

Doyon/Demers

Coefficient de réalité

Souriez, dira le photographe, le temps qu'il saisisse votre portrait, seul ou en groupe. Manifestement, cette prescription sociale nous enjoint de soutenir l'expression d'un sentiment de joie ou de bonheur. Signalons, à ce propos, que le sourire est dorénavant proscrit lorsqu'il s'agit de la photo destinée au passeport canadien. Ainsi : « Le sujet doit faire face à l'appareil photographique et avoir une expression neutre » et, bien évidemment, avoir la bouche fermée. Sans quoi, cela peut fausser l'identité de l'individu. Certes, le sourire donne l'impression de bien-être, toutefois, d'ordinaire, il s'agit d'une projection de soi soutenue par la représentation d'un *devoir-être* ou encore d'un *vouloir-être*. De sorte que le sourire participe à une certaine distorsion du réel. Ce qui, pour ainsi dire, donne à penser qu'une photo vaut mille mots et en cache mille autres.

L'idée que la photo ne puisse pas vraiment rendre dans son ensemble une action, intervention, performance ou manœuvre est un fait incontestable¹. Jamais une seule photo, ni même un assemblage inter-iconique de photos, à l'exemple d'*Azione Sentimentale* (1973) de Gina Pane, n'informe qui que ce soit de façon irréfutable quant aux odeurs, aux sons, à la durée ou à l'ambiance de l'événement ainsi capté. Et cela, même si le photographe, ou l'éditeur, cherche l'image qui retiendra l'attention et qui, à elle seule, rendra avec photogénie² l'essentiel de la situation. L'illustration photographique des performances s'inscrit ainsi dans une démarche pas si éloignée des Cartier-Bresson en quête du « moment décisif »,

justement par le fait qu'une photo n'est qu'un témoin fragmentaire de ce qui « a été ». Ceci dit, la photographie possède un caractère subjectif qui, en isolant et en cadrant telle ou telle partie de ce qui advient, n'est pas sans intérêt pour créer rumeur et spéculation relativement à l'œuvre évolutive, voire éphémère. D'ailleurs, pour Allan Kaprow³, l'intérêt de ce type de photographies se situe indéniablement dans « cette aura de quelque chose qui respire encore juste après sa saisie immédiate plutôt qu'un enregistrement documentaire réalisé pour nous permettre de juger⁴ ».

Bien que cette photographie de l'art vivant puisse inspirer une analogie avec la photographie journalistique⁵, il n'en demeure pas moins que le performeur mise aussi sur le potentiel manipulateur de la photogénie, de la mise en scène (improvisée ou préparée) et du photomontage dans son processus de création. Ainsi en est-il du photomontage du saut dans le vide d'Yves Klein (1960), réalisé à partir des clichés d'Harry Shunk, tout comme de la mise en scène de l'actionniste viennois Rudolf Schwarzkogler, *3rd Action* (1965). Cette dernière suggère la douleur intense d'une automutilation du pénis, amputation que plusieurs ont d'ailleurs attribuée à l'artiste alors que, dans les faits, c'est Heinz Cibulka qui se serait prêté au jeu. Quoi qu'il en soit, ces deux exemples témoignent à tout le moins que l'impression de réalité se dégageant d'une photo ne traduit peut-être pas la sincérité d'une situation vécue. Et, à ce compte, on conviendra qu'une situation vécue n'a pas besoin de médiation photographique ou autre pour ne pas être sincère. D'ailleurs, cette observation s'inscrit dans une proposition que nous avons formulée antérieurement pour aborder la réalité augmentée, non pas celle qui s'applique aux avancées technologiques visant à améliorer les capacités de nos sens, mais celle qui s'insère au cœur des relations interhumaines. Fondamentalement, cette réalité augmentée se rapporte à la conscience intuitive de soi — cette connaissance incarnée et floue de notre propre identité qui advient dans l'hétérogénéité du quotidien — laquelle est significativement fluctuante. Ne serait-ce qu'en regard du fait que dans son rapport à l'autre, l'individu superpose l'expression de ce qu'il est et celle de ce qu'il pourrait ou voudrait être. Nous parlons alors de réalité augmentée anthropologique.

