

## Les murs ne sont pas tous faits de pierres. Les nouveaux espaces de l'interdisciplinarité

Edith Brunette

Number 111, Spring 2012

Espace public

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/66640ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Intervention

ISSN

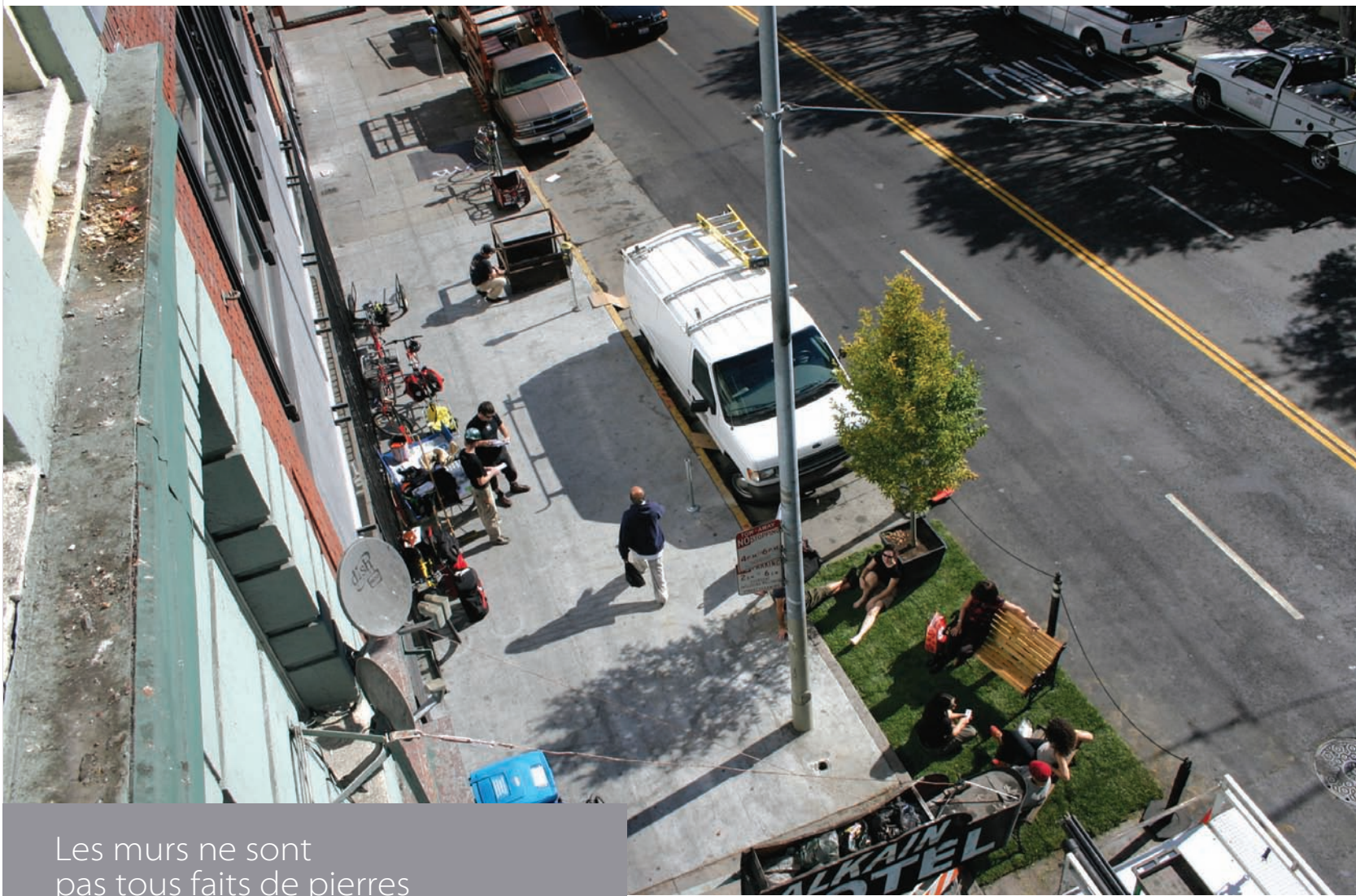
0825-8708 (print)

1923-2764 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Brunette, E. (2012). Les murs ne sont pas tous faits de pierres. Les nouveaux espaces de l'interdisciplinarité. *Inter*, (111), 40–43.



