

développement culturel

Du numéro 20 (janvier 1974)
au numéro 40 (décembre 1978)

développement culturel N° 20

Janvier 1974

- Le cinéma français en 1972
- Quelques aspects de la politique culturelle finlandaise
- Prospective et politique culturelle

développement culturel N° 21

Mai 1974

- Consommations culturelles et action de l'État
- L'information culturelle dans la presse
- Quelques articles parus en 1973 sur l'action culturelle

développement culturel N° 22

Septembre 1974

- La fréquentation de monuments historiques
- Vulgarisation scientifique et action culturelle
- Publications récentes du Département des études et de la prospective

développement culturel N° 23

Mars 1975

- Les jeunes et le théâtre
- Théâtre et jeunesse : pratiques et attitudes
- Une étude sur le « théâtre pour enfants »

développement culturel N° 24

Juin 1975

- L'équipement musical des ménages français
- Politique culturelle en Suède

développement culturel N° 25

Août 1975

- Les Françaises et la culture
- La répartition des dépenses culturelles de l'État
- Travailleurs manuels et culture

développement culturel N° 26

Octobre 1975

- Les pratiques culturelles musicales des Français
- La politique d'aide à la création artistique en République fédérale d'Allemagne

développement culturel N° 27

Janvier 1976

- Le livre et la lecture
- Planifier le développement de la lecture publique
Le cas du Québec
- Compte rendu de deux publications sur la lecture publique et l'édition

développement culturel N° 28

Mars 1976

- Les festivals et leur public
- La violence et l'érotisme au cinéma et les jeunes
- L'animation socio-culturelle comme fondement de la démocratie culturelle. Une doctrine du Conseil de l'Europe

développement culturel N° 29

Juin 1976

- Les aides à la création artistique
- Le 1 % : aide aux artistes et qualité du cadre de vie
- Éléments de bibliographie internationale sur les aides publiques à la création artistique

développement culturel N° 30

Septembre 1976

- Les spectacles culturels et leur public aux États-Unis
- Les 10 % et l'éducation culturelle
- Publications récentes sur l'animation et les animateurs

développement culturel N° 31

Décembre 1976

- Le livre en 1975
- Archives et animation culturelle : les services éducatifs
- Quelques publications récentes sur la musique

développement culturel N° 32

Janvier 1977

- Consommations culturelles 1960-1975
- Le VII^e plan et la culture
- Bibliographie sur l'action culturelle en milieu scolaire

développement culturel N° 33

Avril 1977

- La vie associative
- Les associations culturelles régionales et départementales
- Quelques publications récentes sur les associations

développement culturel N° 34

Juillet 1977

- Les pratiques culturelles des jeunes
- Europe : des innovations culturelles pour les jeunes
- Bibliographie sur les jeunes dans la société

développement culturel N° 35

Septembre 1977

- Les Français face à leur télévision
- Le public de retransmissions culturelles
- Programmation et audience des émissions culturelles à la télévision française
- Quelques travaux récents sur la télévision

développement culturel N° 36

Décembre 1977

- La vie culturelle en province
- Le public du musée des beaux-arts de Grenoble
- Bibliographie sur les cultures régionales

développement culturel N° 37

Février 1976

- Le livre en 1976
- Une industrie culturelle : le disque
- Quelques travaux récents du service des études

développement culturel N° 38

Juin 1978

- Création et diffusion musicales
- La politique culturelle locale
Quand une grande ville (Lyon) choisit la culture
La politique culturelle des conseils généraux : l'expérience de l'Essonne
Dix ans d'action culturelle à Grenoble

développement culturel N° 39

Septembre 1978

- Cinq heures par jour avec les machines culturelles ?
- Importance des industries culturelles

développement culturel N° 40

Décembre 1978

- Dépenses culturelles
Le son et l'image progressent
- Innover, animer les institutions, évaluer

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et recherches du ministère
des Affaires culturelles, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 231.81.40

n° 20

janvier 1974

REPÈRES

le cinéma français en 1972

**169 films de long métrage,
279 films de court métrage produits
en France en 1972**

La production de films de long métrage de 1972 est en nette augmentation par rapport à 1971 (127 films) et par rapport à l'année 1960 où l'on avait constaté une production particulièrement importante (158 films). Par contre, le nombre de courts métrages produits est passé de 354 en 1971 à 279 en 1972 (352 en 1960).

Sur les 169 films de long métrage de 1972 :
71 sont intégralement français (79 en 1960)
49 sont des coproductions à majorité française (40 en 1960)
49 sont des coproductions à majorité étrangère (39 en 1960).

Le nombre de salles de cinéma a diminué

4206 salles dites « standard » (35 mm.) représentant un peu moins de 2 millions de places en 1972 contre 5821 salles et près de 2.800.000 places en 1960 ; en 1971, il y avait 4274 salles et 2.072.000 fauteuils.

De 1960 à 1972, le nombre de spectateurs est passé de 354,6 millions à 183,1 millions, la moyenne hebdomadaire de 6,7 millions à 3,5 millions de spectateurs, le prix moyen des places de 1,86 F à 5,84 F. On note cependant une augmentation de ces chiffres par rapport à 1971 (177 millions de spectateurs, 3,3 millions en moyenne par semaine).

Le quart des spectateurs habitent la région parisienne

Régions cinématographiques	Nombre d'habitants (en millier)	% population française	Spectateurs en % de l'ensemble
Paris	2591	5,2	23,75
Banlieue (1)	6658	13,4	8,2
Grande Région parisienne (2)	12519	25,1	17,87
Marseille	5285	10,6	14,11
Lyon	7728	15,5	12,91
Bordeaux	7284	14,7	10,15
Lille	3815	7,7	5,97
Strasbourg	2383	4,8	4,52
Nancy	1517	3	2,48
Total France	49780	100 %	100 %

Le cinéma dans quelques pays européens en 1971

	Nombre d'habitants (en millions)	Nombre films produits (1) long métrage	Nombre films sortis	EXPLOITATION (35 mm.)			TELEVISION	
				Nombre de salles	Nombre spectateurs (en millions)	Recettes (millions de francs)	Nombre de postes (en millions)	Nombre de films cinéma diffusés
France	49.780	127	491	4.237	176,9	1.062,3	11	392
Italie	52.750	233	472	9.324	535,7	1.840,5	10	120
Allemagne fédérale	58.700	100	385	3.314	161,4	880,7	17	683
Grande-Bretagne	55.300	90	—	1.482	176	834,3	16	—

(1) Y compris les coproductions qui se trouvent ainsi comptabilisées dans plusieurs pays.

Source : Bulletin du C. N. C., supplément au n° 140 - 141, avril - juin 1973.

(1) Région parisienne moins Paris.

(2) Comprend les régions suivantes : Picardie, Champagne-Ardenne, Haute et Basse Normandie, Bretagne, Centre et, en partie, Pays de Loire et Bourgogne.

quelques aspects de la politique culturelle finlandaise

Des « Comités artistiques » par secteur

Depuis 1966, un *Bureau des arts* du ministère de l'Éducation administre les problèmes ayant trait aux affaires culturelles, mais les décisions sont prises, depuis 1968, dans sept « comités artistiques nationaux », un pour chaque domaine artistique : la littérature, les arts plastiques, la musique, le théâtre, l'architecture, l'artisanat et les arts décoratifs, le cinéma et l'art photographique.

Les membres de ces comités sont nommés par l'État sur avis des organisations représentatives. C'est aussi l'État qui désigne le président de chaque comité, entre trois candidats choisis par le comité lui-même parmi ses membres. Les membres composant chaque comité doivent être des artistes ou des spécialistes confirmés, leur nombre pouvant varier de sept à onze.

Les comités ont pour fonction de conseiller les pouvoirs publics. Ils proposent l'ouverture des crédits budgétaires. Ils décernent les prix officiels et les bourses de l'État. Ils orientent l'évolution générale des organismes d'éducation correspondants.

Un comité central des arts

Le « comité central des arts » comprend les présidents des sept comités artistiques nationaux ainsi que trois membres nommés par l'État.

Il conseille le Ministère sur la politique de développement culturel, prépare projets et propositions, notamment lorsqu'ils concernent plusieurs domaines artistiques, veille à organiser la coopération entre les divers domaines des arts et prépare aussi, sur la base des propositions

des comités artistiques nationaux, les projets d'ouverture de crédits destinés aux arts, pour inclusion par le Ministère dans la loi de finances soumise au Parlement, il répartit les subventions spéciales entre les différents secteurs artistiques ; enfin, il fait des propositions relatives à la nomination des titulaires de chaires professorales.

