

## Matière Vidéo

### Goliath Dyèvre

---

Number 110, Spring 2017

Grégory Chatonsky : Après le réseau  
Grégory Chatonsky: After the Network

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/85051ac>

[See table of contents](#)

---

#### Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

#### ISSN

2368-030X (print)

2368-0318 (digital)

[Explore this journal](#)

---

#### Cite this article

Dyèvre, G. (2017). Matière Vidéo. *ETC MEDIA*, (110), 48–53.



48

**GOLIATH DYÈVRE**

—

**MATIÈRE VIDÉE**

Nous nous sommes rencontrés pendant une résidence à la villa Kujoyama à Kyoto en 2014, et dans la différence même de nos disciplines, l'art et le design, nous avons échangé des idées et des images, nous avons partagé des mondes. Il était question de maisons vides, de temples portables qui ouvraient vers un autre univers, de jardins que nous arpentions jour après jour, de la façon dont la matière du monde était produite. Nous avons commencé à travailler sur la réalité augmentée, mais en l'inversant, c'est-à-dire en produisant une réalité qui attendait son augmentation numérique. Nous sommes partis trois mois en Nouvelle-Zélande au sein de Colab, un centre de recherche en innovation.

Pendant ce séjour, nous mettions en scène nos discussions en les enregistrant. Un jour, il me posait des questions et le jour suivant, c'était à mon tour. Nous tournions toujours autour de la question des objets et de la matérialité, de l'apparente surproduction du néo-libéralisme et du désir qu'elle suscite, de l'épuisement de la planète. Je crois que c'est ce que nous partageons : le souci de notre époque, le désir de se saisir des flux qui s'oublie dans la banale quotidienneté. Nous développons un matérialisme intégral intégrant la Terre, les objets industriels et les entités numériques. Toutes ces poussières d'étoiles.

Depuis des années, Grégory produit des œuvres en très grand nombre et dans cette surproduction, il y a sans doute le désir de répondre aux flux contemporains dans lesquels nous sommes plongés. Nous partageons l'intuition qu'il y a une qualité propre à la quantité excessive. J'aimerais explorer, du point de vue du designer-objet que je suis, les raisons profondes de cette surproduction à l'ère des hyperobjets conceptualisés par Timothy Morton, que ce ceux-ci soient industriels ou informatiques.

## UNE ÉQUATION DU DÉSIR

C'est donc de l'objet de production industrielle dont j'aimerais parler ici. De son existence et de sa perception. Il me semble

que l'objet produit en grande série est dissocié de son désir intrinsèque. Son désir existe en dehors de lui-même.

Un objet d'avant la production de masse (d'objets, d'histoires et d'images) n'avait-il pas presque tout le désir d'être possédé en lui-même? Je parle d'un objet sans histoire. Il a été fabriqué là, il est vendu là, il est utilisé là, rien de plus que cette présence localisée. Si on regarde le style du mobilier avant l'ère industrielle en France, il n'y a que des styles régionaux : l'armoire normande, le vaisselier de Provence, et ainsi de suite. La question que je me pose est de savoir si un objet qui existe à des millions d'exemplaires ne doit pas créer un grand désir en dehors de lui pour rester désirable dans chacune de ses unités. L'objet a été dessiné là-bas, il est fabriqué vers là, il est transporté comme ça, on se perd dans l'histoire et dans un immense réseau de dépendances. Un objet produit en très grand nombre reconfigure notre désir et notre imaginaire.

C'est comme si ce mode de production diminuait le désir propre de l'objet en lui faisant perdre son caractère unique et rare. En suivant ce fil de pensée, on pourrait dire que le désir intrinsèque lié à un objet est divisé par le nombre de répliques. On doit donc rajouter un désir extérieur au désir intrinsèque pour que l'objet reste désirable. Dans une causalité absurde, on pourrait dire que plus la production en série est élevée, plus le désir lié à l'objet est en dehors de lui, dans l'histoire que l'on raconte, dans des affects associés par le récit. On pourrait estimer que plus l'objet est produit en masse, moins il a d'intérêt en lui-même, la masse a de l'intérêt, le système dont il fait partie a de l'intérêt, mais l'objet en lui-même en a peu.

