sensations, un axe qui n'est pas étranger à l'univers mental de Eames qui confie : « Pendant des années, j'ai essayé l'autohypnose en me regardant au-delà d'une bougie devant un miroir » (Charles Eames, 1970). Inséparables des notions de perte de contrôle de conspiration, et d'influence, le subliminal joue avec les idées délicates de manipulation essentiellement dans le domaine de la publicité et de la culture populaire des médias : il s'agirait d'inciter à la consommation par des techniques de manipulation qui force l'assentiment du consommateur contre son gré. Aux États-Unis, les premiers débats publics sur le sujet coïncident avec l'âge de l'information dès les années 1950, et si le subliminal a souvent été associé à des images s'insérant dans le flux d'une narration visuelle, son pouvoir est toujours soumis à questionnement : est-ce un leurre, une escroquerie ; une technique ou une donnée scientifique ?

Si l'hypothèse d'une relation entre les Eames War Rooms a été effleurée par Colomina, et que les rapprochements entre démocratie, et



expositions multimédia ont été étudiées par Fred Turner, poser une parallèle entre le contrôle mental, les images subliminales et MK-Ultra et les installations multimédia des Eames n'a jamais fait l'objet de recherche et cet essai soulève pour la première fois la question de la puissance quasi-hypnotique des images et de la sollicitation des sens dans ce contexte, et souligne ses implications étonnantes pour l'histoire des images, de la théorie visuelle et du design pendant la guerre froide. Les Eames activent un lien invisible entre culture visuelle et pensée, et souligne l'importance des films à livrer un message sensible. Les projections qu'ils mettent au point dès le début des années 1950 activent le modèle idéal d'une transmission fluide, ce fantasme de communication directe échappant au langage parlé.

Inviter la mémoire, les relations, la libre association, les connexions tenues par une avalanche de sollicitation audio et visuelles, sont des pratiques utilisées parallèlement par des scientifiques et des psychologues travaillant au sein d'organismes secrets.

Mon hypothèse ici n'a pas consisté à associer directement les travaux de projection d'images et de projets grand public des Eames comme une mise en œuvre au service du contrôle mental, mais à soulever la question d'une possible infiltration de ces pratiques de contrôle mental dans le champ du design. Cette question est bien connue et a été étudiée dans le champ de l'art, mais elle a été négligée et n'a pas fait jusqu'à présent l'objet d'études dans le champ du design, bien qu'elles ont irriguées - inconsciemment ? - le travail des plus importants designers américains du 20<sup>ème</sup> siècle.

Pour conclure, si cet essai dévoile que les Eames ont caressé un idéal de communication parfaite, non-verbale et télépathique, il permet surtout de repenser totalement l'œuvre des Eames en inversant le rapport habituel entre les images et le design industriel, et en déplaçant comme ici les images au centre et le design industriel à la marge de leur pratique de designers, il modifie aussi la définition du design.

---

## Reconnaissance:

Cet essai a bénéficié du soutien du FNS/SNF pour le projet de recherche: Mind-Control.

---

## Bibliographie

- Abercrombie S. 1995, *George Nelson, The Design of Modern Design*, Cambridge, Mass. : MIT Press
- Bernays, E. 2007, *Propagande*. Comment manipuler l'opinion en démocratie, Paris: La Découverte
- Bowman, R. 1980, "Oral History Interview With Ray Eames", 28 Juillet - 20 Août 1980. In *Archives of American Art, Smithsonian Institution*, Archives of American Art, Venice, Californie, [Online] <http://www.aaa.si.edu/collections/interviews/oral-history-interview-ray-eames-12821>
- Eames, R. & Charles, 1990, *A Computer Perspective*, Cambridge, Mass. et Londres, Angleterre: Harvard University Press
- Eames, C. 1953, "Arch In Lecture," n°1. In *Archives Eames Office LLC* (eamesoffice.com).
- Eames, C. 1969, *What is Design?*, Washington DC : Library of Congress.
- Eames, C. 2015, "Graphex Speech, The 1964-65 New York World's Fair". In Daniel Ostroff, *An Eames Anthology*, New Haven et Londres: Yale University.
- Elliston, J. 1998 -1999, *Mind Control, Subliminal Persuasion*, [Online] <http://www.oocities.org/area51/shadowlands/6583/project196.html>
- Gafford, R. 1958, *The Operational Potential of Subliminal Perception*, vol. 2, Printemps, [Online] [https://www.cia.gov/library/readingroom/docs/DOC\\_0000606555.pdf](https://www.cia.gov/library/readingroom/docs/DOC_0000606555.pdf)

- Hamilton, M. 1964, " Films at the Fair 2" In *Industrial Design*
- Jones V.J. 2006, "Un art publicitaire ?". In *Études photographiques*, 19 décembre,[Online]  
<http://etudesphotographiques.revues.org/1262>
- Katz, B. 1996. "The Arts of War: 'Visual Presentation' and National Intelligence," *Design Issues*, vol. 12, n°2
- Kepes, G. 2006, *Language of Vision*, Chicago: Paul Theobald.
- Neuhart, M. 2010, 2015. *The Story of Eames Furniture*, Berlin: Gestalten.
- Owen Gingerich, O. 1977, "A Conversation with Charles Eames". In *American Scholar*, 46, n°3
- Schröder, P. 1970, "Poetry of Ideas: The Films of Charles Eames". In *Film Quarterly*, Printemps, 1970
- Turner, F. 2013, *The Democratic Surround: Multimedia and American Liberalism from World War II to the Psychedelic Sixties*, Chicago: University of Chicago Press.
- Tafuri, M. 1973, 1979, *Projet et utopie de l'avant-garde à la métropole*, Paris: Dunod
- 

### **Notice biographique :**

Alexandra Midal, PhD, Professor in history and theory of design HEAD – Genève, Haute école d'art et de design / University of Art and Design, Geneva (Switzerland). Ph.D Supervisor, Ecole Polytechnique Fédérale (EPFL), Lausanne. Guest lecturer, Cours d'histoire de l'art, Musée d'art Contemporain (CAPC), Bordeaux. Research interests : Design and Politics, Visual Culture, Mass Media, High and Low, Mind Control, Visual Arts and Science, Design and Cinéma, Outcomes of the Industrial Revolution in their cultural forms such as Danse Machine & Weimar Republic, Serial Killing in Pre-industrialized America.