Décentralisation : les comités artistiques provinciaux

Les activités de chaque comité national s'étendent à la totalité du pays. Les comités artistiques provinciaux, eux, sont chargés d'administrer les affaires culturelles de manière plus détaillée, car ils sont plus au fait des besoins locaux et des possibilités qu'il y a d'encourager et de favoriser les talents locaux. Ces comités constituent des instruments de liaison entre les deux niveaux, régional et national.

Les membres sont nommés par les autorités provinciales après avis des organisations et des instituts artistiques et culturels. Ce sont nécessairement des artistes ou des spécialistes d'un des domaines de la politique culturelle régionale. Les facteurs régionaux et linguistiques sont pris en considération. Chaque comité compte huit à dix membres, selon la province, ses dimensions, sa population et sa situation. Les comités pro-

vinciaux orientent l'évolution locale générale et assurent la liaison entre les organismes artistiques régionaux intéressés ; chaque comité rend compte et fait ses recommandations au Ministère, aux comités artistiques nationaux et aux autorités provinciales, favorise l'activité artistique au moyen d'initiatives et de programmes divers, et répartit les crédits alloués chaque année.

L'aide à la création : « artistes - professeurs » et bourses

Des chaires professorales permanentes ou temporaires sont créées pour récompenser les créateurs particulièrement méritants. Le « professeur » doit donner des cours dans les universités et aider les artistes de ses avis, mais il est également censé continuer à faire œuvre créatrice. En 1972, six professeurs ont été nommés pour une durée de trois ans, sur la recommandation du Comité central des arts.

Par ailleurs, les divers comités artistiques nationaux attribuent chaque année des allocations aux diverses catégories d'artistes pour des périodes d'un, trois ou cinq ans.

En 1974, 218 artistes bénéficieront d'une bourse ; sur une période de cinq ans, près de 900 artistes auront reçu une subvention.

En outre, le comité central des arts attribue chaque année l'équivalent de quarante bourses d'État (représentant en 1971 environ 550.000 marks, soit 67.000 F) pour aider à couvrir les frais de grands projets entrepris par des artistes ou groupes d'artistes.

L'aide au théâtre

L'État prend à sa charge 17 % en moyenne du coût de fonctionnement des théâtres, les autorités locales environ 50 %, 33 % environ proviennent des recettes. Les autorités locales payent ainsi en moyenne 4,50 F et l'État 2 F pour chaque billet vendu, ce qui représente au total environ 6,50 F par billet. Le prix du billet va en général de 3 à 10 F (1).

En raison de la forte organisation de la profession, peu d'artistes travaillent en dehors des théâtres. Plus de 800 comédiens employés par les troupes théâtrales sont groupés en syndicat (il n'y a pas surnombre d'artistes dramatiques, car il n'existe que trois écoles d'art dramatique en Finlande : une école de langue finnoise à Helsinki, une autre à Tampere, et l'école du théâtre suédois à Helsinki).

Les comédiens signent avec leur théâtre un contrat de deux ans. Ils ont deux mois de congé payé l'été. D'ordinaire, un théâtre monte six à huit créations au cours de la saison, qui dure dix mois, de septembre à juin.

L'aide à la littérature

Comme dans les autres pays nordiques, les auteurs perçoivent une indemnité pour les prêts que les bibliothèques publiques font de leurs œuvres. La somme totale est fixée à 5 % de la subvention annuelle que l'État accorde aux bibliothèques.

(1) A titre de comparaison, les grands théâtres de Suède couvrent à peine 10 % de leurs dépenses avec leurs recettes tandis qu'en Norvège et au Danemark le taux de l'aide officielle aux théâtres est à peu près le même qu'en Finlande.

Toutefois, contrairement à ce qui se passe en Suède, l'indemnité n'est pas calculée en fonction du nombre de prêts de chaque volume : elle est globale et est versée pour l'ensemble des auteurs. Un comité de huit membres nommés par l'État et les sociétés d'auteurs répartit cette indemnité selon les dispositions suivantes : 45 % sous forme de bourses à des écrivains, 10 % à des traducteurs, 25 % aux auteurs et traducteurs âgés et nécessiteux et 20 % aux auteurs et traducteurs sous forme d'allocations-maladie.

L'aide aux bibliothèques publiques

Les bibliothèques publiques de Finlande comptaient 12 millions de volumes à la fin de 1970 (5,5 millions en 1960). Quelque 32 millions de prêts à domicile ont été enregistrés au cours de cette année contre 15,3 millions en 1960 (environ 7 par personne : 9 dans les villes, environ 5 dans les zones rurales) la moyenne pour la France est de 1,25 par personne.

Chaque municipalité a un service de bibliothèque comportant une bibliothèque principale et (selon l'importance ou la dispersion de la population) un certain nombre de bibliothèques auxiliaires qui, tout comme la bibliothèque principale, doivent avoir à leur disposition des locaux, une collection de livres et un bibliothécaire.

Au début de 1971, il y avait environ 3.000 bibliothèques locales (principales, auxiliaires ou spéciales), ce qui correspond à une moyenne d'une bibliothèque pour 1.500 habitants.

La bibliothèque principale de chaque municipalité doit notamment aider les usagers à choisir livres et documents, présenter les ouvrages au moyen d'affiches ou dans la presse, faire des expositions de livres, organiser des rencontres avec les auteurs, etc. Elle dispose souvent d'un matériel audio-visuel qu'elle utilise pour les réunions et conférences scientifiques ou artistiques.

A côté de la conservation d'ouvrages littéraires et de périodiques et des expositions de livres axées sur différents thèmes, les bibliothèques - sans exception les bibliothèques rurales - organisent des débats entre auteurs et lecteurs, des concours de rédaction pour les jeunes et des récitations de contes de fées pour initier les tout petits au monde des livres. Elles fondent des clubs littéraires, participent aux manifestations littéraires locales, etc... Certaines grandes bibliothèques municipales montent des spectacles dramatiques à l'intention de leurs abonnés, ainsi que des représentations de marionnettes pour les enfants et des concours de dessins pour illustrer tel ou tel livre, elles organisent aussi des conférences sur les sciences ou les arts, illustrées de diapositives ou de courts métrages.

Les locaux de bibliothèque les plus récents permettent d'organiser régulièrement des expositions : la plupart exposent en permanence des œuvres d'art appartenant à la communauté locale.

L'un des domaines dont les bibliothèques s'occupent le plus communément est la musique. C'est à Tampere que fut fondée la première discothèque publique. Elle ne prête pas à l'extérieur ses 4.000 disques de longue durée, mais on peut les écouter à la bibliothèque même. En 1970, la discothèque a été fréquentée par 10.631 auditeurs adultes et 6.103 enfants. Parfois, les bibliothèques s'assurent le concours d'orchestres, de solistes et d'ensembles de musique de chambre (entrée gratuite pour les usagers de la bibliothèque).

En exécution de la loi sur les bibliothèques, l'État prend à sa charge un tiers des frais courants totaux des bibliothèques dans les villes et deux tiers dans les zones rurales. Il participe pour 90 % aux frais des bibliothèques à affectation particulière et pour 95 % à ceux de la bibliothèque des aveugles. Il accorde aussi les crédits pour l'achat de matériel audio-visuel et les bibliobus.

Nombre et répartition des bourses attribuées chaque année

DOMAINE	1 an	2 ans	3 ans
Ecrivains	18	6	3
Traducteurs	4	1	
Artistes (arts plastiques)	14	7	5
Compositeurs	4	3	1
Musiciens (exécutants)	16	2	
Comédiens	22	1	
Danseurs	5		
Architectes	4	1	
Spécialistes de l'esthétique industrielle	5	1	
Photographes	7	1	
Critiques	5		
TOTAL	104	23	9

Source : la politique culturelle en Finlande. - Paris Unesco 1972. - Collection « Politiques culturelles : études et documents ».

prospective et politique culturelle

Au moment où s'ouvre la préparation du VII^e Plan qui doit guider la société française jusqu'en 1980, il paraît utile d'attirer l'attention sur deux publications qui situent les politiques culturelles par rapport au futur social. Ces deux revues (1) rendent compte des débats internationaux qui ont eu lieu au Centre du futur d'Arc et Senans pour proposer à la Conférence des Ministres de la Culture d'Helsinki de « nouvelles stratégies de la culture ».