La logique voudrait que la qualité de l'histoire racontée soit également proportionnelle à la quantité des objets produits. Cette logique exclut la crédulité et la répétition du message devenu mot d'ordre consumériste. L'achat n'est alors plus qu'une solution de décompression pour faire face à la surcharge cognitive d'un message répété en boucle.

On pourrait donc écrire l'équation de l'objet sans désir intrinsèque où :

O = Objet  
d = désir de posséder un objet  
s = Production en série  
Od = Objet désirable  
Os = Objet de série  
Osd = objet de série désirable  
h = histoire que l'on nous raconte

Et selon cette logique alors nous avons :

$d$   
\_\_\_\_\_ = Os  
(OxX)

$Os \times h = Osd$

Un Osd est donc un objet de série désirable, un objet de consommation, une marchandise.

## LE VIDE COMBLÉ

Le pétrole a permis par la chimie d'une part et par le moulage d'autre part la production d'objets à des vitesses vertigineuses et des échelles jamais imaginées. Face à cette production massive, il n'est nécessaire de produire qu'une seule bonne histoire à raconter. Le moule qui sert à produire ces objets doit régulièrement être renouvelé, environ tous les 10 000 à 100 000 pièces. L'histoire doit également être renouvelée régulièrement pour stimuler le désir. Tout cela tient donc avec une bonne histoire et un moule solide.

L'intérêt du moule vient du vide qu'il laisse et dans lequel peut s'engouffrer par injection de la matière. Le moule c'est l'objet vide, c'est le vide mille fois, dix mille fois comblé et vidé. L'Osd est un vide comblé : le vide du moule et le vide du désir créé par l'histoire qui nous est racontée.

On moulait déjà des objets avant le plastique (nous parlons ici des plastiques à base de pétrole), la céramique, pourrait-on dire, est un plastique noble. Mais le plastique a permis une économie de masse, il n'a pas

besoin de sécher pendant des jours, il n'a pas besoin de moule en plâtre. Les moules du plastique sont en acier, ils ne s'usent pas aussi vite que le plâtre. La préoccupation de durabilité s'exprime dans l'outil qui permet de produire et pas dans l'objet produit. L'outil doit être durable, l'objet, lui, s'échappe. Il s'échappe de l'usine par des camions, alors on ne peut pas savoir combien de temps il va durer. Il faut même intégrer son obsolescence rapide afin de pouvoir maximiser l'utilisation de l'outil productif.

La céramique, c'est de la terre moulée dans de la pierre, du gypse en poudre humidifiée. Le plastique, ce sont des fossiles liquides moulés ou extrudés dans de l'acier. Le moule en plâtre est moulé sur l'objet fabriqué à la main. Le moule en acier est fabriqué par soustraction, en enlevant du métal là où on a besoin de mettre du plastique. Pour faire un moule en acier, on peut n'avoir jamais vu la forme fabriquée une première fois. Le concepteur de l'objet peut donc n'avoir jamais expérimenté la forme en volume.

## MONDIALISATION LOGISTIQUE

Pour transporter ces objets, il y a des conteneurs standards qui se posent sur des bateaux et sur des camions. Un conteneur est une unité evp (équivalent vingt pieds) dans lequel est contenue, selon les dimensions, une quantité plus ou moins importante d'objets, dans un volume de 33 mètres cubes. Des millions d'evp circulent chaque jour sur la mer et sur les routes et font apparaître des millions d'objets dans nos magasins.