Les murs ne sont pas tous faits de pierres

## LES NOUVEAUX ESPACES DE L'INTERDISCIPLINARITÉ

PAR EDITH BRUNETTE

De l'agora de la Grèce antique au corridor du centre commercial d'aujourd'hui, la notion d'espace public a subi des transformations qui lui ont fait perdre son sens initial, celui d'un espace de rassemblement et de communication entre les citoyens. L'échange se réduisant au commerce, le rassemblement ayant cédé à la circulation, que reste-t-il aujourd'hui de ces espaces destinés, selon Jünger Habermas, à nous informer, à débattre et à transmettre nos opinions ? Espace d'absorption – de la publicité, de l'information à sens unique – ou, plus rarement, espace de brève régurgitation – par ces crachoirs désignés que sont les lignes ouvertes et autres vox pop –, l'espace médiatique échoue largement à se substituer au parvis d'église de jadis comme site de circulation véritable de l'information. Véritable, c'est-à-dire non seulement de haut en bas, mais également de bas en haut, de la population vers les opérateurs du pouvoir. Pas étonnant, dans ce contexte, que les artistes tentent, depuis les dadaïstes et les constructivistes, de se réapproprier des parcelles de rues, de murs, de pages de journaux ou de bandes passantes...

Néanmoins, cette réappropriation se heurte inlassablement aux mêmes écueils, qu'ils soient techniques ou idéologiques, forçant ceux qui la mettent en pratique à un jeu délicat où la négociation remplace peu à peu la confrontation. À l'heure où l'espace public, qu'il soit physique, médiatique ou virtuel, se voit de plus en plus contrôlé par les institutions – y compris celles de l'art –, les pratiques qui s'y insèrent ne peuvent être pensées uniquement dans le cadre spécifique de l'art, car les interventions des artistes rejoignent aujourd'hui dans leurs formes, leurs tactiques, leurs propos et souvent leurs buts ceux d'une collectivité bien plus large, dans un effacement des frontières disciplinaires

que tardent à reconnaître les institutions. Aux excursions de l'art dans l'espace public et autres territoires étrangers répondent aujourd'hui les incursions des autres domaines dans les territoires de l'art. Territoires que le milieu artistique devrait peut-être cesser de protéger pour des raisons qui relèvent surtout de l'économie et qui servent bien davantage les grandes institutions, les collectionneurs-spéculateurs et les mégastars de l'art que les centaines de milliers d'artistes qui les alimentent.

### Les multiples déclinaisons de l'espace public

Pour le sociologue Jürgen Habermas, l'espace public est indissociable du modèle démocratique. Physique (assemblées électorales) ou médiatique (journaux, radio, télévision), il s'agit d'abord d'un espace permettant au citoyen de s'informer des différents enjeux sociaux, d'en débattre avec ses pairs et de transmettre ses opinions et attentes aux élus chargés de le représenter dans les hautes instances politiques. Dans l'une et l'autre de ces formes, Habermas constate cependant l'absence de réciprocité des discours qui les rendrait aptes à remplir ces fonctions : les structures politiques fonctionnent sur un mode acclamatif, tandis que celles des médias ne permettent qu'une circulation illusoire des informations sous la forme de zones de parole circonscrites et sans retour, le plus souvent triviales (tribunes téléphoniques, sollicitations démultipliées des commentateurs des auditeurs, jeux télévisés, télé-réalités dans lesquelles le spectateur peut devenir participant ou électeur, etc.). En somme, « [o]n observe aujourd'hui une tendance persistante à l'absorption d'une sphère publique "politique", dont la fonction est devenue plébiscitaire, par une sphère publique que la culture de consommation a dépolitisée »<sup>1</sup>.

