

ARTISTES NOMINÉS

IRIS & CEDAR

Surveillance

Installation temps réel, 2014

Chine

Ces deux artistes formés en art et en design, collaborent sur des thématiques liant les arts visuels et des données informatiques issues du monde concret, par exemple dans l'œuvre présentée, *Surveillance*, en utilisant les informations télévisées en continu. Deux poissons, l'un rouge (Sharky), l'autre noir (George) évoluent dans un aquarium où ils sont suivis par un système d'analyse en temps réel qui calcule leur trajectoire et la distance parcourue. Derrière le bocal à poissons, un écran projette leur image mêlée aux informations récoltées. Comme dans une performance, les poissons semblent parler entre eux des dernières nouvelles issues de Baidu News ou de BBC News Service. Mises à jour toutes les dix secondes, les données – les nouvelles, la vitesse, la distance – sont projetées en temps réel avec l'image des poissons. Un code QR est donné aux visiteurs de l'exposition leur permettant de prendre virtuellement la place d'un animal qui leur est désigné au hasard. Quand un participant humain endosse ce rôle, il peut soumettre ses propres thèmes et choisir les phrases projetées.

Cette installation met en évidence, par l'absurde, le paradoxe et parfois l'incohérence des divers rythmes contradictoires dans lesquels nous évoluons. Devenus poissons tournant en rond dans un minuscule bassin clos, les mesures qui cadencent nos vies – vitesse, distance, temps, deviennent ridiculement insignifiantes d'autant plus qu'elles sont confrontées à la rapidité des informations en ligne, l'une chassant l'autre inéluctablement, dans un tempo accéléré qui appartient aux seules machines.

Long Xinru (Iris) et Zhou Shan (Cedar) forment un duo d'artistes chinois basé à Londres. Tous deux sont diplômés de l'Université de Londres : Iris du Royal College of Art et Cedar de la fameuse Central Saint Martins College of Art and Design. Empruntant à la technologie informatique, aux arts visuels, comme au marketing et au storytelling – ces petites histoires que les publicitaires imaginent autour des marques pour mieux capter notre attention –, leurs œuvres questionnent la notion de réalité virtuelle et son incidence sur le comportement humain d'un point de vue psychologique et sociologique.



© ifva

*These two artists, who studied art and design, collaborate on themes linking the visual arts and computer data with the practical world – for example, in the work presented, *Surveillance* – by using continuous televised news streams. Two fish – one red, one black – swim around an aquarium, where they are monitored by a real-time analysis system that calculates their trajectory and the distance they travel. Behind the fish tank, a screen associates their image with the information generated. As though in a performance, the fish seem to talk to each other about the latest Baidu News or BBC News broadcast. Updated every ten seconds, the data – the news, speed and distance – are projected in real-time with the image of the fish. A QR code is given to the exhibition visitors, enabling them to take the place virtually of one fish randomly allocated to them. When human participants take on this role, they can submit their own themes and choose the sentences that are broadcasted.*

Through the absurd, this installation highlights the paradox and sometimes incoherence of the various contradictory rhythms in which we live. In becoming fish swimming endlessly around a tiny enclosed basin, the measurements that give rhythm to our lives – speed, distance and time – become ridiculously insignificant, especially since they are confronted with the rapidity of online information that constantly and inevitably replaces the previous data in an accelerated tempo typical of machines alone.

Long Xinru (Iris) and Zhou Shan (Cedar) are a duo of Chinese artists based in London. Both obtained degrees in London: Iris from the Royal College of Art, Cedar from the famous Central Saint Martin's College of Art and Design. Drawing on information technology, the visual arts, marketing and storytelling (those little tales spun by advertisers around brands to capture our attention), their works explore the idea of virtual reality and its impact on human behaviour from the psychological and sociological point of view.