Toujours est-il qu'à l'ère de la reproductibilité mécanique puis technologique de l'œuvre d'art, nous vîmes s'installer la reproductibilité instrumentale du quotidien dans un métissage de photographies, graphisme et images en mouvement. Ce foisonnement médiatique d'images composites se développe pour le compte de l'empire marchand qui, ainsi, nous vend des cadres et styles de vie auxquels adhérer pour un temps, au gré de nos désirs et besoins de nouvelles esthétisations de soi. Il s'agit, à n'en point douter, d'une forme de réitération de l'impératif — bien moderne — du développement de soi. Ce dernier trouvant sa concrétisation dans la construction de réalités, et de vérités, au sein d'une multitude d'identifications individuelles, qui sont, somme toute, à la mesure des modes de vie qui implorent dans l'esthétisation du quotidien. Et cela quitte à s'associer simultanément à une culture et à sa contre-culture.

Dans ce contexte de démocratie culturelle, on voit progressivement l'idée d'une intégration de l'art à la vie se répandre, favorisant la participation du plus grand nombre d'individus à des activités artistiques ou culturelles⁶ — et inversement, favorisant l'implication créative des artistes dans l'espace urbain ou rural et, au mieux, avec une communauté donnée. Pour nombre d'artistes en phase avec cette idéologie, ce phénomène vient radicalement transformer la traditionnelle approche de l'art. Pour eux, la relation art et vie a lieu dans la création de situations où la conjonction des processus de création, de production et de diffusion de l'œuvre d'art forme un tout impliquant de prendre en compte l'indéterminisme contenu dans l'action du spectateur. Longtemps confiné à un rôle de contemplation, il devient figurant, utilisateur, participant, interagissant...

Parmi les précurseurs de cette attitude, on se souviendra de Kaprow préconisant « un art qui ressemble à la vie (*lifelike art*) », Filliou annonçant, à même son principe de création permanente, que « l'art est ce qui rend la vie plus intéressante que l'art » et Beuys affirmant pour sa part que « chaque homme est un artiste ». Ces positions s'inscrivent évidemment dans la foulée révolutionnaire des années soixante, alors que se manifeste un véritable mouvement de désinstitutionnalisation de l'œuvre d'art : happenings, land art et autres pratiques aux dénominations aussi variées que performance, art d'attitude, *Mass Media Art* et *Space Art*, se réalisent dans des lieux non protégés de l'art. Toutefois, de cette posture jugée

utopiste, en raison même de l'union entre art et vie qu'elle sous-entend, nous ne retiendrons dans ce texte pas tant la corrélation du land art avec la nature et le document photographique, mais bien la transformation — hors de l'institution et hors les murs — à la fois d'une conscience en action, visant à rapprocher l'art des gens, et de cette même action en document photographique. Cette forme d'acculturation vient pourtant signer la réification d'expériences vécues comme art, en valeur photographique institutionnalisée et monnayable.

Quoi qu'il en soit, la photographie est ici abordée d'un point de vue non disciplinaire, c'est-à-dire en fonction de son utilité sur la palette des ruses et procédures d'infiltration dans divers champs de production. Ainsi, à travers des projets artistiques s'appuyant sur l'immixtion au sein de cadres de vie préexistants, l'apport du document photographique permet de soutenir des identifications, qu'elles soient corporatives ou professionnelles, et ce, sous l'apparat d'une spécialisation de type scientifique, journalistique, financier ou autre. Plus précisément, cette dynamique liée à l'apport du document photographique dans la construction d'identités sociales nous entraîne là où cela est particulièrement opérant, c'est-à-dire dans l'art Web. Car y ont cours, entre autres, des projets artistiques qui, s'immisçant dans le commerce électronique, transcendent, à différents degrés, l'une des spécificités d'Internet comme médium de création, celle de se distancier du portfolio⁷.