Pourtant, nombreux sont ceux qui ont cru à la possibilité d'espaces médiatiques et urbains propres à favoriser l'action politique et la liberté citoyenne, depuis les acteurs de la Révolution française jusqu'aux militants d'Occupy Wall Street. Dans cette croisade, les artistes ne furent pas en reste, et leurs efforts pour intervenir dans des espaces permettant une prise de contact directe avec le passant, le citoyen, le consommateur, sont intimement liés à une volonté de faire de l'art un acteur de la vie sociale et politique. L'appropriation fut d'abord celle de la rue, avec les parades dadaïstes, l'affichage et les lectures de poésie



des avant-gardes russes ou les dérives situationnistes. Puis, alors que l'aspect incontournable des médias et, plus particulièrement, de la télévision comme arène politique devient à la fois une évidence et l'objet d'une forte attention critique<sup>2</sup> dans les années soixante et soixante-dix, les artistes investissent progressivement les sites du quatrième pouvoir.

Les modes de ces investissements vont d'une simple exploitation des médias de masse en tant que plateforme de diffusion à une réflexion sur les possibilités de travailler à l'intérieur de structures médiatiques alternatives en plein essor, voire d'en créer de nouvelles. C'est qu'au début des années soixante-dix, l'apparition d'un circuit de télévisions communautaires suit de peu celle des technologies d'enregistrement léger et rend possible une appropriation par les citoyens non seulement des moyens de production, mais également des structures de diffusion<sup>3</sup>. Certains artistes, comme Chris Burden, achètent des espaces publicitaires dans les médias grand public pour y diffuser leurs œuvres<sup>4</sup>. Dan Graham tente d'investir les magazines à grand tirage, même si certains de ses projets aboutissent plutôt dans des publications d'art<sup>5</sup>. D'autres, comme Martha Rosler, se tournent vers des organes alternatifs de production et de diffusion, notamment vers la télévision communautaire<sup>6</sup>. En Allemagne, le galeriste et producteur Gerry Schum tente de démocratiser l'accès à la production artistique contemporaine dans ses projets de *Television Gallery*, puis de *Video Gallery*. Parallèlement, ses démarches auprès des réseaux de télévision obtiendront quelques succès avec la diffusion en 1969 de vidéos de Jan Dibbets et de Keith Arnatt ainsi que d'une compilation de films d'artistes intitulée *Land Art*.

Aujourd'hui, Internet a remplacé la télévision communautaire dans l'horizon doré de la révolution technologique, l'espace virtuel étant devenu le nouveau Far West que chacun serait libre de conquérir<sup>7</sup>. Alors que les limites des médias traditionnels se sont vite fait sentir en raison des coûts des espaces publicitaires, de la perte de vitesse du communautaire et du faible intérêt des médias commerciaux pour une collaboration avec les artistes, Internet permet à chaque individu ayant accès à un ordinateur et à une connexion de contrôler sa petite portion d'espace médiatique. Les médias sociaux ouvrent un nouvel espace de communication, de portée internationale et potentiellement virale, qui participe à l'esprit de fluidité, de mobilité et de réponse instantanée qui caractérise l'époque actuelle<sup>8</sup>. Dans ce contexte, les possibilités d'échange et d'appropriation s'avèrent inouïes, propulsant une culture du partage qui heurte de plein fouet la volonté de contrôle des institutions, qu'elles soient culturelles, scientifiques ou politiques. Le décloisonnement des savoirs et, donc, des disciplines est inévitable.