Recours à la prospective

La méthode prospective, qui était proposée, avait pour but d'éviter le débat d'idées ou la confrontation éthique sur la notion de culture : débat sans fin parce que les concepts ne sont pas encore élucidés : rares sont ceux qui distinguent clairement la « culture » au sens anthropologique du terme, de la « culture » comme patrimoine et de la « culture » comme attitude personnelle et apprentissage. Mille définitions circulent, et il n'est point de débat qui ne donne l'occasion de forger une nouvelle définition élégante, vivante, vécue, mais dépourvue de rigueur conceptuelle.

Le principe du colloque fut donc que la considération du futur permettrait de dégager un consensus libéré des préalables idéologiques ou éthiques. Analyser les tendances irréversibles des sociétés industrielles et imaginer le rôle que prendra la vie culturelle devant des développements technologiques pesant d'un poids très lourd sur les individus, a paru la méthode la plus objective pour déterminer les grandes finalités que devraient s'assigner les ministères de la culture dans les dix ans à venir.

Malgré les traditions et les structures propres à chaque pays d'Europe, les défis qui sont posés à toute l'Europe sont sensiblement les mêmes. Il est rapidement apparu indispensable que les politiques de la croissance se donnent une stratégie qui conduise à un futur plus satisfaisant, mieux dominé, plus apprivoisé que le futur qui découlerait du seul cours des choses et la conclusion du colloque a été que cette stratégie ne pouvait se fonder que sur l'action culturelle.

Le développement culturel comme condition d'une croissance maîtrisée

A première vue, le débat sur la croissance paraît économique plus que culturel. L'originalité du colloque d'Arc et Senans a été de renverser cette logique : la culture n'est plus seulement une finalité à reconnaître pour l'accroissement du niveau de vie, mais elle en est la condition. Les sociétés industrielles « avancées » verront la croissance se retourner contre elles — sur le mode écologique, sociologique ou psychologique — si elles n'arrivent pas à la maîtriser.

Or, les moyens de cette maîtrise sont d'ordre culturel : ils ne sont plus seulement d'ordre économique, ni même juridique : rien ne sert plus d'accroître les capitaux investis, d'améliorer les machines, si le milieu devient invivable, si les jeunes le refusent, si l'absentéisme au travail se multiplie, et si un large désintéressement envahit peu à peu les divers secteurs de l'activité nationale. Les modalités d'une croissance non maîtrisée provoquent des « retombées » sur la qualité de la vie qui mettent en danger cette croissance elle-même.

Ainsi le problème de la croissance est-il devenu triplement culturel : à la fois parce que la revendication de la qualité de la vie s'est répandue comme une trainée de poudre à travers l'Europe ; parce que le passage d'une croissance quantitative à une croissance qualitative requiert une définition de la qualité de la vie qui est essentiellement culturelle ; et parce qu'enfin les moyens d'assurer la maîtrise de la croissance ne relèvent ni du libre jeu ni d'une

direction de l'économie, mais d'une prise de conscience pour toutes les couches de la population, grâce à l'action culturelle.

Pour l'urbanisme, comme pour l'entreprise, pour l'éducation, comme pour l'emploi, les problèmes à traiter ne peuvent plus se résoudre par le quantitatif pur, comme s'y sont efforcés les premiers plans français. Une croissance qualitative est devenue nécessaire. Mais introduire la qualité de vie comme critère de la croissance, c'est réintroduire la culture dans les nécessités politiques.

Participation, Créativité

La culture n'est plus alors le luxe, l'ornement superflu que peuvent s'offrir quelques privilégiés de l'argent ou de l'instruction, elle est la condition de développement global.

Certes, cette culture est communication plus que simple conservation, elle est activité plus que simple consommation. Mais face aux tendances lourdes de l'évolution technologique (urbanisation, travail en miettes, hyper-complexité des techno-structures, encombrement, saturation des messages audio-visuels), seule la culture peut libérer l'initiative, réveiller la responsabilité, débloquent la créativité, à tous les niveaux de la vie industrielle, urbaine, éducative.

Tels sont les conclusions que les participants, dont trois ministres, ont tiré de la considération d'un futur qui, ont-ils noté, « a déjà commencé ».

1 - Analyse et Prévision, n° hors série, octobre 1973 ; Ed. S.E.D.E.I.S. 207 p. Contributions notamment de René Berger, Hubert Brochier, Michel de Certeau, Abraham Moles, Edgar Morin, Georg Picht, Alvin Toffler, et des ministres Jacques Duhamel, Henry Janna et Jennie Lee.

2 - Education et culture, n° 22, été 1973, 52 p. (texte en français et en anglais).

On peut demander ces deux publications au Service des études et recherches du ministère des Affaires culturelles, 4, rue d'Aboukir, Paris - 2^e.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et recherches du ministère
des Affaires culturelles, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 231.81.40

n° 21

mai 1974

REPÈRES

consommations culturelles et action de l'État

La consommation culturelle des français a doublé de 1960 à 1973.

Les français accordent à la culture 6,6 % de leur temps (une heure et demie par jour dont un peu plus de la moitié est consacrée à la télévision) entre 2 et 3 % de leurs moyens financiers. Ils dépensent en moyenne 400 F pour leurs activités culturelles dont :

- les 4/5^e se déroulent à domicile, un cinquième hors du domicile
- 36 % vont aux achats d'appareils supports, 40 % aux produits de l'édition, 24 % aux représentations à l'extérieur ou sur l'écran T.V. (redevance).

Le doublement de la consommation culturelle a été la résultante :

- d'une stabilisation des activités hors du foyer (diminution de 6 % en 10 ans) ;
- d'une très forte progression des activités se déroulant dans le foyer (+ 122 % en 10 ans).

Les prix, en francs constants, ont augmenté de plus de 30 % pour les activités hors du foyer (spectacles) alors qu'ils diminuaient de plus de 11 % pour les activités dans le foyer (télévision, disques, photographie) (1).

Un français sur trois lit en moyenne un livre par mois ; deux français sur trois écoutent des disques, un français sur deux va une fois ou plus au cinéma dans l'année (2).

La moitié des français ont lu plus de cinq livres en 1973. S'il reste 30 % de français qui ne lisent pas de livres, 90 % des jeunes de 15 à 20 ans sont lecteurs de livres.

Un français sur trois écoute de la musique enregistrée au moins une fois par semaine et un ménage sur deux possède plus de 30 disques. Depuis 1960, le nombre de disques produits a triplé de même que le chiffre d'affaires, en prix constants, de l'édition de disques.

La fréquentation du cinéma, qui a diminué de moitié de 1960 à 1970, augmente de nouveau depuis 1972. Les prix du cinéma sont parmi les prix de produits de consommation qui ont le plus augmenté au cours de la décennie (+ 73 % en francs constants).

On comparera cette situation à celle de la télévision : huit ménages français sur dix sont équipés d'un poste TV : ils sont près de 13 millions et les prix ont nettement décrié : de 20 % pour les redevances, de 58 % pour les appareils récepteurs (en francs constants).

En 1973, un français sur trois a visité un monument ; un sur quarante est allé à l'Opéra,

Musées (en général) : Un français sur quatre
Musées et expositions d'art : Un français sur cinq
Pratique d'un instrument de musique : Un français sur sept
Théâtre : Un français sur huit
Bibliothèque : Un français sur huit
Concert : Un français sur quinze
Opéra : Un français sur quarante.

**De 1960 à 1973, les dépenses du Ministère
des Affaires culturelles ont quintuplé en
francs courants, triplé en francs constants.**

Ont augmenté moins que l'ensemble : les dépenses pour la conservation et la création du patrimoine.

Ont augmenté plus que l'ensemble : les dépenses pour la diffusion (deux fois plus en francs constants) et pour l'enseignement et la formation (cinq fois plus en francs constants).

(1) Données élaborées à partir de sources multiples par la cellule « statistiques » du service des études et recherches.

(2) Sondage effectué en décembre 1973 sur un échantillon représentatif de 2.000 personnes.

l'information culturelle dans la presse

Une stratégie de l'information culturelle

La presse a besoin d'informations « chaudes » et précises. Chaudes, c'est-à-dire proche des problèmes humains qui se posent : par exemple le goût des jeunes pour la musique pop ou la moto, la rupture entre leurs valeurs et celles de leurs parents constituent des « points chauds ». L'action culturelle, qui vise la culture en train de se faire, sait aborder ce genre du sujet.

