



**PUBLICS : INDICES DU CHANGEMENT
RENCONTRE DU RESEAU ARTISHOC AU THEATRE DE LA CITE UNIVERSITAIRE
13 ET 14 DECEMBRE 2007**

SYNTHESE

INTRODUCTION

« ... Prendre le temps de mesurer les bouleversements qu'imposent les nouvelles pratiques culturelles, rapporter les pratiques des équipes professionnelles pour accompagner ces changements, rapporter leurs questions, leurs expériences, leurs essais ... »

Les deux journées de rencontre les 13, 14 décembre au TCI ont été l'occasion de confronter les pratiques, les analyses, les questions des membres du réseau. Car comme le souligne Olivier Donnat¹, « La question des publics reste pleinement d'actualité. Même si on laisse de côté le caractère messianique du projet initial de Malraux, la survie de pans entiers de la vie culturelle – et donc des artistes et des œuvres – passe par l'élargissement des publics qui y accèdent. »

La réflexion fut articulée à deux temps d'échange :

- Deux ateliers thématiques en petits groupes de travail.
- Une table-ronde réunissant le réseau et les contributions de trois personnalités extérieures :
 - o **Philippe Cibois**, sociologue, professeur à l'université de Versailles St Quentin en Yvelines
 - o **Serge Saada**, responsable de la formation à la médiation culturelle au siège national du réseau Cultures du Cœur, enseignant aux universités Paris I et Paris III.
 - o **Dominique Pasquier**, sociologue, directrice de recherche au Centre d'étude des mouvements sociaux (CNRS).

Ces temps d'échange ont permis de faire émerger plusieurs constats et pistes d'analyses, autour de quatre grands axes :

- Redéfinir les grandes catégories d'appréhension du public
- Accompagner les pratiques
- Dépasser la question du taux de fréquentation des salles
- Envisager quelques pistes pour repenser les pratiques professionnelles

¹ Olivier Donnat, « Démocratisation de la culture : fin... et suite », article inédit, issu d'une rencontre à Nantes le 21 Novembre 2006, au Conseil Général de Loire Atlantique, en partenariat avec la revue l'Observatoire.

« PUBLICS » / « NON-PUBLICS » ? :

REDEFINIR LES GRANDES CATEGORIES D'APPREHENSION DU PUBLIC :

De quoi parle t'on quand on parle de « publics » ou, par opposition, de « non-publics » ? Au niveau national l'idée de « publics empêchés », ou « non-publics » est renvoyée à des catégories sociales fixes (notamment de CSP) qui numériquement fréquentent peu les équipements culturels.

Poser la question de manière statistique en définissant un « public » face à un « non-public » reste d'ailleurs restrictif pour comprendre la complexité des pratiques des individus. Le sociologue Philippe Cibois, à partir d'une étude qualitative auprès d'abonnés de la Maison de la Culture d'Amiens, fait ressortir une typologie des publics de la création contemporaine en trois catégories de spectateurs. D'une part les « adeptes du théâtre total » qui conçoivent la pratique culturelle comme élément d'ouverture d'esprit, engagement social et politique. D'autre part « les gens du théâtre », dont le métier, la formation ou les pratiques amateurs sont reliés au théâtre ; avec une importante sensibilité aux aspects techniques de la mise en scène et du jeu. Enfin, une troisième catégorie de spectateurs dont les intérêts peuvent se rassembler sous les notions de divertissement et loisir : ils veulent avant tout passer une « bonne soirée », dans une « bonne ambiance ». Toutefois cette étude souligne avant tout que ces trois idéaux-types fondés sur des modèles d'analyse des correspondances, comme faisait souvent Bourdieu, ne permettent pourtant pas de prendre en compte la réalité empirique des individus. En effet les pratiques des individus renvoient bien souvent à des éléments de chacun de ces modèles d'action, car les spectateurs veulent en même temps et s'ouvrir au monde et passer une bonne soirée. Il s'agit ainsi de dépasser les modes de catégorisation des publics, qu'ils renvoient à des CSP objectives ou à des « socio-types » plus subjectifs, pour mettre en lumière l'existence de plusieurs attentes / modes d'appréhensions / univers de réception d'une œuvre, à l'intérieur d'un même individu. C'est d'ailleurs une des modalités de cette « dissonance culturelle » que décrit le sociologue Bernard Lahire dans son livre *La culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi*².