### Happenings, flash mobs et autres zones floues

Si l'irruption de l'art dans les espaces où, jusqu'au début du XX<sup>e</sup> siècle, il n'avait pas droit de cité marque un tournant dans l'effacement des frontières entre le « grand art » et la vie, l'arrivée d'Internet porte cette dissolution vers de nouveaux sommets, excédant la seule question de l'art pour rejoindre celle des frontières du pouvoir, des disciplines ou du droit, par exemple. Se crée un flou au diapason de l'ouverture des frontières économiques, du délitement des pouvoirs d'État, des efforts toujours à la traîne des institutions pour légiférer ces mouvements qui ne le sont pas encore : mouvements d'idées (le *copyright* et la multiplication des brevets), mouvements de citoyens (la sécurisation des frontières), mouvements de protestation (justement, une législation accrue de l'occupation des espaces publics), mouvements d'argent (tiens, de ce côté, on tarde un peu...). Les institutions de l'art s'affairent, elles aussi, à suivre le courant. On s'adapte aux désirs des artistes. On protège son territoire également car, dans le Far West, tout un chacun peut devenir artiste, du quidam derrière son ordinateur qui détourne des films de Walt Disney<sup>9</sup> aux activistes qui posent un geste symbolique pour attirer l'attention des médias<sup>10</sup>.

Autre exemple de cette fluidité caractéristique de notre époque : le passage des happenings soigneusement orchestrés d'Allan Kaprow aux tout aussi soigneusement orchestrés, gratuits et symboliquement puissants *flash mobs* (foule éclair) des années deux mille. Abandonnant dès la seconde moitié des années soixante les décors élaborés et clos des happenings qui le rendirent célèbre, Kaprow déplace ses interventions vers des lieux qui ne sont plus des scènes à occuper et à visiter, mais les contextes d'événements confidentiels, parfois minimalistes. Influencés par les *event scores* de George Brecht, certains de ses projets prennent la forme de partitions offertes à des participants disséminés aux quatre coins du pays, et rien ne garantit qu'ils exécuteront les gestes prescrits. Pour *Self-Service* (1966) par exemple, des volontaires de New York, de Los Angeles et de Boston peuvent choisir parmi un « menu » d'actes :

*People stand on bridges, on street corners, watch cars pass. After two hundred red ones, they leave.*

*Night in the country. Many cars, moving on different roads. About a mile from a certain point, lights blinking, horns beeping sporadically, converge and disperse.*

*Many shoppers begin to whistle in aisles of supermarket. After a few minutes they go back to their shopping<sup>11</sup>.*

> Page précédente : Proposition retenue pour l'exposition *Actions dans la ville* (2009), le projet *Park(ing) Day* est un événement annuel où des individus, à travers le monde, s'approprient des espaces de stationnement pour y créer des parcs éphémères, ouverts au public. Photo : Rebar.

> Hermann Knoflacher, *The Gehzeug/Walkmobile*, Vienne (Autriche), depuis 1975. Projet d'un urbaniste offrant une réappropriation par le piéton de l'espace de l'automobiliste, et l'une des propositions présentées par le Centre Canadien d'architecture lors de l'exposition *Actions dans la ville* (2009).

> *Actions dans la ville*, Centre Canadien d'architecture, Montréal, 2009. *Actions dans la ville* est un rare exemple d'une exposition professionnelle rendant compte de la fluidité existant entre les initiatives des artistes et celles des citoyens en général, activistes et autres.

> *Actions dans la ville*, Centre Canadien d'architecture, Montréal, 2009.



Une génération plus tard, dans un lointain écho du passage de Kaprow hors des espaces codifiés des galeries, des citoyens effectuent le trajet inverse, quittant l'espace de l'utilitaire et du quotidien pour s'approcher des territoires de l'art. En 2007, 40 ans après le happening *Self-Service* et son intervention présumée dans les allées d'un supermarché, des dizaines d'individus se rassemblent dans un magasin d'alimentation de Manchester, s'immobilisent pendant quatre minutes, puis reprennent leurs emplettes<sup>12</sup>.