Les informations culturelles doivent aussi être précises, régulières, référencées, documentées. Seules cette précision, cette régularité et cette documentation permettront aux journalistes d'articuler l'événement culturel avec la politique générale qui est suivie par telle administration, telle ville, tel centre culturel, tel musée. Dans aucun journal, par exemple, le débat de l'Assemblée Nationale sur le budget culturel de la nation ne donne lieu à une analyse critique motivée, à une discussion entre experts ou avec le public.

Les journaux ont besoin d'une « stratégie de l'information culturelle ». Celle-ci ne saurait être la même d'un titre à l'autre. Elle peut se traduire par la restructuration de la rubrique culturelle, par la création d'une nouvelle rubrique, par le recrutement d'un journaliste spécialisé, par la recherche de nouveaux informateurs, etc... Mais cette stratégie de l'information ne doit pas être unilatérale : elle concerne aussi les administrations, les municipalités, les institutions culturelles qui ont beaucoup à imaginer pour donner une information concrète, utilisable ; d'elles dépend en effet que les journalistes rendent compte, ce qui est rarement le cas - de faits culturels en termes d'options, de choix, de finalités sociales.

En ce qui concerne le contenu des rubriques culturelles, il importe de ne pas se contenter des formules traditionnelles (critique de spectacles, information sur les vedettes

de la culture), mais de chercher de nouveaux sujets d'articles comme l'initiation progressive à une forme d'art ou l'intérêt accordé aux modes de vie, aux moyens de « vivre pleinement au présent ».

Or la culture « passe » mal dans la presse

Une étude approfondie de la presse quotidienne nationale et régionale et de quelques hebdomadaires d'information générale due à M. René Pucheu permet de faire quelques constatations sur la place qu'y tient le mot « culture ».

Les journalistes semblent avoir peur de ce mot : d'une part, parce qu'ils ont conscience de l'impossibilité d'enfermer le contenu si riche et varié du mot culture dans une seule rubrique ; d'autre part, parce que, voulant plaire à leur public, ils hésitent à employer un mot qui évoque un domaine réservé à des initiés. R. Pucheu remarque que lorsque le mot apparaît, il est tantôt chargé de « foudre » tantôt chargé de « poussière » ; il est, soit synonyme de revendication et devient alors un mot de guerre, soit synonyme d'héritage et prend un sens très conservateur. L'information culturelle ne pourra être modifiée que si l'on élargit la conception de la culture et qu'on la remplace par « l'action culturelle » afin de la revêtir d'un sens dépassant les arts et les spectacles pour s'engager dans la vie quotidienne des individus.

L'action culturelle désarçonne la presse

Mais ce mot d'action culturelle provoque lui aussi un certain malaise.

Les initiatives d'action culturelle se caractérisent par la volonté d'atteindre le « non-public », par la volonté de passer du « spectacle » à « l'action », autrement dit, de « l'esthétique » ou de la « métaphysique »

à la « politique ». La presse bute sur ces deux aspects par réticence ou par inaptitude.

Une des illustrations choisies par R. Pucheu est la querelle T.N.P. - Maisons de la Culture contre Comédie Française ou Théâtre Moderne contre Théâtre lyrique. D'autres documents significatifs révèlent aussi des tendances et des mentalités : face au branle-bas dans tous les arts du spectacle qui a commencé en 1951 et s'est amplement diffusé et approfondi, la presse à l'instar de l'opinion est divisée tant sur l'enjeu (Qu'est-ce que la culture ? Un patrimoine à défendre ? Une chose de la vie à faire advenir ?) que sur les voies et moyens : un ministère des affaires culturelles, pour quoi faire ? l'action culturelle, où et comment ?

L'étude sur l'information culturelle a été faite à la demande du Service des études et recherches du ministère des Affaires culturelles par M. René Pucheu, auteur de nombreuses études sur les mass-media et qui a été rapporteur de l'intergroupe « loisirs » du VI^e Plan.

L'étude s'appuie sur des renseignements émanant d'une série d'entretiens avec des journalistes et des animateurs, sur les conclusions d'un colloque organisé les 9 et 10 février 1973, sur des analyses de contenu pratiquées sur quatre quotidiens parisiens (*l'Aurore*, *le Figaro*, *l'Humanité*, *le Monde*), deux quotidiens régionaux (*le Dauphiné Libéré* et *Ouest France*), quelques hebdomadaires nationaux (*l'Express*, *l'Humanité Dimanche*, *le Nouvel Observateur*, *le Point*).

Les annexes de cette étude n'en constituent pas le moindre intérêt.

Dans la première, des coupures de presse donnent un bon aperçu des apparitions du mot « culture » et de la « spectacularisation » de l'écriture de presse. En fonction du contexte et de la mise en page, le mot se charge d'harmoniques très différents : de la conservation du patrimoine à l'art de vivre au présent !

La seconde expose des documents émanant du dépouillement des articles consacrés aux débats budgétaires devant l'Assemblée nationale et le Sénat. L'analyse systématique de ce type d'information porte uniquement sur un échantillon de la presse quotidienne parisienne (*l'Aurore*, *le Figaro*, *l'Humanité*, *le Monde*). Cette annexe présente :

- 1) une évaluation des surfaces consacrées par chaque quotidien aux débats budgétaires du Ministère.
- 2) un inventaire des informations relatives à ces débats.
- 3) un inventaire et une revue des titres et sous-titres, dressé selon la même grille.

La troisième annexe opère un repérage des principaux thèmes ayant trait au domaine de la culture dans *le Monde* et *le Figaro* au cours de la période décembre 1971 - juin 1972 et dans quatre hebdomadaires (*Express*, *Nouvel Observateur*, *Humanité Dimanche*, *Paris-Match*) de juin 1971 à juin 1972.

La quatrième annexe donne le compte-rendu de la rencontre de travail organisée par le Service des études et recherches autour d'un « pré-rapport » établi en février 1973. Les participants ont mis en lumière les handicaps de l'information culturelle : celle-ci est abstraite alors que le journal se nourrit de concret, elle se réduit au spectacle et aux livres sans rendre compte de l'action culturelle, elle est émise dans les pages du journal.

Enfin, une cinquième annexe présente une série de coupures de presse sur quelques images « historiques », « habituelles », « innovantes » de l'action culturelle et vise à montrer comment la presse pourrait être utilisée comme « indicateur » culturel.

Le Ministère des Affaires culturelles a une image floue dans la presse

Au regard des informateurs et de l'opinion, l'existence et les interventions du Ministère des Affaires culturelles peuvent apparaître comme des tests de l'intérêt porté à la politique culturelle. Or, il n'est pas facile de saisir dans la presse l'image du Ministère car elle est obscure et floue : la presse s'y intéresse peu. Les attitudes vis-à-vis du Ministère ont varié au fil des années et R. Pucheu distingue trois phases : une « naissance éclatante », à partir de la conférence de presse de A. Malraux sur la réorganisation des théâtres nationaux, le 9 avril 1959 ; une « existence à crédit », de 1960 jusqu'au départ d'A. Malraux ; la « fin

d'un pouvoir » avec le choc provoqué par la petite phrase d'E. Michelet sur les vertus de la pauvreté au théâtre et l'image d'un ministère qui apparaît moins comme un centre de décision que comme un relais d'exécution, voire un spectateur impuissant. Il semble qu'actuellement un défi soit lancé au Ministère : il ne peut pas faire l'économie d'une meilleure stratégie de l'information, s'il veut « paraître » activement dans la presse, et avoir une image véritablement « perçue ».

Pour une nouvelle information culturelle

R. Pucheu fait une série de suggestions pour que l'action culturelle trouve dans la presse sa place et l'écriture qu'elle requiert. Ces suggestions s'adressent aux différents acteurs en présence :

Les responsables de la politique culturelle

R. Pucheu leur suggère de mieux exploiter les informations données par la presse et leur demande une réelle politique d'information coordonnée, en provoquant par exemple des réunions entre les rédacteurs en chef des journaux et les directeurs du Ministère, tant au plan parisien qu'en province ; il faudrait publier un « guide » sur la politique culturelle : actuellement, les journalistes ne possèdent aucun instrument de synthèse pour s'initier à ces problèmes.

Il lui semble aussi que le prestige et la réputation du Ministère sera très lié à la qualité et à l'orientation de ses interventions en matière d'urbanisme et de sites.