On se doute du comment ces objets sont arrivés là, mais cela reste une lointaine abstraction. Il y a une certaine magie à ne jamais voir les objets fabriqués ou transportés. On va même jusqu'à ignorer les employés de magasin qui mettent les objets en rayons, comme gêné par le magicien ivre qui nous révèle «son truc». Ce phénomène magique d'apparition des objets peut inciter à parler en Occident de société post-industrielle, où tout est immatériel, où le travail est en «mutation» et où bientôt, grâce

au coût marginal zéro induit par l'impression 3D additive, tout sera gratuit.

Si la pensée occidentale est post-industrielle, la consommation, elle, n'a jamais été autant industrialisée. Le monde n'a jamais été plus matériel, le travail plus pénible pour des millions de personnes, l'utopie version 2.0 de Morris est une illusion coloniale rendue possible par la logistique des conteneurs. Cette grande illusion nous permet de continuer à consommer en temps réel des osd, des marchandises dont la raison d'être est d'être consommées vite pour vite être remplacées, obsolescence programmée des objets et renouvellement de la décompression affective. La marchandise comme un objet fantôme, un objet qui n'a plus le temps d'être conçu, plus le temps d'être utilisé, plus le temps d'être réparé, plus le temps d'être recyclé... C'est l'objet qui n'est jamais dans le présent. Il nous vient du futur. La consommation est toujours en avance sur elle-même, prétéritive elle ne cesse de s'anticiper. La consommation est insaisissable, elle est devenue un hyperobjet.

## LE COÛT EXTERNE

Le coût réel des osd est énorme. Par un autre tour de magie, nous ne payons en bout de chaîne qu'une partie du coût réel de l'objet. Cette économie grise (ou blanche ou noire) qui est l'impact hygiénique, climatique, social et politique de l'objet à toutes les étapes de son existence est souvent payée par les États. Voire pas encore payée parce qu'irréparable et déléguée aux générations futures qui n'en demandaient pas tant. Ces objets participent à nourrir le Léviathan de notre époque dont le réchauffement climatique est le plus évident des émissaires.

Ce Léviathan est passionnant, chacun d'entre nous le nourrit. En dehors de la logique «collapsologique» d'un monde sans êtres humains (après tout, est-ce si grave si nous disparaissions, ne sommes-nous pas une forme de pollution sur un caillou qui n'a rien demandé?), il représente un ennemi commun. La pollution issue de l'indus-

trie peut être vue comme le salut de l'être humain, un moyen de nous fédérer dans une situation désespérée.

## LES CHAUSSURES

Il y a des réponses quantitatives que l'on ne peut obtenir que par déduction. Par exemple, combien y a-t-il d'objets sur terre? C'est un chiffre fini. Si on se dit qu'en moyenne basse, chaque personne possède 100 objets (les disparités nord-sud sont si grandes que ce chiffre n'est peut-être pas si faux) alors on a en objets individuels :

$$100 \times 7,4 \text{ milliards d'habitants} = 740 \text{ milliards d'objets individuels}$$

On peut monter ce chiffre à mille milliards en y ajoutant les objets publics : routes, signalétique, objets culturels, etc. Sans compter tous les objets inutilisés, jetés et qui reviennent à la minéralité terrestre. Voyons voir si cette estimation est corroborée par une approximation basée sur un exemple quantifié. Si on imagine que toutes les marchandises sont des chaussures, on a comme prémisses :

$$\text{Dimensions d'un conteneur de 20 pieds} = 5.90 \times 2.35 \times 2.39\text{m}$$

$$\text{Dimensions d'une boîte à chaussures} = 30 \times 20 \times 15 \text{ cm}$$

Pour être absolument sûr, je fais une simulation 3D : on rentre 3135 boîtes à chaussures dans un conteneur de 20 pieds. Selon le site de la banque mondiale en 2000, 224 774 536 conteneurs de 20 pieds ont été livrés. On a donc :

$$224\,774\,536 \times 3135 = 704\,668\,170\,360$$

Cela fait donc 700 milliards et des poussières de chaussures. Toujours selon la banque mondiale en 2014, c'est 679 264 658, 406 conteneurs qui ont été livrés. On a donc :

$$679\,264\,658, 406 \times 3135 = 2\,129\,494\,702\,830$$





Cela fait donc deux mille milliards et des poussières de chaussures. Au regard de ces chiffres, l'estimation de mille milliards d'objets est probablement loin des faits.

