

Leçon de choses

Au sujet de *Learning about Cars and Chocolates*, de David Askevold

Object Lessons

David Askevold's *Learning about Cars and Chocolates*

Emily Rosamond

Numéro 75, printemps-été 2012

Objets animés
Living Things

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/66427ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les éditions esse

ISSN

0831-859X (imprimé)
1929-3577 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Rosamond, E. (2012). Leçon de choses : au sujet de *Learning about Cars and Chocolates*, de David Askevold / Object Lessons: David Askevold's *Learning about Cars and Chocolates*. *esse arts + opinions*, (75), 30–33.

Tous droits réservés © Emily Rosamond, 2012

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

OBJECT LESSONS

DAVID ASKEVOLD'S LEARNING
ABOUT CARS AND CHOCOLATES



David Askevold, *Learning About Cars and Chocolates*,
capture vidéo | video still, 1972.
photo : © Askevold-Ready Studio, permission de | courtesy
of Musée des beaux-arts de la Nouvelle-Écosse, Halifax



David Askevold, *Learning About Cars and Chocolates*,
captures vidéo | video stills, 1972.
photos : © Musée des beaux-arts du Canada, Ottawa,
permission de | courtesy of Askevold-Ready Studio
Dépôt de la collection vidéographique d'Art Metropole,
Toronto, 1997

AV SUJET DE LEARNING ABOUT CARS
AND CHOCOLATES, DE DAVID ASKEVOLD

LEÇON DE CHOCOLATES

La vidéo de David Askevold intitulée *Learning About Cars and Chocolates* (1972) met en scène une étrange conversation. C'est un dialogue aux paramètres bien définis, conçu pour mettre en relief et synchroniser deux flots d'objets qui traversent une scène.

La caméra révèle, dans le coin supérieur droit du cadre, le torse d'Askevold et le bas de son visage ; il fait plus ou moins face au spectateur. Devant lui se trouve un demi-kilo de chocolats fins d'une boutique spécialisée ; à côté de lui, une fenêtre ouverte donne sur une rue de Londres. Chaque fois qu'une voiture passe, il demande : « De quelle couleur était cette voiture ? » ou « Quelle sorte de voiture était-ce ? ». Une voix hors champ répond : « Cette voiture était bleu marine », ou encore : « Elle était brune, un peu comme du cuir italien ». (C'est la voix de Jack Wendler, le propriétaire de la galerie londonienne qui expose les œuvres d'Askevold.) Askevold réagit en mordant dans un chocolat, puis il le décrit à Wendler : « Celui-ci est blanc. Saveur de vanille très prononcée, un peu d'ananas, petits morceaux de noix. Je ne suis pas sûr de la sorte de noix¹. » Il continue à poser des questions banales sur le kilométrage de la voiture, son prix, sa popularité, son conducteur ou sa vitesse, auxquelles Wendler répond obligeamment jusqu'à la voiture suivante. Puis le cycle recommence : « De quelle couleur était cette voiture ? »

Askevold conserve un ratio de 1 : 1 entre les voitures et les chocolats, ce qui transforme la circulation en marqueur chronologique d'ingestion. À quelques reprises, quand les voitures se suivent de près, il a à peine le temps de mordre dans les friandises et ses gestes sont précipités. À d'autres moments, le rythme est beaucoup plus lent ; on a l'impression qu'il lutte pour étirer le temps jusqu'à ce que, très abruptement, une nouvelle voiture passe et le force à interrompre sa dernière question pour en prononcer une autre très semblable. Cet étrange échange se poursuit pendant une vingtaine de minutes, jusqu'à ce qu'il ne reste plus de chocolat et qu'Askevold y mette fin en disant : « Je n'ai plus de chocolats. Ça suffit, je crois. OK ? Merci. »

Très peu de choses ont été écrites sur cette œuvre, et c'est malheureux. Elle soulève en effet avec une rare acuité certaines questions épistémologiques au sujet de l'action des objets. *Learning about Cars and Chocolates* examine ainsi la mesure dans laquelle les objets (spécialement les biens de consommation) peuvent produire les conditions mêmes par lesquelles ils attirent notre attention. Or l'acte investigateur lui-même remet les objets en cause, en suggérant que la perception n'offre qu'une prise précaire, partielle et toujours changeante sur les choses qu'elle perçoit. Les objets, ici, induisent une alternance rythmique entre la compréhension perceptuelle et conventionnelle.