Les animateurs

R. Pucheu en distingue deux sortes : ceux qui ne voient dans la presse qu'un instrument de relations publiques et ceux qui en instruisent le procès comme étant le reflet d'une société qu'ils contestent. Il constate qu'au sein des Maisons de la culture ou des Centres d'animation culturelle se créent des groupes de réflexion sur la presse : ces groupes ne

ne pourraient-ils pas multiplier les contacts avec la presse locale et passer du rôle de « critique » de la presse à un rôle de présentation des activités culturelles ? L'expérience du Relais culturel d'Aix-en-Provence qui a une page régulière dans le journal local lui semble une expérience à généraliser.

Les informateurs

Dans les journaux, à l'heure d'arbitrage de la surface, la culture n'a droit qu'à la portion congrue. Pour démontrer aux rédacteurs en chef que les débats culturels ont un « marché », une condition est nécessaire : concevoir cette information dans une perspective renouvelée qu'il faudrait inclure dans un triangle dont les pôles sont : « loisirs », « art », « bien vivre ».

La rénovation de l'information culturelle exige aussi des mesures plus structurelles : par exemple, la nomination dans les publications les plus importantes d'un chargé de la politique culturelle, et la formation de journalistes « arts, loisirs et civilisation ».

Un besoin de formation de recyclage régulier est ressenti partout : tout ce qui vient d'être dit plaide en faveur de rencontres plus fréquentes et régulières entre journalistes responsables de la vie culturelle. Il ne s'agirait nullement de cours (avec des détenteurs du savoir et des élèves) mais de séminaires quadripartites où journalistes, animateurs culturels, chercheurs et responsables d'institutions échangent vues et informations sur la politique culturelle suivie dans tel secteur, telle ville ou telle institution.

Trois mesures pratiques

- 1) créer une « association des journalistes d'information culturelle » ;
- 2) susciter des rencontres régionales entre les différentes instances intéressées ;
- 3) prendre « l'information culturelle » comme thème d'une des rencontres annuelles des rédacteurs en chef de journaux français.

Quelques articles parus en 1973 sur l'action culturelle

- AFFAIRES CULTURELLES (Ministère) — Bilan de 2 ans d'action culturelle : lignes directrices de l'action, interventions sectorielles. — *Bulletin d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 8, 15 février 1973, 27 p.
- Les Animateurs. — Marly-le-Roi, I.N.E.P., 1973 — *Cahiers de l'animation*, n° 3, juin 1973, 139 p.
- Animation commerciale et animation culturelle — *Notes d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 21, 3^e trim. 1973, 12 p.
- L'Animation culturelle dans les villes nouvelles — *Bulletin d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 18, 15 juillet 1973, pp. 8 et 81.
- Animations expérimentales dans les musées de province... à Senlis, Chartres, Narbonne et Blois. — *Bulletin d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 22, 15 oct. 1973, p. 9.
- Les Associations, leur avenir, leurs rapports avec l'Etat. — Paris, G. R. E. P., 1973. — *Pour*, n° 29 - 30, 1973, 157 p.
- BELLEVILLE (P.) — Animation et vie sociale quotidienne. — *Economie et humanisme*, n° 213, sept./oct. 1973, pp. 60 - 70.
- BRUSCHI (Dominique) — Dossier sur l'animation culturelle : La Rochelle : une expérience de huit mois — *ATAC Information*, n° 48, mars 1973, pp. 22 - 24.
- CHOSSON (J. F.) — Le prince, le fonctionnaire et l'animateur culturel. — *Cahiers de l'animation*, n° 3, juin 1973, pp. 65 - 76.
- COUSIN (Christian) — Groupe, formation et culture. — *L'Education*, n° 193, 6 déc. 1973, pp. 15 - 16.
- Formation d'animateurs — Articles de G. Poujol, C. Guérin, C. Van den Bussche, M. Simonot, L. de Angeli... Marly-le-Roi, I. N. E. P. — *Cahiers de l'animation*, n° 4, déc. 1973, 140 p.
- GIRARD (Augustin) — Pour une nouvelle stratégie de la culture. Arc-et-Senans — la logique du Colloque. — *Education et culture*, n° 22, Été 1973, pp. 6 - 11.
- HOUËE (Paul) — Le rôle des préalables culturels et des mouvements d'animation dans le développement rural en France depuis la libération. — Marly-le-Roi, I. N. E. P. — *Cahiers de l'animation*, n° 2, janvier 1973, pp. 35 - 50.
- HURSTEL (Jean) — Rencontres d'Avignon consacrées aux nouvelles formes d'action culturelle. — *Atac-informations*, n° 52, oct. 1973, pp. 23 - 24.
- HURSTEL (Jean) — Une autre voie... — *Education et culture*, n° 22, Été 1973, pp. 33 - 38.
- JEANSON (Francis) — Brève rencontre avec Francis Jeanson. — *Pourquoi*, n° 89, avril-mai 1973, pp. 64 - 69.
- KINGSBURY (A. J.) — L'animation culturelle à la télévision : ses espoirs. — *Communication et langages*, n° 19, 3^e trim. 1973, pp. 65 - 74.
- LABARRIERE (Jacques) — Pour une politique cohérente. Tout au long de 1973, une réflexion est souhaitée à tous les niveaux sur « objectifs et méthodes d'un mouvement d'éducation populaire par rapport aux problèmes actuels d'expression, de création et de diffusion artistique ». — *Animateur-Informations*, n° 20, mars-avril 1973, pp. 9 - 12.
- MIEGE (Bernard) — Sur l'analyse des politiques culturelles des communes. — Marly-le-Roi, I. N. E. P. — *Cahiers de l'animation*, n° 2, janv. 1973, pp. 81 - 94.
- MOLES (Abraham A.) — Une prospective culturelle doit-elle être centrée sur l'individu ? — *Education et culture*, n° 22, Été 1973, pp. 28 - 32.
- Nouvelles formes de vie et d'action collectives. — *Correspondance municipale*, n° 145, nov. 1973, 42 p.
- PARIZET (Marie-Joséphine) — Animateurs dans les collectivités locales. Esquisse d'une approche de responsables d'associations volontaires. — *Cahiers de l'animation*, n° 3, juin 1973, pp. 23-44.
- PETITOT (Léonce) — Les activités culturelles et l'argent. — *Noroit* n° 175, fév. 1973, pp. 3 - 8.
- RACLOT (M.) — L'Action culturelle d'été. — *F. N. C. C. Informations*, n° 4, mars 1973.
- RENAUDIN (M.) — L'actualité culturelle dans les pays de la Loire. — *Notes d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 22, 4^e trim. 1973, 3 p.
- ROYER (J.) — De la prévention à l'animation : voies différentes ou action continue ? — *Education et Développement*, n° 88, oct. 1974, pp. 4-29.
- Sauvegarde et conservation du patrimoine architectural. — *Bulletin d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 17, 1^{er} juil. 1973, n° spécial, 16 p.
- SIMPSON (J. A.) — Education permanente et développement culturel. — *Education et culture* n° 22, Été 1973, pp. 39 - 45.
- Temps libre et pratiques culturelles. — Paris, INSEE, 1973. — *Données sociales*, n° 1, juillet 1973, pp. 90 - 97.
- TORAILLE (Raymond) — Animation pédagogique ou animation socio-éducative dans le second degré. — *Cahiers de l'animation* n° 3, juin 1973, pp. 77 - 84.
- TRICHAUD (Lucien) — Eléments de recherche pour l'animation locale. — *Education et développement*, n° 85, avril 1973, pp. 47 - 70.
- VERNEY (Jean) — Animation culturelle en Poitou - Charentes. — *Notes d'information du Ministère des Affaires culturelles*, n° 22, 4^e trim. 1973, 4 p.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et recherches du Secrétariat
d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 22

septembre 1974

REPÈRES

La fréquentation de monuments historiques

**Un français sur trois a visité un monument
historique au cours des 12 derniers mois (1).**

Visite effectuée :

— au cours des 12 derniers mois	31,8 %	} 40,4 %
— ces dernières années	8,6 %	
— aucune visite	59,6 %	

Le « non-public » représente donc près de 60 % de la population (il s'agit ici de la population « adulte », âgée de plus de 15 ans).

Parmi les personnes ayant visité un monument historique au cours de l'année, le nombre moyen de visites s'élève à 4,4.

Dans la plupart des cas, la visite des monuments historiques s'effectue hors de la région d'origine des visiteurs, à l'occasion d'un déplacement (vacances ou week-end).