## PRODUIRE, DIT-IL

Le désir est donc ultra sollicité. Il est saturé d'objets. L'ensemble du réseau de consommation forme un hyperobjet composé de ces sous-hyperobjets que sont le désir, la production, la logistique et la marchandise. Ce désir augmente le quotidien et nous acceptons que le vide se remplisse. Notre quotidien doit être plein parce que la production vide le désir qui en est le moule invisible. L'hyperproduction artistique dans laquelle s'est engagé Grégory Chatonsky est sans doute une façon de porter témoignage du décalage entre la matière et le désir, entre la technique et le monde, et de jouer la production contre elle-même à la limite même du néo-libéralisme. Le fait de travailler avec des objets ou du numérique est indifférent, parce que le second n'est en rien immatériel, il implique une imposante infrastructure et une logistique dont les data centers sont le symbole le plus frappant. Rien n'échappe, d'une façon ou d'une autre à la matérialité. Les désirs eux-mêmes font partie de ce réseau instrumental. Répondre, de quelque façon, à l'excès de la production contemporaine par l'excès d'un désir artistique, c'est sans doute une façon de faire percevoir de quelle façon la matière formée est hantée par un vide que rien ne pourra venir combler parce qu'elle est en son cœur.

---

*L'augmentation des choses* (2016). Avec G. Dyèvre. Sculptures. Habituellement, la réalité augmentée consiste en des données numériques superposées à une réalité analogique par l'intermédiaire d'une interface de synchronisation telle que des lunettes, une tablette ou un téléphone. Dans ce projet, nous inversons la relation de dépendance hiérarchique entre la réalité analogique et la réalité numérique en créant des objets matériels qui attendent leur augmentation numérique. En créant de tels objets, nous questionnons le concept d'objet selon un triple statut dont la formule pourrait être  $2 + 1$  : l'objet matériel isolé, la donnée numérique isolée et l'augmentation entre les deux. Ce triple mode d'existence de l'objet,

inséparablement numérique et analogique, est le signe d'une profonde évolution du digital en art. Avec le soutien de COLAB - AUT, Institut français. <http://chatonsky.net/augment>

*Neural Landscape Network* (2016). Impression numérique. 150 x 150 cm. Un logiciel apprend à reproduire la surface de la Terre avec des photos satellites. Des perturbations dans sa mémoire interviennent dans l'image et produisent une nouvelle surface abstraite mêlant les lignes humaines et les lignes non-humaines. <http://chatonsky.net/nln>

*D-esc* (2009). Impression numérique. <http://chatonsky.net/d-esc>

*Deep matter* (2016). Installation générative. *Deep Matter* est une imprimante 3D observée par une caméra pendant qu'elle imprime un objet. Cette impression est chorégraphiée : en transformant le gcode, l'imprimante se déplace, monte et descend. L'image est analysée par un réseau de neurones qui décrit ce qu'il voit. Ses erreurs d'interprétation permettent de choisir le second objet à imprimer, et ainsi de suite. Ces erreurs et ces impressions créent une collection d'objets surréalistes. L'imprimante produit la bande sonore de l'installation. Un film met en scène Norbert Wiener et la gelée grise. Avec le soutien du DICREAM, Ministère de la Culture. <http://chatonsky.net/deep-matter>

*L'augmentation des choses* (2016). Impression 3d. Un volume 3d a été coupé en deux dans un logiciel. Les deux parties peuvent être disposées à des distances variables. Entre les deux, grâce à une interface adaptée, on peut afficher une réalité augmentée. La dimension de l'objet numérique dépend de l'espace laissé vide entre les deux objets matériels. Avec le soutien de COLAB - AUT. <http://chatonsky.net/augment>