Sorte d'ekphrasis poétique, *Learning About Cars and Chocolates* prolonge la sensation jusque dans le langage, la distance, les signes. Le langage augmente la portée des sens, mais, ce faisant, il étreint le cadre : nous assistons à d'autres actions qui sont totalement ignorées dans la description de la rue donnée par Wendler. Un chat vagabonde dans la scène, un avion passe, un homme traverse la rue, le vent fouette les cheveux d'Askevold. Ces « surplus » témoignent du caractère arbitraire de la proposition de base de la vidéo, ainsi que du caractère nécessairement réducteur de la construction de sens.

Quoi qu'il en soit de ce caractère réducteur, l'œuvre illustre un réseau de relations relativement complexe : deux flots de marchandises cohérents, mis en lumière par les sens et rendus au moyen de nombreux signes. Dans la conversation entre Askevold et Wendler, les sens du goût et de la vue, étroitement circonscrits, sont enchaînés l'un à l'autre. La description des chocolats que fait Askevold remplace ce que Wendler ne peut goûter ; les mots de Wendler remplacent ce qu'Askevold ne peut voir (avec une touche d'humour, puisque celui-ci pourrait facilement, semble-t-il, tourner

David Askevold's video *Learning About Cars and Chocolates* (1972) stages a strange conversation. It is a conversation with strict parameters, designed to highlight and synchronize two flows of objects that pass through a scene.

The camera reveals Askevold's torso and the lower part of his face in the upper right of the frame, facing more or less toward the viewer. In front of him is a pound of chocolates purchased from a specialty confectionery; beside him, an open window looks down onto a London street. Each time a car goes by, he asks: "What colour was that car?" or "What kind of car was that?" A voice answers from outside the frame: "That car was navy blue," or perhaps: "That was brown, sort of a shoe-leather brown." (The voice is Jack Wendler's, Askevold's London gallerist.) Askevold responds by biting into a chocolate and describing it to Wendler: "This one is white. There's definitely a strong vanilla flavour, and there's a little bit of pineapple in it, and little bits of nuts. I'm not sure what kind of nuts they are."¹ He continues to ask mundane questions about the car's mileage, cost, popularity, drivers, or speed, which Wendler obligingly answers until the next car comes around. Then, the cycle begins again: "What colour was that car?"

Askevold maintains a 1:1 ratio of cars to chocolates, turning the traffic into a time signature for his consumption. A few times, when the cars whiz by one after the other, he barely has time to bite into the chocolates and his gestures are hurried. At other times, the pace is much slower; there's a sense of struggling to fill up the time until, very abruptly, the next car goes by, cutting off the last line of questioning with a very similar one. This strange discussion goes on for about twenty minutes, until the chocolates are gone and Askevold ends the exchange with: "I'm out of chocolates. I think that'll be enough. Okay? Thank you."

This is a work about which, unfortunately, relatively little has been written. Yet it highlights epistemological questions about the agency of objects with unusual clarity. *Learning* examines the extent to which objects (and particularly commodities) can produce the very terms through which our attention is drawn toward them. Yet this very act of questioning puts the objects themselves into question, portraying perception as a tenuous, partial, and ever-changing grasp on the things it perceives. Here, objects produce an ongoing rhythmic interchange between perceptual and conventional understanding.

An ekphrastic poem of sorts, *Learning About Cars and Chocolates* extends sensation into language, into distance, into signs. Language extends the reach of the senses, but in doing so, it reduces the picture. We see other actions that never make it into Wendler's description of the street. A cat wanders through the scene, a plane goes by, a man crosses the street, the wind whips through Askevold's hair. These excesses bear witness to the arbitrariness of the video's premise, and to the necessary reductiveness of building an understanding.