Sur 100 visiteurs :

— aux environs seulement	14,3 %	} 85,7 %
— lors de déplacements seulement	65,7 %	
— les deux	20,0 %	

Si l'on rapporte ces chiffres à l'ensemble de la population française, on ne trouve que 10,8 % des gens pour fréquenter les monuments de leur commune ou des environs.

Le public des monuments historiques

1. La fréquentation des monuments historiques est très fortement liée au *niveau d'études* : plus d'une personne sur deux, parmi les titulaires du baccalau-

réat ou d'un diplôme supérieur, ont visité un monument historique dans l'année, alors que cette proportion décroît ensuite régulièrement pour tomber à seulement une personne sur cinq parmi ceux qui ne possèdent aucun diplôme.

Sur 100 personnes du niveau	Proportion de visiteurs
— baccalauréat ou supérieur	54,9 %
— brevet ou C.A.P.	36,8 %
— certificat d'étude	31 %
— pas de diplôme	18 %

2. Elle est aussi fortement liée à la *catégorie socio-professionnelle* :

- on trouve la plus forte fréquentation chez les cadres supérieurs (58,3 %), suivis des cadres moyens (50,7 %) et des employés (44,2 %)
- elle est proche de la moyenne pour les ouvriers qualifiés et contremaîtres (35,9 %) et chez les artisans et commerçants (31,2 %)
- elle est plus faible chez les ouvriers, manœuvres et personnel de service (24,9 %) et chez les agriculteurs (23,3 %).

3. *L'âge* joue également un rôle important ; les jeunes d'une part, et les adultes jeunes (25 - 39 ans) d'autre part ont un score relativement proche, supérieur à la moyenne. Mais ce qui est particulièrement remarquable, c'est la chute brutale de la fréquentation parmi les plus âgés.

Sur 100 personnes âgées de	Proportion en visiteurs
— 15 à 19 ans	41,2 %
— 20 à 24 ans	39,1 %
— 25 à 39 ans	37,5 %
— 40 à 59 ans	32,0 %
— plus de 59 ans	18,7 %
moyenne	31,8 %

Source : Sondage effectué en décembre 1973 sur un échantillon représentatif de 2.000 personnes.

(1) Ce chiffre est plus faible que celui qui ressort de l'enquête effectuée en 1970 à la demande de la Caisse Nationale des Monuments Historiques, car l'analyse ne porte ici que sur les « monuments historiques », alors que l'enquête de la C. N. M. H. concernait la fréquentation des « monuments historiques et des bâtiments anciens ». Il est par contre très proche de celui (30,1 %) de l'enquête I. N. S. E. E. sur les loisirs des français, effectuée en 1967.

Vulgarisation scientifique et action culturelle

Une méthode de travail fructueuse : L'auteur de l'étude, Philippe Roqueplo, enseigne la philosophie des sciences. Ne disposant que de moyens limités, il a souhaité travailler en collaboration avec des personnes déjà concernées par tel ou tel aspect du sujet. D'où un travail en plusieurs étapes :

- 1 - rédaction d'un pré-rapport sur la base d'une étude de la littérature disponible et de quelques interviews (août-octobre 1972) ;
- 2 - à partir de ce pré-rapport, discussions individuelles ou collectives enregistrées avec des journalistes scientifiques, des scientifiques et médecins, des chercheurs en sciences humaines et des animateurs culturels (décembre 1972 - mai 1973) ;
- 3 - rédaction de l'étude, laquelle assume l'ensemble des discussions, conversations et interviews des deux premières étapes, ainsi que les résultats de quelques travaux importants parus en 1973 ; l'étude comporte de nombreuses citations, et, en annexe à chaque chapitre un certain nombre de « morceaux choisis » ;
- 4 - Une quatrième étape est maintenant engagée et vise à élargir le débat, qui n'est que partiellement assumé par l'étude.

Le rapport de Philippe Roqueplo se présente sous la forme d'un document multigraphié (XX, 227 p.) auquel est jointe une plaquette imprimée de 44 p., correspondant à la phase 1 et intitulée « quelques interviews sur l'impact culturel des sciences dans la société actuelle ». Ce rapport qui a été demandé en 1972 par le service des études et recherches du ministère des Affaires culturelles et la Délégation générale à la recherche scientifique et technique sera publié aux Editions du Seuil en octobre 1974.

Une entreprise culturelle de partage du savoir

Qu'est-ce que la « vulgarisation scientifique » ? Philippe Roqueplo choisit dans son rapport de ne la concevoir que comme « entreprise culturelle de partage du savoir scientifique », mais est conscient du fait qu'elle est aussi « partage du pouvoir que la connaissance confère ». Cet aspect du problème fera l'objet d'un « rapport annexe » ultérieur.

De même, l'auteur limite volontairement son sujet à la vulgarisation des sciences exactes, qui fournissent à ses yeux « le prototype de la scientificité ». Autres précisions : cette vulgarisation s'adresse au grand public en dehors de l'enseignement officiel et utilise de manière privilégiée les moyens de communication de masse (presse, radio, télévision, édition).

Et l'action culturelle ?

Ce qu'on appelle « animation scientifique » (dans les musées, les clubs, les associations scientifiques) n'est pas négligé par Philippe Roqueplo ; mais ces activités lui semblent secondaires par rapport à la diffusion par les mass-media : ce sont ces media qui façonnent les représentations de la science dans l'opinion. L'auteur choisit donc d'effectuer une élucidation critique de la fonction qu'ils remplissent lorsqu'ils diffusent des informations relatives aux sciences exactes.

Ce n'est en effet qu'en tenant compte de l'impact des sciences sur le grand public qu'on peut élaborer des stratégies pour une action cultu-

relle véritable donc soucieuse de démocratiser la culture scientifique. De même une initiation à l'art contemporain ne saurait négliger l'image que se fait le public de l'art contemporain...

Une mission pédagogique

Quel est donc le résultat du travail des vulgarisateurs scientifiques (journalistes et écrivains), ces « missionnaires de la science » ? Mais d'abord, qu'est-ce que « vulgariser » ?

A travers les multiples justifications que donnent de leur vocation les vulgarisateurs interviewés par Philippe Roqueplo, quelques constantes apparaissent : il s'agit d'une mission pédagogique, médiatrice, destinée à combler le fossé qui existe entre la science et le public à une époque où les sciences pénètrent l'existence de chacun et constituent le facteur de progrès par excellence.

Mais cette fonction de médiateur culturel n'est pas vécue sans malaise, et les raisons de ce malaise sont multiples : manque de moyens matériels, manque de dialogue avec leur public, incertitudes quant à leur efficacité pédagogique, manque de curiosité du public, constatation des carences de l'école en matière d'initiation aux sciences, relations difficiles avec la communauté scientifique, etc...

Le récit d'un fait divers

Ce ne sont là pourtant que des difficultés externes. La difficulté majeure de la fonction de vulgarisation des sciences exactes réside dans le fait

que le savoir dans ces domaines ne se « partage » pas. On peut faire de l'art ou même de l'histoire, on ne peut faire de la science. « L'expérience racontée n'est pas l'expérience effective » : « le spectateur ne fera pas les expériences qu'on lui montre et il sait qu'il ne les fera pas pour la bonne raison qu'il ne peut pas les faire » (p. 96).

Le vulgarisateur ne peut présenter à ses lecteurs et auditeurs qu'un récit qui n'aurait valeur de protocole expérimental qu'aux yeux des scientifiques capables de l'interpréter. « La pratique scientifique de-

vient un fait divers ». Le vulgarisateur en est réduit à présenter « le spectacle de la science » ou plutôt des scientifiques, sous la forme de modèles proches de la vie quotidienne et de ce fait offerts aux significations que le public leur confèrera : « le contenu de la science, dès lors, se trouve disponible pour être intégré à la réalité » (p. 105). Comme par ailleurs, le support utilisé (presse, radio, T. V.) est à sens unique, qu'aucun dialogue n'est possible avec le public, le caractère spectaculaire et l'apparence de véracité sont accentués.

Pour Philippe Roqueplo, la vulgarisation scientifique ne donne ainsi pas accès à la science. Mais alors qu'effectue-t-elle ? Il répond à cette question par une formule : « elle contribue à donner à la science la seule modalité culturelle qui lui soit possible hors du monde scientifique proprement dit, à savoir : le statut de représentation sociale » (p. 125).