Le dimanche 27 novembre 1960, Yves Klein fait distribuer dans les kiosques à journaux parisiens un feuillet double plié en quatre, parodiant *France Soir*, et à la une de ce *Journal d'un seul jour*⁸ figure la célèbre photo du *Saut dans le vide*, mentionnée précédemment. À sa gauche se trouve « Théâtre du vide », un texte incitant à la fête, au spectacle du vide, en cette journée dominicale de congé hebdomadaire. Contenant trois photographies et dix-huit articles, ce journal sert ainsi d'espace de création et de diffusion à l'artiste qui en fait usage pour exposer ses intérêts et théories. Par-dessus tout, Klein y aura initié une mythographie que l'on ne finit pas de déconstruire encore aujourd'hui. D'un support médiatique à un autre, difficile de ne pas déceler quelques similitudes entre l'œuvre *Journal d'un seul jour* et les propositions d'artistes qui abordent Internet comme médium de création, notamment en s'appropriant les us et coutumes du e-commerce. En proposant des entités qu'il voudra semblables mais non identiques au modèle et



© Yves Klein, *Dimanche 27 novembre* (1960),
 avec l'aimable autorisation du
 Cabinet des estampes, Genève.
 Crédit photo : Nicolas Spuhler.



© Yves Klein, *Dimanche 27 novembre* (1960),
avec l'aimable autorisation du
Cabinet des estampes, Genève.
Crédit photo : Nicolas Spuhler.

dont la résonance n'est pas seulement artistique, l'artiste privilégie un art qui ressemble plus à la vie qu'à l'art. Une position qui, à bien des points de vue, est en lien avec celle de Kaprow. Ceci dit, sans oublier que dans l'intervalle, on a vu les restaurants, musées et autres formes de compagnies d'artistes plus ou moins fictives proliférer. Que l'on pense aux restaurants de Daniel Spoerri, de Les Levine ou de Gordon Matta-Clark⁹, ou encore au même Levine qui constituait son *Museum of Mott Art (MMA)*, en 1971¹⁰. À partir de cette entité ayant alors pignon sur rue au 181 Mott, Greenwich Village à New York, Levine développe des services de renseignements et de consultations individualisées pour ses collègues artistes et autres professionnels du milieu. Tel qu'indiqué dans le *MMA Catalogue of Services* (1972), on pouvait obtenir, moyennant les 180 \$US demandés, un entretien à propos du *désartiste*¹¹. Si les activités mimétiques-critiques de Levine prennent leur sens hors de l'institution mais toujours dans un dialogue avec le milieu de l'art, pour leur part, Iain & Ingrid Baxter exposeront leur entreprise N.E. Thing Co. Ltd. (1966-1978) à la Galerie nationale du Canada en 1969, mais pousseront leur désir d'infiltration jusqu'à installer leur kiosque d'exposition à la *Data Processing Association Conference and Business Exposition* de Seattle, en 1970, et jusqu'à inscrire leur compagnie comme membre de la Chambre de commerce de Vancouver, l'année suivante — le tout en tant que firme de consultants spécialisée dans n'importe quoi! En se créant ainsi une identité sociale, les Baxter dépersonnalisent leurs actions et, du coup, en se faisant autres, ces artistes facilitent leur insertion dans la « vraie vie ».

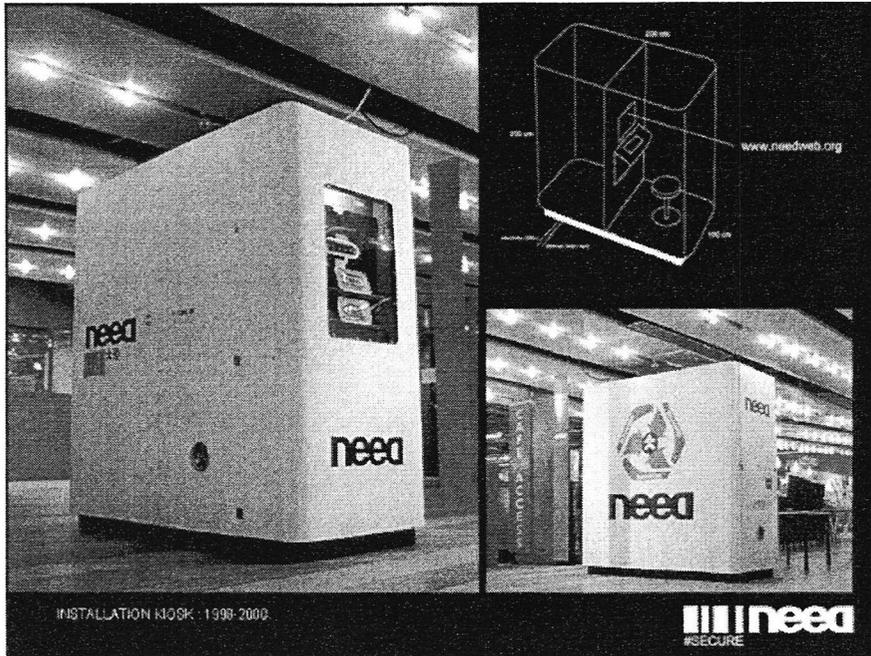
Toutefois, revenons là où nous en étions avec Internet, cet espace réseau, public par son accessibilité, qui laisse place à l'incursion de projets artistiques dans le e-commerce. D'une certaine façon, ces créations d'identités à l'intérieur d'un cadre donné viennent mettre en relief les jeux de rôle que requièrent les contextes sociaux, et plus particulièrement ici celui du monde des affaires. Jouant avec les conventions du commerce électronique et du marché de l'art, l'artiste relaye ses actions, happenings, manœuvres et objets réalisés hors réseau en documents photographiques. Ces derniers contribuent aussi aux archives d'un organisme autonome, créé et géré par l'artiste, en tant qu'art Web. De sorte que ces archives se caractérisent par la transformation du portfolio en documentation