Reductiveness aside, this work nonetheless portrays quite a complex set of relations: two congruent flows of commodities, illuminated by various senses and rendered in so many signs. In the conversation between Askevold and Wendler, two sensoria (succinctly focused) come into lock-step. Askevold's description of the chocolates fills in for what Wendler can't taste; Wendler's words fill in for what Askevold can't see (humourously enough, since it seems it would be very easy for him to look out the window if he wanted to). This scenario extends the individualistic limits of the sensoria; the body widens its cone of vision through borrowed eyes, lengthens the reach of its taste buds through dialogue. Sensation, here, is conceived not as a property of an individual body, but as awash with bodies, pinging between them, encrypted and translated at every turn. Nervous system, language and video: all are technologies for transforming sensation into sign.

A temporal flow links the two subjects to the flow of objects in a narrated present. Suspended in this present, Askevold's and Wendler's

1. Toutes les citations de cette description sont tirées de *Learning About Cars and Chocolates*, de David Askevold (Toronto: Vtape, 1972; vidéocassette de 20 min 42 s). [NDT Elles sont librement traduites.] Des remerciements spéciaux sont dus à Wanda Vanderstoop, chez Vtape, et à Jonathan Newman, au Musée des beaux-arts du Canada, qui m'ont offert leur aimable assistance pour trouver et obtenir la vidéo.

1. All quotations in this description from *Learning About Cars and Chocolates*, by David Askevold (Toronto: Vtape, 1972), videocassette, 20:42. Special thanks to Wanda Vanderstoop at Vtape and Jonathan Newman at the National Gallery of Canada for their kind assistance in locating and accessing the video.

la tête pour regarder par la fenêtre s'il le voulait). Ce scénario repousse les limites individuelles des sens; le corps élargit son champ visuel en empruntant des yeux, il augmente la portée de ses papilles par le dialogue. La sensation, dans ce cas-ci, est conçue non pas comme la propriété d'un corps isolé, mais comme un affleurement des corps, une résonance entre eux, cryptée et traduite à chaque instant. Système nerveux, langage et vidéo sont des technologies qui transforment la sensation en signe.

Un flux temporel lie les deux sujets au flot d'objets à l'intérieur d'un présent narratif. Suspendues dans ce présent, on ne dirait pas que les perceptions d'Askeveld et de Wendler remplissent des plages d'espace « neutre », mais plutôt qu'elles s'agglutinent autour des objets, charmées par leur mouvement, leur ostentation et l'intérêt bourdonnant qu'ils donnent à la scène. Les voitures et les chocolats – objets familiers ici fétichisés – avancent avec la cadence de marchandises sur une chaîne de montage. La terne régularité de l'expérience du consommateur reflète la terne régularité des techniques de production industrielle. Mais le miroir n'est pas parfait; les voitures arrivent à un rythme saccadé. Ce rythme irrégulier reflète, d'une part, l'effet de marée qu'a la régulation du trafic sur l'intervalle entre les voitures, et inscrit, d'autre part, le caprice ou la volonté de se mouvoir à distance, suivant une perspective sociologique plutôt que personnelle. L'idée d'une volonté personnelle vient s'interposer et elle est perçue comme un rythme.

En devenant consommateur, on doit souvent s'accommoder du langage tout fait de la consommation, « le recevoir » et lui accorder de parler en notre nom. L'idée même que l'on puisse avoir une vie intérieure complexe (voire conflictuelle) peut être reliée à l'essor de la culture de consommation. Dans la littérature anglaise du 19^e siècle, par exemple, la vie intérieure des personnages est d'une complexité jusqu'alors inégalée. Selon D. S. Lynch, de tels personnages ont fourni des repères aux lecteurs dans les relations sociales nouvellement marchandisées. Elle soutient que le flux massif d'importations nouvellement disponibles en Grande-Bretagne a forcé les consommateurs à s'approprier ces objets étrangers et que c'est grâce aux personnages de la littérature, devenus « technologies sociales² », qu'ils ont pu le faire. Remodelant leur propre intériorité, les lecteurs ont appris à se distinguer les uns des autres en s'identifiant à des personnages très différenciés, ce qui leur a permis de se conformer aux exigences subjectives de l'économie de consommation en pleine émergence.