L'effet de vitrine

L'auteur analyse en détail ce rôle de transformation des représentations sociales (chapitre VI), et notamment la représentation de la « scientificité ». A ses yeux, « la vulgarisation fabrique le mythe de la scientificité » : le public qu'elle forme tient pour acquise l'autorité naturelle du savoir objectif et sacrifie au « mystère » d'une science placée dans un « ailleurs inaccessible » (auquel seuls les vulgarisateurs ont accès), ce que Philippe Roqueplo appelle « l'effet de vitrine » de la vulgarisation scientifique.

A qui profite cette mythification ? L'auteur ne pense pas qu'elle soit imputable aux seuls vulgarisateurs. Elle fait tout autant le jeu de la communauté scientifique et aussi de divers tenants du pouvoir : dire d'un objet qu'il est scientifique permet de le soustraire au contrôle démocratique.

Utiliser les situations de vulgarisation

Dans une perspective d'action culturelle, il est important de savoir s'il est possible de réduire l'écart, de briser la vitrine qui sépare la science et les scientifiques du public.

Philippe Roqueplo pose à ce sujet la question : n'est-il pas possible de découvrir des « itinéraires directs » utilisant certaines situations de vulgarisation, c'est-à-dire les lieux de la vie quotidienne où se noue un rapport direct, si on avec les scientifiques du moins avec l'actualité de la science ? Il en cite quelques-unes : la consommation, le cabinet médical, le travail, etc... ; l'expérience prouve que certains thèmes suscitent un grand intérêt : le corps et plus généralement le vivant (faune, flore), la mécanique (comment fonctionne le transistor, le moteur), l'infiniment grand (astres, planètes), etc... D'où l'importance d'élucider « en situation » les rapports concrets de chacun à son propre environnement.

Cette remarque a des conséquences immédiates dans le domaine de la formation initiale (l'Ecole et l'Université) et permanente. Mais elle ouvre aussi des voies nouvelles à une « action scientifique » partie intégrante de l'action culturelle. Enfin, des actions de vulgarisation utilisant les situations propices déjà indiquées (le cabinet médical ; le dispensaire, le turbo-train, l'avion, l'entreprise, le marché) peuvent être lancées à l'initiative de groupements divers (les syndicats par exemple) travaillant en accord avec des scientifiques, des vulgarisateurs scientifiques et des animateurs spécialisés.

Dans toutes ces situations, il ne s'agit plus d'un discours-spectacle impliquant une forme unilatérale de communication sans pratique effective, mais d'un début de partage du savoir.

Quelques propositions glanées dans l'étude

- Organisation d'un colloque sur l'action scientifique réunissant des scientifiques, des enseignants et des praticiens de la vulgarisation scientifique, de la formation permanente et de l'action culturelle.
- Enquête sur le minimum nécessaire pour lire les pages scientifiques de son journal.
- Enquête sur les « représentations scientifiques » (en particulier celles que véhiculent la science-fiction).
- Enquête sur l'efficacité de la vulgarisation scientifique.
- Elaboration d'un annuaire des ouvrages de vulgarisation scientifique.
- Mise en œuvre d'expériences d'animation scientifique analogues ou complémentaires de celles menées à Grenoble (Maison de la Culture), à Aix (Physique dans la rue).
- Etude des actions d'animations françaises et étrangères dans le domaine scientifique.
- Enquête sur les « situations de vulgarisation ».
- Mise en œuvre d'expériences concrètes en situation de vulgarisation : joindre au poste T. V. une plaquette sur l'électronique, à l'ordonnance médicale une information sur la maladie du patient, etc...

Répertoires bibliographiques des livres, articles et recherches concernant le développement culturel (*)

MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES. (Service des Etudes et Recherches). — Développement et action culturels. Répertoire bibliographique des livres et articles parus en 1969, 1970, 1971, 1972 par Claire Cornet et Geneviève Gentil. — 2 vol. (1000 références). Le répertoire 1973 paraîtra en septembre.

Ces deux volumes présentent un inventaire des livres et articles de revues parus de 1969 à 1973 sur le développement culturel. Il s'agit de bibliographies sélectives : elles ne couvrent pas tous les secteurs du ministère des Affaires culturelles et retiennent surtout les documents où apparaît une préoccupation de politique culturelle. Plusieurs index (auteurs, revues, sujets) rendent la consultation aisée.

MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES. (Service des Etudes et Recherches), Délégation Générale à la Recherche Scientifique. — Répertoire bibliographique des études françaises parues sur le développement culturel, par Geneviève Gentil. — Paris 1974.

Ce répertoire (300 références) est un premier essai de recensement bibliographique des études françaises réalisées de 1965 à 1970 sur l'action et le développement culturels. Les principaux centres de recherches parisiens ont été visités et une soixantaine de centres privés, publics ou universitaires en province ont été interrogés par voie postale. Etant donné l'étendue du champ, le choix des informations retenues est très sélectif. Le plan de classement a été adopté en fonction de la documentation rassemblée et ne prétend pas couvrir l'ensemble du domaine. Des index par sujets, par auteurs et par organismes sont publiés en annexe. Ce document a notamment pour objet d'amorcer les échanges entre tous les organismes intéressés par le champ culturel.

MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES. (Service des Etudes et Recherches) — Quelques centres de recherche sur le développement culturel par Geneviève Gentil et Mayalen Narbaïts. — Paris, avril 1974.

Il s'agit d'un annuaire sélectif (établi à titre provisoire et en fonction des informations possédées) des centres de recherche qui s'intéressent au développement culturel. Un inventaire plus complet de ces centres et des recherches qu'ils mènent est en cours : il sera publié ultérieurement. Chaque centre fait l'objet d'une fiche descriptive.

(*) On peut se procurer ces ouvrages au Service des études et recherches, 4, rue d'Aboukir, Paris - 2^e.

(**) Ces trois volumes sont en vente à la Documentation française 29, 31, quai Voltaire, Paris - 6^e.

Trois études récentes

Le théâtre pour enfants. — *Enfance* n° spécial 1974, 280 p. — Paris, 41, rue Gay-Lussac, 5^e — 20 F.

Ce numéro spécial présente l'étude effectuée par Mmes Alphandéry, Rosenberg et Chapuis depuis 1971, à la demande du Service des Etudes et Recherches du ministère des Affaires culturelles, sur « Les réactions des enfants aux spectacles et animations qui leur sont destinés ». Cette étude, descriptive et analytique, s'ordonne autour de trois thèmes de recherche : l'organisation des spectacles, le contenu des spectacles, les conduites des enfants-spectateurs. « Développement culturel » présentera plus amplement cette étude dans un prochain numéro.

— Télédistribution et vidéo-animation, ABC de la vidéo. — Paris, Documentation française, 1974, 86 p. — 6 F.

— Télédistribution et vidéo-animation. Les expériences étrangères. — Paris, Documentation française, 1974, 124 p. — 18 F.

— Télédistribution et vidéo-animation. La situation française. — Paris, Documentation française, 1974, 126 p. — 15 F.

L'ensemble de ces trois documents (**) réalisés conjointement par le C.N.A.A.V., le Service des Etudes et Recherches du ministère des Affaires culturelles et le Service de la Recherche de l'O.R.T.F. fait le point sur la technique et l'emploi des nouveaux moyens audiovisuels, tant en France qu'à l'étranger. Le premier volume constitue une introduction technique à l'utilisation des caméras et magnétoscopes portables. Le deuxième volume décrit et analyse les différentes expériences étrangères, notamment celles du Canada et des Etats-Unis. Le troisième volume recense les principales expériences françaises en matière de télévision par câbles et de vidéo-animation en s'efforçant d'en faire une analyse critique (conditions de réalisation, évaluation de l'impact et des résultats, perspectives de développement à moyen terme) ; il précise le comportement des partenaires privés et publics dans leur stratégie industrielle et commerciale comme dans leur discours et leurs intentions et rappelle la situation juridique actuelle de ces moyens audiovisuels.

MOULINIER (Pierre) — Réflexions sur la formation des animateurs. — Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1973, 29 p.

Cette étude vise à démystifier les notions d'animation et d'animateur. Elle tente de définir le concept d'animation et, à la lumière de cette définition, énonce des principes qui devraient présider à la formation des animateurs.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et recherches du Secrétariat
d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 23

mars 75

REPÈRES

les jeunes et le théâtre

Trois sur quatre des jeunes français ne vont jamais au théâtre

Un jeune français sur quatre (28 %) est allé au théâtre au moins une fois au cours de l'année 1973. Les filles sont plus nombreuses que les garçons dans ce public (32 % contre 25 %) ; par contre l'âge ne semble pas avoir d'influence sensible sur le niveau de la fréquentation (1).