NEED POSTERS
P.F. MONTREAL, 2002

|||| need
#SECURE

© Tuomo Tammenpää,
Need Posters Montreal (2002)
de la série *Need Project* (1997-2002),
avec l'aimable autorisation de l'artiste.



© Tuomo Tammenpää,
Installation Kiosk (1998–2000)
de la série *Need Project* (1997–2002),
avec l'aimable autorisation de l'artiste.

photographique de produits et services, comme l'usage le veut habituellement sur les sites d'entreprises. Ce, somme toute, afin de construire des identités sociales sur le réseau et que ces identités — qu'il s'agisse d'un catalogue de vente à la Buy-sellf (1999), d'un centre de recherche en biotechnologie comme Bioteknica (2000) ou d'une société de courtage telle que ©TMark (2000) « cherchant un profit culturel et non financier¹² » — puissent être perçues comme telles.

Conséquemment, le coefficient de réalité de ces sites émane des similarités qu'ils entretiennent avec l'architecture et le style généralement attribués aux sites d'économie électronique. Le document photographique y fait figure d'habileté, ruse ou procédure, qui induit des actions, objets et sujets artistiques à la fois en produits et services de l'entreprise et en portfolio, non seulement des artistes ou collectifs d'artistes, mais de l'entreprise elle-même. Qu'à cela ne tienne, le projet de réalité de ces sites demeure de côtoyer l'art. Et, de fait, l'idée reçue selon laquelle les portfolios d'artistes ne sont pas de l'ordre de l'art Web s'y trouve habilement transgressée.

Par ailleurs, la pratique contextuelle de ces artistes se situe fréquemment dans un esprit critique, en réaction au néo-libéralisme; ainsi en est-il notamment du site *Need Web* (1997)¹³ de Tuomo Tammenpää. À l'instar du marketing individualisé ayant cours sur le réseau, les composantes infographiques et photographiques de *Need Web* sont savamment amalgamées et fonctionnent à titre d'incitatifs à la participation, ne serait-ce que celle qui consiste à devenir membre. Ainsi, l'internaute y est amené, à titre de membre-consommateur, à faire des choix selon ses goûts et besoins qui seront considérés et interprétés par l'entreprise. Même s'il n'y a rien à vendre, c'est à travers la promotion de toute une gamme de produits vraisemblables que la marque « Need » nous propose d'expérimenter une situation consumériste, en tant que produit artistique sur le réseau et parfois hors réseau — soit par des campagnes d'affichages publicitaires en milieu urbain, soit encore par la présentation de *Need* sous forme d'installation dans des galeries, ambassades ou foires. Pour ainsi dire, l'espace physique et le cyberspace s'unissent dans une transativité des réalités.