Pourtant l'injonction politique de « diversification des publics » ne dépasse souvent pas ces statistiques un peu générales autour du constat de l'échec de la démocratisation culturelle³. Tandis que les institutions publiques continuent à fonder leur « audit » de l'action culturelle en la focalisant sur les chiffres de cette fameuse grande enquête nationale sur « les pratiques culturelles des français », dont le canevas méthodologique, fixé en 1973 avec la préoccupation première d'assurer les conditions de comparabilité rigoureuse d'une année sur l'autre, demeure aujourd'hui inadapté au renouvellement des pratiques culturelles et à l'éclatement des modes d'accès à la culture notamment lié à l'introduction récente des nouveaux médias. C'est une dimension que les autres axes de ces deux journées de rencontre invitent à remettre en question.

² Bernard Lahire, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, La Découverte, 2004.

³ « [...] Echec de l'objectif de démocratisation culturelle. De fait, notre politique culturelle est l'une des moins redistributives de notre pays. Financée par l'argent de tous, elle ne bénéficie qu'à un tout petit nombre. » Lettre de Mission de Nicolas Sarkozy à Christine Albanel.

ACCOMPAGNER LES PRATIQUES

L'aspiration si souvent valorisée à séduire de nouveaux publics au nom tout à la fois du « partage des grandes œuvres de l'esprit » ne fait peut-être plus référence : la terminologie même glisse du nécessaire bain culturel et artistique pour éduquer le plus grand nombre, à la difficulté de « recruter et fidéliser des publics ».

. Accompagnement des publics et médiation

Comme le soulignait Serge Saada, formateur à la médiation au sein du réseau Cultures du Cœur⁴, à travers la pratique de médiation, il s'agit de susciter le désir, sans l'orchestrer, dans un va et vient entre le spontané et le suscité. Avec deux postures fortes portées par une structure comme Cultures du Cœur : la volonté de travailler sur toutes les formes de cultures et non pas uniquement la culture labellisée ; et l'importance accordée à l'autonomie de choix du spectateur. Comment rendre possible cet accès à l'œuvre ? Le travail des médiateurs sur le terrain est toujours en phase avec cette problématique. La question de l'explication de l'œuvre, à laquelle est souvent associée la médiation, pose d'ailleurs question : Est-ce qu'on n'aime que ce qu'on comprend ? Est-ce qu'une explication, à l'inverse, nous enlève du plaisir à la découverte de l'œuvre ? Ce qui pose question c'est plutôt lorsque ne pas comprendre l'œuvre, ou avoir un sentiment d'ennui, se transforme en sentiment d'exclusion. Sur le terrain, s'observe aussi une certaine capacité inattendue des publics à se recréer une lecture polysémique d'une œuvre, même face à l'œuvre qui paraît la plus fermée et pauvre. Le rapport à l'émotion demeure quelque chose de finalement assez insaisissable, un spectateur pouvant même être différent d'un bout à l'autre d'une même représentation.

. La problématique de la fidélisation : fidélités, ou infidélités organisées ?

L'offre culturelle est très grande, à la multiplicité des équipements culturels s'ajoute la concurrence de l'audiovisuel (télévision et ordinateur) et des autres formes d'occupation du temps libre. Mais la concurrence entre équipements est tout aussi importante. Comment choisir tous les soirs entre quatre « possibles » (ville moyenne) ou cent (combien exactement à Paris ?)...