Si, dans leur forme originale, les rassemblements éclairent essentiellement sur l'effet du nombre et de la surprise en exploitant les capacités virales des nouvelles technologies de communication, le succès du phénomène et les multiples déclinaisons qui en ont découlé lui font excéder largement ses propres origines<sup>13</sup>. À l'opposé d'une tendance spectaculaire exploitée et renforcée à maintes reprises par la publicité et les médias, certains *flash mobs* s'avèrent ainsi sensiblement proches des expérimentations de Kaprow par leur lieu d'intervention, leur caractère éphémère, leur « spontanéité impulsée » et leur manière de faire surgir l'inattendu d'actions et de situations banales. Les deux types d'interventions se frôlent donc, différenciés dans leur contexte d'origine, mais se rejoignant dans plusieurs de leurs caractéristiques formelles et leur effet de perturbation du quotidien. Même l'opposition fondamentale que semble constituer l'aspect de la visibilité – essentielle dans le cas des *flash mobs*, secondaire dans celui des happenings de seconde génération de Kaprow – se perd dans l'exemple des supermarchés. Dans ce chevauchement, on notera que ce qui les départage le plus facilement les uns des autres réside dans la dimension *ouverte* des rassemblements éclair, dont la circulation repose sur des réseaux virtuels illimités et dont les points de départ ont essaimé dans toutes les villes, tous les milieux. En effet, théoriquement, n'importe qui peut se faire leur initiateur, sans qu'il soit nécessaire pour elle ou lui

de s'appuyer sur une formation, un prestige personnel ou un contexte institutionnel particulier. Leur essor ne provient pas de la volonté d'un artiste pris dans un milieu perçu comme trop hermétique, mais de celle de quantité d'individus désireux d'échapper à un quotidien jugé trop étriqué, utilitariste, individualiste et morne.

### Franchir les murs

Le même effacement des frontières se rencontre dans d'autres manifestations contemporaines limitrophes, dans les interventions des Yes Men, par exemple, que certains qualifient de canulars médiatiques, d'autres d'activisme politique, d'autres, enfin, d'art. Les principaux intéressés, eux, s'en foutent<sup>14</sup>. Dans leur indifférence à la question de leur appartenance à un milieu ou à un autre, ils s'avèrent en phase avec un important courant d'individus agissants, pour qui la notion de discipline importe moins que le désir d'intervenir, de toutes les manières possibles, dans le tissu social. *Hackers*, activistes, artistes, philosophes, sociologues, cinéastes, amateurs et professionnels se croisent dans leur volonté et leurs tentatives de se réapproprié un espace public étouffant sous les multiples réglementations et la marchandisation, dans une culture du *do-it-yourself* où la circulation des connaissances et des idées l'emporte sur le respect des frontières. Le mouvement Occupy, par ses dimensions internationales, spontanées et inclusives, et par son rapport à l'espace public, est emblématique de ce phénomène.

Dans ce flou ambiant, on constate alors deux choses. La première : aujourd'hui, grâce à des moyens de production et de communication légers et largement abordables (pour la majorité des Occidentaux, du moins), n'importe qui peut s'accaparer les formes de l'art, incluant les plus technologiquement complexes (vidéo, son...), et, plus notable encore, diffuser ses créations ; nombreux sont ceux et celles (autodidactes, amateurs issus d'autres domaines...) que les obstacles disci-

> *Supermarket Flashmob*, Manchester (Angleterre), 2007. Pendant 4 minutes, les clients d'un supermarché s'immobilisent, avant de reprendre leurs activités. Dans certaines de ses déclinaisons, le *flash mob* constitue une appropriation par des non-artistes des modes d'actions symboliques de ceux-ci.





plinaires n'empêchent pas de mettre à profit ces possibilités ; bref l'objectif des avant-gardes de brouiller les frontières entre l'art et la vie est peut-être en train de devenir une réalité pour un nombre grandissant d'individus. La seconde : l'un des écueils sur lesquels se heurte ce succès, peut-être le plus important d'entre eux, est le refus des institutions de l'art de reconnaître cette transformation.