Ailleurs, c'est sous l'identité de *Mejor Vida Corp* (1998)¹⁴ que se révèlent les manœuvres activistes de Minerva Cuevas. Tout comme *Need Web*, *Mejor Vida*

Corp gère des opérations à la fois sur le réseau et hors réseau. Cette organisation se spécialise dans la production de « bonnes actions » dissidentes incluant les campagnes de sensibilisation, qui se retrouvent documentées photographiquement sous les rubriques « produits et services » du site de la société. Aussi, pour qui en fait la demande, *Mejor Vida Corp* émet de fausses cartes d'étudiant qui, lorsqu'elles sont considérées comme valides, autorisent des rabais sur les tarifs en vigueur dans les transports publics, institutions muséales, abonnements à des périodiques, etc. Pour obtenir la vôtre, il suffit de remplir le formulaire en ligne et d'y attacher une photo de circonstance. Assurément, *Mejor Vida Corp* nous propose une interactivité qui va au-delà de la réactivité conventionnelle de l'action/réaction, pour nous convier ainsi à l'action citoyenne.

Quant aux photographies d'événements et d'objets contenues sur le site du *BIT*, le *Bureau of Inverse Technology* (1995)¹⁵, ce sont également des documents qui, à l'exemple des entreprises précédemment citées, participent à la structuration identitaire de la compagnie. Or, tout en faisant l'inventaire des actions artistiques du *BIT*, ces photos témoignent de son agir effectif en situation d'interventions hors réseau. Ainsi y sont illustrées diverses manœuvres d'activisme social s'appuyant sur des technologies expérimentales pour capter et diffuser des données à l'échelle humaine — des données qui, dans l'optique des médias de masse occidentaux, n'apparaissent généralement pas d'intérêts publics. C'est dire que cet organisme se présente comme une agence de renseignements au service de l'ère de l'information. Et, de fait, il révèle des informations qui nous sont cachées. Aussi, la confusion qui plane sur la mission, les membres et les activités du groupe sert justement à confondre le *BIT* avec les autres sociétés agissant dans le domaine de l'information à des fins commerciales, militaires ou autres, mais certes pas artistiques ou activistes. De sorte que sur son site, à la page des produits, se retrouvent au sein d'un montage inter-iconique les photos des *Feral Dogs*, ces petits chiens-robots modifiés pour pouvoir renifler l'air ambiant et y recueillir des données sur certains types de matières toxiques ou autres émanations polluantes qui se trouvent soit dans une cour d'école, soit dans un parc ou un dépotoir. Des photos qui nous montrent aussi des étudiants impliqués non seulement dans une manœuvre sur le terrain, mais que l'on imagine comme étant ceux qui, dans le cadre d'activités



An information agency serving the Australian Aps

login contact
BIT FAQ kits images audio video reports press

bit product database

product	description	data		
anti terror [ANT]	public audio database of civil liberty allegations and other anti-terror events			
sparrow report [SPR]	hi-contrast audio database reports sparrow population crash			
feral robot [FRE]	engineered for semi-autonomous deployment			
bit cab [CAB]	Bureau inserts geospecific data directly into taxi display units			
fade to black [FTB]	slow pollutant defactor cam			
bit rocket [RKT]	toy crowd investigator documents crowd formations, occupations and numbers at critical public gatherings			
bit radio [RTX]	BIT radio overcasting service delivers autopirate news			
bangbang [BBN]	webcam network triggered on gunshot & other events of interest			
bit plane [AER]	video-instrumented miniature spy plane, released over the silicon valley to capture aerial picture of the information age			
suicide box [SBX]	vertical-motion triggered camera unit installed in range of the golden gate bridge			
bit economic indicators [BEI]	updated to social dynamics			

bureau of inverse technology [BIT] organizational statement

pédagogiques, ont participé au montage, à l'amélioration logicielle ou mécanique de la meute de jouets. Ainsi s'arparent des liens avec l'art sociologique, l'art relationnel, l'art et la vie unifiés.