Un constat assez partagé se repère dans les différentes équipes : la problématique de la fidélisation du public. L'attachement à un lieu, qui pouvait se manifester par l'abonnement, recule de manière importante aujourd'hui, remettant en question l'idée d'un public fidèle, de manière presque exclusive, à un lieu. Cette problématique de la « volatilité » des publics se retrouve dans les autres pratiques de consommation, et n'est pas une problématique spécifique à la sphère culturelle, mais à relier à un mouvement sociétal plus large avec des usagers qui revendiquent de plus en plus la volonté de puiser dans différents univers de propositions. Par ailleurs aujourd'hui c'est peut-être plus l'identification et l'appartenance à un territoire qui fait sens, dans la diversité de ses offres, que l'adhésion à une institution unique.

L'idée d'une « fidélisation » du public semble ainsi perdre de son sens, au profit d'une circulation des publics d'un équipement à un autre. Un des enjeux est ainsi justement de prendre en compte cette réalité des pratiques plutôt que de parier sur une exclusivité des publics par rapport à la structure (idée d'un public captif), c'est une circulation organisée des publics qui est envisagée, au lieu d'une concurrence entre structures locales, pour travailler à cette circulation des publics au niveau territorial. L'invention de parcours ou d'abonnements trans-lieux peut être une des pistes à suivre, à l'instar de ce qui est notamment proposé dans une structure comme Le Maillon à Strasbourg qui fonde sa politique sur la circulation et le « partage » du public avec d'autres équipements du territoire.

AU-DELA DE LA FREQUENTATION...

⁴ Le réseau Cultures du Cœur sollicite différentes structures culturelles afin qu'elles mettent des invitations à disposition des « personnes défavorisées », « isolées de certaines pratiques culturelles ».

. Se contenter de remplir des salles ?

La France met en circulation plus de 600 millions de places de spectacle par an et chaque année 300 millions de fauteuils restent vides. Face à ce constat, se pose la question du rôle des acteurs culturels vis-à-vis d'un public, mais aussi d'un territoire. S'agit-il uniquement de distribuer du spectacle et de remplir les salles ? Ne peut-on pas penser autrement le rôle des acteurs culturels avant tout comme agitateurs de culture au sein de la ville, pour être progressivement identifiés en tant qu'acteurs, ou en tant que projet, plutôt que comme lieu ?

Les constats de ces deux journées amènent à remettre en question une compréhension restrictive de « l'accès à la culture » qui ne passerait que par le taux de fréquentation des équipements culturels, alors que l'émulation culturelle passe aussi par d'autres supports et indices tels que l'accès aux contenus culturels via les nouveaux médias, le développement des pratiques amateurs, ou encore les formes de sociabilités qui vont se construire autour de la pratique culturelle. Cela nous invite à remettre en question une injonction politique qui ne saisit la vitalité culturelle et l'impact de l'action culturelle que par le taux de remplissage des salles, pour repositionner les objectifs mêmes des lieux. Cette dimension amène ainsi à repenser les outils de mesure des résultats, pour repenser la manière dont on pose la question de l'impact d'un lieu culturel sur un territoire. Ce qui implique aussi de repenser les contenus de la communication, pour envisager de communiquer non pas tant sur des spectacles, que sur l'identité d'une équipe, l'ambiance d'un lieu, l'aventure derrière la sortie culturelle, les formes de sociabilités qui peuvent se construire autour...