Le *flash mob* se heurte ainsi aux principes de cloisonnement dont les artistes prétendent vouloir se débarrasser depuis un siècle, mais auxquels les institutions qui les couvent s'accrochent désespérément. Le problème, pour elles, est au moins double. Premièrement, le mouvement en vue d'assouplir leurs frontières ne provient plus uniquement de l'intérieur, dans un effort ayant pour effet d'étendre leurs propres limites, mais également de l'extérieur, dans un mouvement inverse de pénétration de ces mêmes limites... Offense, sacrilège ! Deuxièmement, l'établissement de limites claires constitue pour les institutions de l'art une condition apparemment essentielle au maintien de la valeur économique de leur produit, une valeur si considérable qu'elle fait aujourd'hui de l'art un objet de spéculation fort prisé. Cette dépendance de la définition de l'art, de ses objets et de ses discours envers des enjeux strictement économiques, nombre d'artistes et de théoriciens l'ont montrée du doigt, et elle constitue justement l'une des raisons qui en ont poussé plus d'un à intervenir dans des espaces non muséaux, croyant imposer par l'aspect éphémère, intangible ou accessible de ces pratiques une abolition de la plus-value conférée par l'institution à leur production. Certes, le milieu institutionnel a tout fait pour s'adapter aux interventions que multiplient les artistes dans l'espace public depuis un siècle, mais il l'a fait en s'assurant de protéger ses assises, c'est-à-dire non pas en répondant aux quêtes de liberté, de fluidité, d'ambiguïté, qui sont à la base même de ce mouvement géographique des artistes, mais en multipliant les extensions qui forment son territoire. Affichage autorisé et *logo-isé*, interventions programmées et publicisées, rapatriement vers les espaces de l'art sous forme d'expositions en galerie<sup>15</sup>, sont autant de moyens de ramener ces pratiques dans des zones identifiées ou identifiables, apposant ainsi l'imprimatur artistique à des œuvres dont les lieux d'insertion constituent pourtant un désaveu partiel de l'institution qui les intègre. Du moins, le constituaient-ils à l'origine, lorsque les avant-gardes avaient encore le culot de prétendre non seulement sortir l'art de son enclos, mais sortir de l'enclos de l'art...

Si l'on considère les motivations initiales ayant mené les artistes à investir l'espace public, il faudrait bien se demander si le succès le plus significatif dans ce domaine doit être trouvé dans les manifestations parfois éclatantes que nous offre le milieu de l'art ou dans la multiplication des initiatives provenant de territoires hybrides (artistico-activistes, artistico-communautaires, artistico-féministes, artistico-politiques, etc.) et témoignant d'une réelle porosité entre les différentes sphères de l'agir social. Alors que se perpétue, notamment dans le culte actuel de la médiation culturelle, un discours tendant à réduire l'espace public à un véhicule permettant d'« amener l'art au peuple », un questionnement honnête sur les enjeux soulevés par cet espace et les pratiques qui s'y ancrent devrait également prendre en considération la culture émergeant des masses et ses modes de rencontre avec les intervenants et les formes de l'art. Car, aujourd'hui, les enjeux territoriaux de l'art ne sont plus spatiaux mais disciplinaires, et l'espace de fuite, pour les artistes comme pour toutes les sphères sociales, n'est plus physique ni même virtuel mais idéologique. ◀