Songer à dissimuler ses pensées, ses intentions, pour en tirer parti et y gagner en crédibilité, c'est une chose. Essayer d'intervenir sur le cours de l'histoire par le photomontage¹⁶ et contribuer ainsi à l'essor de la désinformation, c'est contre toute vraisemblance dans l'ordre des choses. Entre ce genre de manipulation du document photographique, témoin de l'histoire, et la propagande publicitaire qui s'appuie sans vergogne sur le leurre photographique pour commercialiser le plaisir de vivre, il n'y a qu'un pas à franchir. D'ailleurs, sont ainsi véhiculées des idées qui en apparence visent l'éveil de la population aux bienfaits du développement de soi, en simulant des espaces de créativité et de projection individuelle, idées dans lesquelles l'expression de soi se trouve en fait valorisée par la consommation. Cette mise en conformité vient donc imposer des attitudes et environnements standardisés aux régionalismes culturels et aux autres singularités issues des habitudes de vie. Vivre avec son époque, c'est donc aussi le plaisir pour certains artistes d'infiltrer, hors et sur le réseau, l'empire marchand qui s'approprie de façon de plus en plus inéluctable le monopole de l'esthétique pour instrumentaliser nos styles et modes de vie.

Ce qui apparaît des plus intéressants dans la création d'identités sociales à travers l'appropriation de certains us et coutumes de l'*entrepreneurship* sur Internet, c'est l'insertion d'informations fictionnelles, folles, inhabituelles au côté de photographies de situation qui installent un sentiment de vérité. En ce sens, l'artiste, à la manière du « désartiste » de Kaprow et Levine, est à même de créer des situations qui lui permettent d'inventer autant d'identités et d'y accueillir l'autre. Chacune de ses identités est soutenue par l'imparable croyance que l'on porte encore aux documents photographiques. Qu'ils soient truqués, subjectifs ou photogéniques, sur le réseau ou hors réseau, ils dépendent néanmoins de leurs contextes de diffusion et de réception. Car ces mêmes photographies d'événements, actions et manœuvres présentées autrement, c'est-à-dire dans une galerie virtuelle ou sur le site personnel de l'artiste, ne seraient que d'intéressantes composantes du dossier de l'artiste, de son portfolio.

Repenser ainsi l'art et la vie dans notre quotidien — lequel, faut-il le préciser, unifié dans sa concrétude virtualité, aura et transcendance —, c'est aussi repenser la présence de l'artiste, ses comportements et ses actions au sein d'une population, organisation ou profession. Ne pourrait-on pas le trouver occupé à semer des structures, opérations et manœuvres qui incitent à une esthétique, à un partage sensible de l'expérience vécue ? Une attitude qui est partie prenante d'une implosion esthétique interne au quotidien, laquelle amène lentement individus et collectivités à créer pour et par eux-mêmes leurs ancrages et dérives existentiels. Et cela n'est pas sans déposer un baume sur cette modernité mercantile qui n'en finit plus de produire et de gérer notre vécu.

NOTES

1. À ce propos, on peut consulter le catalogue de la récente exposition organisée par la TATE Gallery, *Art, lies and videotapes: Exposing performance* (2003–2004). Réf. : George, Adrian (dir.). (2003). *Art, lies and videotapes: Exposing performance*. Liverpool: Tate Liverpool.
2. *Le Petit Robert* : « Qualité de ce qui est photogénique ». Photogénique : « (1932) *Cour*. Qui produit, au cinéma, en photographie, un effet supérieur à l'effet produit au naturel. » C'est-à-dire avec un effet augmenté en comparaison avec la réalité.
3. Dès 1957, Kaprow commence à réaliser des œuvres environnementales impliquant la participation des spectateurs afin de produire un art qu'il voudra total (mais différemment que l'opéra wagnérien voulait l'être), puis en 1958, il utilise le terme happening dans un article jugé prophétique : « L'héritage de Jackson Pollock », qui paraîtra dans *ArtNews*. Cependant, sa première œuvre clairement identifiée comme telle serait *18 Happenings in 6 parts*, qui fut présentée en octobre 1959 à la Reuben Gallery de New York. Ce titre ne reflétait pourtant pas encore le sens que prendra finalement le mot happening, puisque dans sa phase originelle, il indiquait une production hétérogène rigoureusement planifiée et souvent répétée. Ainsi, en 1966, c'est en sept points qu'il circonscrira les « règles du jeu » de cette pratique, et ce, dans un ouvrage qui avant tout est un album photos (grand format) consacré, comme le titre l'indique si bien, aux assemblages, environnements et happenings : Kaprow, Allan. (1966). *Assemblage, Environments, and Happenings*. New York: H.N. Abrams.
4. Kaprow, Allan. (c1996). « Les happenings sont morts : longue vie aux happenings » (1966). Dans *L'art et la vie confondus* [traduction française de *Blurings of Art and Life* par Jacques Donguy, textes réunis par Jeff Kelley]. Paris : Centre Georges-Pompidou (p. 91).
5. Il n'est peut-être pas inutile de rappeler ici à quel point le développement de la photographie en arts visuels (dite plasticienne ou, dans ses premiers moments, conceptuelle) a cherché à se distancier de la photographie journalistique, justement en s'affranchissant du fameux « moment décisif ». Réf. : Baqué, Dominique. (1998). *La photographie plasticienne*. Paris : Regard (p. 149–150).