Si les personnages que décrit Lynch donnent des leçons d'intériorité, Askeveld, lui, donne à voir le contraire : une démonstration des différents moyens de garder l'intériorité à distance. Les chocolats que goûte Askeveld sont faits – évidemment – pour être avalés par le corps (à l'intérieur duquel ils tracent un chemin), mais ils ne sont qu'à moitié consommés : l'artiste prend une bouchée et jette le reste. Les voitures – réduites par la perspective, elles sont à peine plus grandes sur l'écran que les chocolats – sont, elles, des intérieurs qui « avalent » leurs passagers, leur permettant en retour de déplacer la bulle de leur espace privé hors de chez eux, dans la rue. Mais ici, elles sont l'objet d'une attention plus ou moins indifférente. La vidéo ne rend jamais la complexité intérieure d'un personnage. Ce serait plutôt comme si les objets eux-mêmes possédaient une intériorité, de celle qui renforce la description de Lynch, mais la dépasse aussi. Voitures et chocolats témoignent de la production rhétorique d'une vie intérieure dans l'expérience du consommateur (à savoir le sujet-consommateur aliéné). Mais ils semblent imprégnés aussi d'une force intérieure propre, d'une « agentivité », une capacité d'agir de la matière. Suivant Ch. S. Peirce : « Si l'on regarde une chose de l'extérieur, si l'on considère ses relations d'action et de réaction avec les autres choses, elle apparaît comme de la matière. Si on la regarde de l'intérieur, si l'on considère son caractère immédiat comme sentiment, elle apparaît comme conscience³. »

2. Voir Deidre Shauna Lynch, *The Economy of Character: Novels, Market Culture and the Business of Inner Meaning*, Chicago, University of Chicago Press, 1998, p. 11 [ouvrage non traduit].

3. Charles Sanders Peirce, « La loi de l'esprit », *À la recherche d'une méthode*, trad. de l'anglais par J. Deledalle et M. Balat, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, 1993, p. 268.

perceptions do not cover swaths of “neutral” space so much as they gather around objects, lured by their movement, their conspicuousness, and the hum of interest that they carry through the scene. The cars and chocolates—fetichized though familiar objects—march on analogously to objects on a factory line. The bland regularity of consumer experience reflects the bland regularity of industrial production techniques. But it's not a perfect mirror; the cars come at a staggered rhythm. This irregular rhythm partly reflects the traffic regulations' tidal influence on the spacing of cars, and partly records the whim or will to travel at a remove, from a sociological rather than personal perspective. The idea of personal will comes in as a wedge, and is felt as a rhythm.

In becoming a consumer, one must often make do with the readymade language of consumption, “taking it in” and allowing it to speak on one's behalf. The very idea of having a complex (and even conflicted) interior life can be linked to the rise of commodity culture. In nineteenth-century British literature, for instance, characters were imbued with internal complexity to an unprecedented extent. Deidre Shauna Lynch argues that such characters helped readers to navigate newly commoditized social relations. With a massive influx of newly available imports in Britain, consumers, she argues, needed to learn how to turn these alien objects into private possessions. Literary characters functioned as “social technologies”² which allowed their users to do just that. Refashioning their own inwardness, readers learned to differentiate themselves from others by relating to highly differentiated characters, thus aligning themselves with the subjective demands of the emerging consumer economy.