#### NOTES

- Jürgen Habermas, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, 1978, p. 185.
- Dans les années soixante, la critique des médias comme véhicule d'aliénation des masses occupe nombre d'intellectuels, notamment en raison de l'émergence des analyses poststructuralistes du langage. Influencés par l'École de Francfort, Noam Chomsky, Edgar Morin et Georges Friedman fondent le Centre de communication de masse (1959). Guy Debord et les situationnistes s'en prennent au phénomène de la vie devenue représentation, propulsée par le spectacle des médias. Les écrits de Marshall McLuhan (*The Gutenberg Galaxy*, 1962 ; *The Medium is the Message*, 1967) connaissent également un succès fulgurant, dont les répercussions se feront sentir sur la pensée et le travail de toute une génération d'artistes.
- Après l'arrivée des caméras vidéo portatives (le Portapak de Sony) au milieu des années soixante, qui modifient profondément les règles de production en rendant l'image filmique accessible aux individus, l'essor des chaînes de télévision câblées - la loi américaine les oblige à mettre une partie de leurs équipements et certains espaces de diffusion à la disposition du public, sous forme de télévision communautaire - permet d'envisager le renversement d'une culture médiatique autoritaire et oligarchique. Au tournant des années soixante-dix, on assiste donc à une multiplication de groupes de production et de diffusion de vidéos d'art, notamment aux États-Unis et au Canada, et à des tentatives d'appropriation par les artistes et les activistes de la télévision comme espace de communication.
- En 1973, Burden apparaît nu et rampant sur une chaîne de Los Angeles, dans un clip de dix secondes (*Through the Night Softly*). Deux ans plus tard, il réalise l'œuvre *Poem for L.A.*, une vidéo conçue spécifiquement pour la télévision et diffusée une soixantaine de fois (cf. Robert Horvitz, « Chris Burden », *Artforum*, vol. XIV, n° 9, mai 1976, p. 24-31).
- Figurative (1965, publiée dans *Harper's Bazaar* en 1968), *Homes for America* (1966-67, diffusée dans le *Arts Magazine*) et *Detumescence* (1966-69, publiée dans une série de magazines grands publics).
- Martha Rosler Reads Vogue* (1982) et *Born to Be Sold : Martha Rosler Reads the Strange Case of Baby SM* (1988), toutes deux présentées sur la chaîne communautaire Paper Tigre Television.
- Il faut néanmoins se demander si ce site de tous les possibles tient réellement ses promesses d'une appropriation citoyenne des outils de production de l'information ou s'il ne génère pas plutôt un phénomène certes remarquable mais politiquement pauvre de *self-broadcasting*, de diffusion (et de production) de soi. Le piège de ce mythe partiel qu'est le virtuel comme nouvel espace d'action politique se fait particulièrement sentir en Occident, où la liberté d'expression garantie par les lois rend relativement inoffensive la seule circulation de l'information. Que de nombreux internautes croient aux répercussions de leurs interventions dans les médias sociaux ne serait pas si dramatique si cette croyance (peut-être partiellement vraie, qui sait ?) ne semblait pas cautionner un retrait des autres sphères d'action politique. Il serait important de se rappeler que, si les pays arabes ont réussi à *organiser* leur révolution en partie grâce aux médias sociaux, cette révolution n'a pas eu lieu sur Internet, mais bien sur les places publiques.
- Les sociologues Luc Boltanski et Ève Chiapello, ayant analysé les discours du néomanagement de la décennie quatre-vingt-dix, placent ces valeurs au centre de l'idéologie économique qui émerge à l'époque. Cf. Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard (NRF essais), 1999.
- Nick Bertkel, alias « Pogo », a obtenu un immense succès sur YouTube avec ses remix audiovisuels faits à partir d'extraits de films de Walt Disney et autres films pour enfants. La popularité de son travail lui vaut d'être engagé, à l'âge de 22 ans, par Disney-Pixar pour la production d'un  *mash-up*  de leur film *Up*. Cf. Isabelle Paré, « Recycleurs d'images sur le Web » [en ligne], *Le Devoir*, 10 août 2011, réf. du 9 décembre 2011, [www.ledesoir.com/culture/actualites-culturelles/329064/recycleurs-d-images-sur-le-web](http://www.ledesoir.com/culture/actualites-culturelles/329064/recycleurs-d-images-sur-le-web).