6. Selon les données fournies dans *La politique culturelle du Québec*, en 1992, la pratique de la photographie se classe comme étant l'activité culturelle la plus répandue — 41 % de la population de quinze ans et plus affirmait s'y adonner.
7. Internet comme médium de création : « Œuvres créées par, avec, pour le média/langage qu'est Internet et plus particulièrement le World Wide Web ». Cf : Annick Bureau. (1998). *Pour une typologie de la création sur Internet*. <http://www.olats.org/livresetudes/etudes/typInternet.shtml>. Bureau y souligne également l'exclusion des galeries, catalogues et portfolios dans cette catégorisation et insiste, du même coup et à raison, sur le caractère évolutif du médium et de ces créations.
8. *Dimanche 27 novembre / Journal d'un seul jour*, 1960, impression typographique recto verso en noir, feuillet double, 556 × 758 cm (déplié).
9. Daniel Spoerri est reconnu pour être l'inventeur du *Eat Art*. Après avoir tenu *Épicerie* à la Galerie Addi Koepcke (1961) et *Restaurant* à la Galerie J (1963), à Paris, il a ouvert un restaurant au 19 Burgplatz à Düsseldorf en 1968, où figurent ses *Tableaux-pièges*. Ceux-ci renvoient en quelque sorte à la photographie, au « moment décisif », puisque ce sont habituellement des dessus de tables sur lesquels sont collés les restes d'un repas auquel Spoerri décidait de mettre fin, simplement en retirant la table et son contenu. Spoerri capturait ainsi un moment d'existence, qui est aussi la mort de ce moment. En 1969, on retrouvera le *Levine's Restaurant — Irish, Jewish, Canadian Cuisine* à New York. Quant à Gordon Matta-Clark, c'est après avoir fait frire des photographies à la John Gibson Gallery (*Photo-fry*, 1969) qu'il contribuera largement à la conception et à la construction du restaurant Food à Soho (1971), de même qu'à l'organisation des événements qui s'y sont déroulés.
10. Voir : Bronson, AA & Gale, Peggy. (dir.). (1993). « Les Levine. Museum of Mott Art ». Dans *Museum by Artists*. Toronto : Art Metropole (p. 227-240).
11. Nous retrouverons cette même notion du désartiste chez Kaprow. Voir : Kaprow, Allan. (1993). « The Education of the Un-Artist », Part I (1971), Part II (1972), Part III (1974), in *Essays on the Blurrings of Art and Life*. Jeff Kelley (Ed). Berkeley: University of California Press (p. 97-126. 130-147).
12. Buy-sellf : <http://www.buy-sellf.com>
13. Bioteknica : <http://www.bioteknica.org>
14. @1M:ark (fondé hors réseau en 1991) : <http://www.r1mark.com>
13. Need Web : <http://www.needweb.org>
14. Mejor Vida Corp [Better Life Corporation] : <http://irational.org/mvc/english.html>
15. Bureau of Inverse Technology (fondé hors réseau en 1991) : <http://www.bureauit.org>
16. Les manipulations photographiques sont devenues choses courantes de nos jours. Aussi, nous ne retiendrons ici qu'un exemple parmi les plus significatifs sur le plan historique. Nous pensons à cette photographie de G.P. Goldstein qui montre Lénine, sur la Place Rouge à Moscou un 5 mai 1920, regardant la foule dans une direction opposée à ses deux camarades Trotsky et Kamenev. On le sait, après que ces derniers furent exclus du parti, en 1927, ils ont disparu de la photo pour ensuite y être remplacés en 1933. Disons qu'à tout le moins, l'histoire fut ainsi gonflée au profit d'une idéologie édicatrice du socialisme.