If the characters Lynch describes offer lessons in interiority, Askeveld offers the opposite: a demonstration of various means through which to hold interiority at a remove. While the chocolates Askeveld tries are, of course, made to be literally taken in to the body (drawing a path through its interior), here they are only half consumed; the artist takes a bite and discards the rest. The cars—reduced in size perspectively so they are not much bigger on screen than the chocolates—are themselves interiors, taking their passengers in and, reciprocally, allowing them to take their bubble of private space beyond the home, into the street. But here they encounter an attention that lets them pass more or less indifferently. This video never gives us the interior complexity of a character. If anything, it is the objects themselves which possess an interiority—one which speaks to, but also goes beyond that which Lynch describes. The cars and chocolates bear witness to the rhetorical production of internal life in consumer experience (in the form of the alienated consumer subject). But they also seem imbued with their own internal force, an agency of matter. As Charles Sanders Peirce puts it: “Viewing a thing from the outside, considering its relations of action and reaction with other things, it appears as matter. Viewing it from the inside, looking at its immediate character as feeling, it appears as consciousness.”³

In order to be affected by matter's consciousness, Askeveld and Wendler render themselves somewhat mute. As viewers, we come to know something of the affective tenor of the two men's friendship. With a little outside reading, we might also identify the two characters as artist and gallerist. These are sparse, apersonal designations: stereotypes, or as Deleuze and Guattari would call them, psychosocial types.⁴ In short, we can learn of Askeveld and Wendler's respective *dispositions* and *positions* (in relation to each other and to their society, respectively), but not of *them*. They use nothing but the most mundane, clichéd language to portray a minimal range of predictable decisions. They wield attention, perception, and language according to a readymade premise, translating the experience of objects from one medium to another. They are “social technologies”

2. See Deidre Shauna Lynch, *The Economy of Character: Novels, Market Culture and the Business of Inner Meaning* (Chicago: University of Chicago Press, 1998), 11.

3. Charles Sanders Peirce, “The Law of Mind,” in *Philosophical Writings of C. S. Peirce*, ed. Justus Buchler (New York: Dover, 2000, 339-353): 353.

4. See Deleuze and Guattari, *What is Philosophy?*, trans. Hugh Tomlinson and Graham Burchell (New York: Columbia University Press, 1996), 62-5.

Afin d'éprouver la conscience de la matière, Askeveld et Wendler se font muets, en quelque sorte. Comme spectateurs, nous finissons par savoir quelque chose de la teneur affective de l'amitié qui lie les deux hommes. En lisant un peu entre les lignes, on peut aussi identifier ces personnages, l'artiste et son galeriste. Il s'agit là de désignations creuses, apersonnelles : des stéréotypes, ou, comme diraient Deleuze et Guattari, des types psychosociaux⁴. Pour faire court, disons qu'on peut connaître quelque chose des *dispositions* et des *positions* respectives d'Askeveld et de Wendler (dans leur relation l'un à l'autre autant qu'à la société à laquelle ils appartiennent), mais rien à propos d'eux. Ils n'ont recours à rien d'autre qu'au langage le plus éculé pour représenter une gamme minimale de décisions prévisibles. Ils modulent leur attention, leur perception et leur langage selon un principe convenu, en transposant leur expérience des objets d'un support à un autre. Ils sont, en somme, des « technologies sociales » produisant une attention désintéressée – un modèle d'appréciation esthétique issu des beaux-arts (ou même de la flânerie) –, qui supplante celle du consommateur « désirant ».

La caméra propulse la scène dans le futur, elle ouvre le dialogue à un troisième personnage percepteur. Tout comme dans la peinture de Manet, *Un bar aux Folies Bergère* (1882), l'image place l'observateur dans un rôle spatial et rhétorique semblable-mais-non-identique, celui de figure absente joué par Wendler (présent par sa voix seulement). Comme l'homme du tableau, Wendler (en tant que galeriste d'Askeveld) est un mécène ; il accorde à l'artiste une attention que l'on peut qualifier sans trop de risque de désireuse, sûrement d'amicale, d'obligeante. Et comme Wendler, le spectateur qui accorde son attention à l'œuvre lui est obligé. Il ajoute aussi une image sensorielle incomplète aux précédentes, puisqu'il manque à la vidéo qu'il regarde une chose que les discours d'Askeveld comme de Wendler compensent sans arrêt : la couleur.