- En août 2010, la coalition Sept-Îles sans uranium acquiert les droits d'exploitation d'une partie des sous-sols du parlement de Québec et établit un faux camp de forage devant celui-ci, cherchant ainsi à « démontrer l'illogisme de la Loi sur les mines qui permet à monsieur Tout-le-Monde de s'approprier des parcelles de territoires québécois, même sous nos villes et villages ». (Isabelle Porter, « De l'uranium sous la statue de Duplessis ? », *Le Devoir*, 17 août 2010 ; Coalition Pour que le Québec ait meilleure mine, *Non à un Québec nucléaire* [communiqué en ligne], 17 août 2010, réf. du 9 décembre 2011, [www.quebecmeilleuremine.org/content/non-a-un-quebec-nucleaire](http://www.quebecmeilleuremine.org/content/non-a-un-quebec-nucleaire).)
- Jeff Kelley, *Childsplay : The Art of Allan Kaprow*, University of California Press, 2004, p. 109.
- Supermarket Flashmob* [en ligne], Manchester, 14 mars 2007, réf. du 13 décembre 2011, [www.youtube.com/watch?v=X4GMXavfKP8&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=X4GMXavfKP8&feature=related).
- Nés dans une ère de spectacularisation de l'information, de course aux armements dans la lutte pour l'obtention d'une visibilité médiatique et publicitaire, et de mise en scène du soi (par les médias sociaux), les premiers *flash mobs* se jouent sur un mode ostentatoire, dont la composante massive est un élément essentiel. Celui qui en revendique aujourd'hui la paternité, le rédacteur de magazines (*Harper's*, *Wire*) Bill Wasik, les conçoit d'abord comme une parodie de la culture *hipster*, de ses modes éphémères, de l'homogénéité de ses adeptes et de leur volonté de se démarquer : « *seeing how all culture in New York was demonstrably commingled with scenesterism, [...] the scene would be the entire point of the work, and indeed would itself constitute the work* ». Les premiers *flash mobs* se présentent donc comme des rassemblements improvisés dans des espaces publics, au cours desquels la foule réunie exécute les mêmes gestes - le plus souvent vides et absurdes - avant de se disperser rapidement. Le *Flash Mob #3* est emblématique de cet esprit d'autodérision et de ces modes d'exécution : dans le lobby du chic hôtel Grand Hyatt de la 42<sup>e</sup> rue à New York, les quelque 200 participants se rassemblent pour faire du *stylish small talk*. Ils montent ensuite à la mezzanine, d'où ils observent pendant cinq minutes, en silence, l'espace où ils se trouvaient juste avant, puis se mettent à applaudir bruyamment. Cf. Bill Wasik, « My Crowd : Or, Phase 5. A Report from the Inventor of the Flash Mob », *Harper's Magazine*, vol. 312, n° 1870, mars 2006, p. 56-67.
- Issus du milieu des arts et du design, les fondateurs des Yes Men Igor Vamos et Jacques Servin s'y trouvent toujours intégrés, quoique dans des zones limites, ne serait-ce que par leur position d'enseignants. Détenteur d'un baccalauréat en Studio Art du Reed College, Vamos est aujourd'hui professeur associé en arts médiatiques au Rensselaer Polytechnic Institute ; Servin, ancien employé du secteur du multimédia, est actuellement professeur assistant en communication, design et technologie à la School of Art, Media and Technology at Parsons, the New School for Design, à New York. Néanmoins, et malgré la charge symbolique et la recherche esthétique (costumes, accessoires, vidéos...) indissociables de leur démarche, les principaux intéressés parlent toujours de leur travail et du choix de leurs médiums en termes d'efficacité communicationnelle.
- Modifiant par le fait même le rapport à la documentation, par exemple, ou la manière de penser le public des interventions.

EDITH BRUNETTE allie pratique artistique et recherche théorique. Elle s'intéresse aux formes des discours dominants, à leur manière de représenter le monde - celui de l'art, entre autres -, d'en exclure certains éléments et d'en simplifier d'autres. Son travail a été exposé à la Galerie de l'UQAM (Montréal) et sera présenté en 2012 au Lieu (Québec) et à Praxis (Sainte-Thérèse). Cet hiver, le centre de documentation de La chambre blanche (Québec) la reçoit dans le cadre d'une résidence de recherche [mademoiselle\_munch@hotmail.com].