. Pratiques culturelles et nouvelles formes de sociabilités

L'analyse des pratiques culturelles, proposée par la sociologue Dominique Pasquier lors de la table-ronde, se fonde sur une approche par la sociabilité : ce qui est dit sur une œuvre constitue un moyen d'entrer en contact avec les autres et sur la manière dont se forge l'identité des spectateurs. Emergent ainsi ce qu'on peut appeler des « publics performatifs » ou encore « publics réflexifs » : des individus qui ont conscience d'appartenir à une communauté de spectateurs au sein de laquelle ils se reconnaissent. Historiquement le théâtre constituait autrefois un lieu d'échange et de formation d'une opinion publique, entre spectateurs réunis. Le public n'était alors pas dans ce rapport de contemplation esthétique au théâtre comme c'est progressivement devenu le cas, avec aujourd'hui toute une codification du rapport à l'œuvre fondé sur le silence et le refoulement des émotions. Le regard de la nouvelle génération, aujourd'hui formaté par les grands médias, reste ainsi assez éloigné des codes de la représentation théâtrale et pourrait d'ailleurs être un des facteurs explicatifs d'une certaine désaffection pour l'expérience théâtrale. Un certain nombre de fonctions sociales qui étaient autrefois remplies par le théâtre le sont donc aujourd'hui par la télévision. Pourtant, même si le temps de la représentation est aujourd'hui silencieux, aller au théâtre n'en reste pas moins une activité sociale. L'analyse des modalités de création de liens sociaux autour de la sortie culturelle sert de point d'ancrage à l'étude de cette dimension. Dominique Pasquier mène ainsi depuis quelques mois une étude de terrain à partir d'entretiens réalisés auprès des 800 groupes d'amis inscrits dans les fichiers du Théâtre National de Chaillot. Il s'agit de groupes de personnes qui vont au théâtre ensemble, et pour qui aller au théâtre avec d'autres va apporter quelque chose de supérieur à leur expérience de l'œuvre. C'est là le point de départ d'une appréhension des pratiques culturelles à travers le faisceau des interactions sociales qui les encadrent, et permet de repenser la proposition culturelle non plus comme contenu distinct mais au contraire à réinsérer dans les pratiques plus quotidiennes des acteurs sociaux, plutôt que de rester une approche quasi-sacrée de « l'œuvre pour l'œuvre ».

ENVISAGER QUELQUES PISTES POUR REPENSER LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

Sortir des grandes catégories de perception du public, en terme de CSP ou d'oppositions « publics » / « non-publics », définis par les grandes enquêtes nationales sur les pratiques culturelles, qui ne permettent finalement pas de saisir des processus plus complexes sur le terrain.

Dépasser une approche sectorisée des pratiques culturelles entre « culture cultivée » / « loisir » / « divertissement », pour prendre conscience de l'implication des individus dans une « dissonance culturelle » qui puise dans une pluralité d'univers de référence.

La pratique culturelle conserve une fonction identitaire (appartenance à une communauté), non pas tant en terme de distinction de classe, mais plutôt de mode d'affiliation à des communautés électives, plurielles et dynamiques.

Partir d'une approche de la pratique culturelle non comme réalité isolée mais comme élément inséré dans un réseau de pratiques et de formes de sociabilités multiples.

Nécessité aussi de prendre le contre-pied de la dé-fidélisation du public, en pensant et en orchestrant justement cette circulation des publics au sein des équipements, en réfléchissant à des démarches de mise en réseau et des parcours transversaux entre différents lieux.

Pour tous, l'artiste et les œuvres, les formes et les expériences restent au cœur du dispositif. Réunir pour faire rencontrer (et aimer), enrichir des espaces critiques (et des individus critiques) demandent des compétences sans cesse à réinventer. Le premier impératif consistant certainement à travailler sur le cœur de « son » public qui n'est finalement pas si acquis, avant même de s'attaquer à la conquête de nouveaux publics (« périphériques », ou « empêchés » ...).

« LE(S) PUBLIC(S) » laisse(nt) la place à des spectateurs, des individus de plus en plus exigeants (et infidèles) qui cherche(nt) en « périphérie » une qualité d'information qui les convaincrat « d'y aller ». Ce qui suppose donc des outils de communication très nouveaux qui permettent une adresse personnalisée. Une démarche de communication qui serait peut-être à penser de manière délocalisée par la multiplication des points de référence : que ce ne soit plus l'institution qui communique en son nom, mais d'autres acteurs, d'autres éditeurs qui produisent les contenus d'une communication qui pourrait être plus impactante parce qu'elle n'émane pas de l'institution elle-même (d'autres sites internet, des usagers préconisateurs face à leurs groupes d'amis, des éditeurs de blogs amateurs, etc.). Dynamique d'autant plus facilitée par les nouveaux médias. Dans ce nouveau paysage la qualité d'information devient la plus grande valeur ajoutée. Le réseau y est l'amplificateur obligatoire, comme tout espace qui valorise l'initiative et la circulation de l'information.

Kafui Kpodéhoun