En matière de biens de consommation, la couleur peut dépendre de la vue, mais elle est aussi une question de goût. Quand on choisit un objet dans un ensemble relativement homogène, relativement méconnu (comment les différents processus de fabrication des moteurs se comparent-ils ?), la couleur individualise la décision, en permettant à qui la choisit d'intégrer le nouvel objet à un spectre caricaturé de préférences personnelles. Les couleurs des voitures – « bleu des mers du Sud », « cuir italien » – forment une sorte de code du goût personnel ; elles sont en même temps mnémoniques, puisqu'elles superposent sur le champ des voitures des couches « naturelles » de connotations matérielles. La couleur oriente la voiture vers un autre spectre d'objets imaginaires, qui correspond aussi au spectre imaginaire du goût du consommateur.

Par son scénario complexe produit pour montrer le quotidien, la vidéo d'Askeveld élargit la portée de la constitution arbitraire du choix du consommateur. En libérant une forme aberrante d'engagement sensoriel dans le langage ordinaire sur les biens de consommation, elle donne la mesure de la perméabilité de ce système ostensiblement clos. Comme si, en guise d'antidote à cette symbolisation fermée, assujettie, désirante, elle proposait le désintérêt – une attention naturelle, caractéristique de la pédagogie et de l'appréciation artistique. À moins que ce désintérêt ne soit qu'une apparence permettant à la sujétion de s'exercer ?

La question demeure en suspens, mais elle est posée, à tout le moins. Au moyen de la vidéo, les objets – et les conversations où ils s'enchaînent – produisent à leur propre usage un futur témoin, un spectateur inconnu à qui leur présence est offerte tandis qu'ils traversent un quartier londonien en 1972.

[Traduit de l'anglais par Sophie Chisogne]

4. Voir Deleuze et Guattari, *Qu'est-ce que la philosophie ?*, Paris, Les éditions de Minuit, 2005, p. 65-68.

Emily Rosamond est sculpteure, écrivaine et pédagogue. Boursière du Commonwealth et du CRSHC, elle poursuit actuellement un doctorat en arts à la faculté Goldsmiths de l'Université de Londres.

producing disinterested attention—a fine art (or even flaneurian) model for aesthetic appreciation displacing that of the desirous consumer.

The camera catapults the scene into the future, opens the dialogue to a third perceiver. Like Manet's *A Bar at the Folies-Bergère* (1882), the image places us in a similar-but-not-identical spatial and rhetorical role as the absent figure of Jack Wendler (who is present only through his voice). Like the man at the Folies-Bergère, Wendler (as Askeveld's gallerist) is a patron, and, presumably, faces the artist with a somewhat desirous, certainly friendly, obliging attention. Like Wendler, the viewers oblige the piece's premise with their attention. And they add another incomplete sensory picture to the pile, for their video vision lacks something that both Askeveld's and Wendler's speech continuously fills in for: colour.

When it comes to commodities, colour may be a matter of sight, but it's also a matter of taste. When choosing from a relatively homogenous, relatively little understood set of differences (how does one motor's manufacture compare with another?), colour personalizes the decision, allowing one to assimilate the new object into a caricaturized spectrum of personal fancy. The cars' colours—"robin's-egg blue" or "shoe-leather brown"—act as shorthand for personal taste; yet they are also mnemonics, layering "natural" material resonances onto the purview of cars. The colour funnels the car into another imaginary object-spectrum, which is also the imaginary spectrum of consumer taste.

Producing a complex scenario for witnessing the everyday, Askeveld's video widens the scope of this arbitrary constitution of consumer choice. Leaking an aberrant form of sensory engagement into the mundane language of commodities, it aims to show how permeable this ostensibly closed system can be. It offers disinterestedness—a certain unaffected attention, an attitude ascribed to pedagogy and art appreciation—as an antidote to this closed, subjectified, desirous symbolization. Or is this disinterestedness simply an imaginary outside which allows subjection to function?

This question remains unanswered, but it is, at the very least, addressed to someone. Through video, the objects—and the conversations that house them—produce for themselves a future witness, an unknown spectator to whom their presence can be addressed as they move through a London neighbourhood in 1972.

Emily Rosamond is a sculptor, writer and educator. She is currently a Commonwealth scholar and a SSHRC doctoral fellow in Art at Goldsmiths, University of London.