On peut répartir les jeunes de 12 à 20 ans en quatre catégories, selon l'intensité de leur fréquentation :

- les « non-spectateurs » : 72 % ne vont jamais au théâtre,
- les « spectateurs occasionnels », pour qui la sortie au théâtre est restée exceptionnelle puisqu'elle n'a eu lieu qu'une fois dans l'année (15,3 %),
- les « spectateurs moyens » avec deux ou trois séances par an, et qui représentent 8,4 %,
- les « bons spectateurs », qui avec quatre séances et plus constituent le public le plus fidèle (4,4 %).

Attitudes et motivations

L'analyse des attitudes et des motivations a permis de distinguer trois types de pratique théâtrale : il y a

- ceux qui y vont par obligation, soit dans le cadre d'une sortie organisée par l'école, soit avec leurs parents. Ils vont voir des pièces classiques en général, et certains commentaires sont peu favorables : pour eux, le théâtre est exclusivement associé au programme scolaire.
- ceux qui y vont plus ou moins par hasard, entraînés par d'autres parce qu'il y a une troupe de passage, ou à l'occasion d'un voyage.
- enfin, il y a une toute petite frange extrêmement motivée : on les trouve surtout chez les étudiants pour les plus âgés, et dans le deuxième cycle long et le premier cycle long pour les plus jeunes. Les goûts sont très variés et très affirmés, englobant aussi bien Molière que le théâtre d'avant-garde.

40 % de spectacles scolaires et amateurs

Si la majorité des spectacles auxquels les jeunes ont assisté correspondent à des séances publiques de théâtres professionnels (privés ou subventionnés), il faut noter aussi une proportion non négligeable (20 %) de séances scolaires, qui correspondent le plus souvent à un spectacle « obligé » (c'est en effet parmi ce public que les jeunes qui n'y sont allés qu'une fois dans l'année, sont les plus nombreux), et une proportion équivalente de spectacles amateurs (20 %).

Choix, refus et indifférence

Sur l'ensemble des jeunes de 12 à 20 ans, les appréciations positives vis-à-vis du théâtre ne l'emportent que de peu sur les appréciations négatives (29 % contre 26 %). Mais là n'est pas l'essentiel ; ce qu'il faut souligner avant tout, c'est que près la moitié d'entre eux ne prennent position ni dans un sens ni dans l'autre et affichent à son égard une complète indifférence.

Si l'on interroge enfin les jeunes (du moins ceux qui expriment un avis) sur les genres de pièces qu'ils aimeraient voir, ou au contraire n'aimeraient pas voir, les choix et les refus s'ordonnent ainsi :

	Choix %	Refus %
Pièces drôles, comiques.....	26,3	1,2
Théâtre moderne.....	14,2	4,9
Comédies de boulevard.....	6,5	4,3
Pièces policières.....	3	0,6
Pièces classiques.....	10,8	12,5
Drames.....	3,4	9,2
Comédies musicales, opérettes...	2	3

Les pièces comiques sont de loin les plus demandées (et ne rencontrent pratiquement pas d'opposition), et cela sans distinction d'âge ni de sexe. Le théâtre moderne ne vient qu'en seconde position, et il est plus particulièrement apprécié par les plus âgés.

(1) Source : voir page 2.

Théâtre et jeunesse : pratiques et attitudes

83 % des enfants d'ouvriers ne connaissent pas le théâtre

Le facteur le plus déterminant de la pratique théâtrale des jeunes semble être leur origine sociale : le théâtre appartient de manière privilégiée à l'univers socio-culturel de la bourgeoisie : la fréquentation passe de 16,7 % chez les enfants d'ouvriers à 44 % chez les enfants de cadres supérieurs et des membres de professions libérales.

Ce phénomène est renforcé par le nombre plus élevé de représentations vues par les jeunes spectateurs de milieu cadres supérieurs ou cadres moyens : outre qu'ils sont plus nombreux à aller au théâtre, ils y vont aussi plus souvent.

Ont fréquenté dans l'année				
ENFANTS	Total	Dont 1 fois seulement	Dont 2 fois et plus	N'ont pas fréquenté
	%	%	%	%
Cadres supérieurs et professions libérales.....	44	51,4	48,6	56
Cadres moyens.....	33,2	50,6	49,4	66,8
Employés.....	25,5	59,2	40,8	74,5
Ouvriers.....	16,7	66,5	33,5	83,3
Agriculteurs.....	24,8	57,7	42,3	75,2

La scolarisation est un facteur essentiel de la pratique théâtrale

Le taux de fréquentation du théâtre croît régulièrement avec le niveau scolaire : de 1/4 dans le primaire, il atteint 1/3 dans le second cycle, et culmine à 1/2 chez les étudiants. Par contre, les jeunes travailleurs se situent nettement en retrait.

Source : D'après une enquête nationale sur les loisirs des jeunes de 12 à 20 ans réalisée par la Compagnie internationale de consultation Education et Marketing en 1973.

La méthode retenue (combinaison de discussions de groupe avec un sondage national représentatif effectué auprès de 2.400 jeunes) a permis une certaine association du qualitatif et du quantitatif.

Les sujets abordés par cette enquête sont très divers : presse, radio, télévision, cinéma, théâtre, disques, livres, jeux et jouets, photo, vacances, transports, sports, mode, habitudes d'achat, fréquentation d'associations ou de clubs. Les résultats sont présentés par tomes spécialisées, portant chacun sur un ou plusieurs domaines.

Nous présentons ici une analyse plus détaillée des résultats concernant le théâtre, dont les principaux éléments de synthèse ont été présentés en « repères » (p. 1).

La aussi, le phénomène est renforcé par le nombre plus important de pièces vues aux niveaux scolaires déjà les plus touchés par le théâtre.

Ont fréquenté dans l'année				
ENFANTS	Total	Dont 1 fois seulement	Dont 2 fois et plus	N'ont pas fréquenté
	%	%	%	%
Primaire.....	24,5	78,8	21,2	75,5
1 ^{er} cycle.....	27,4	61,3	38,7	72,6
2 ^e cycle.....	33,9	52,8	47,2	66,1
Supérieur.....	48,2	37,6	62,4	51,8
Jeunes travailleurs.....	19,3	46,6	53,4	80,7

Le facteur scolaire est étroitement lié au facteur social que nous avons examiné plus haut. On sait en effet que le type d'études effectuées, et le niveau atteint, sont partiellement dépendant de l'origine sociale de l'enfant, et que l'influence de l'école et celle de la famille jouent dans le sens d'un renforcement réciproque quand on s'élève dans l'échelle sociale. Le phénomène apparaît clairement dans le tableau ci-dessus : il suffit de rapprocher la fréquentation théâtrale des étudiants et celle des jeunes travailleurs, qui appartiennent pourtant à la même classe d'âge.

On retrouve le même phénomène si l'on compare les premier et second cycles longs et courts : la fréquentation est beaucoup plus élevée dans les premier et second cycles longs, correspondant à la filière « secondaire-supérieur », que dans les premier et second cycles courts, correspondant à la filière « primaire-professionnel » de recrutement plus populaire.

Les ruraux et les habitants des petites villes sont défavorisés

La taille de l'agglomération joue aussi un rôle relatif dans la fréquentation théâtrale, dans la mesure où l'offre de pièces de théâtre (aussi bien en ce qui concerne le nombre de représentations que l'étendue du répertoire) est plus faible dans les petites villes que dans les grandes villes ou qu'à Paris.

Cela dit, si la différence est sensible, elle ne l'est que pour les extrêmes, c'est-à-dire, les villes de moins de

5.000 habitants (où moins d'un enfant sur quatre est touché) et l'agglomération parisienne (où la fréquentation monte à plus d'un enfant sur trois).

	Ont fréquenté dans l'année	N'ont pas fréquenté	TOTAL
Moins de 5.000 habitants.	22,5	77,5	100 %
De 5 à 20.000 habitants..	29,5	70,5	100 %
De 20 à 200.000 habitants.	29,5	70,5	100 %
Plus de 200.000 habitants.	31,1	68,9	100 %
Agglomération parisienne.	35,1	64,9	100 %

Les attitudes des jeunes vis-à-vis du théâtre

Si l'on analyse les réponses à la question « que pensez-vous du théâtre » on constate que les influences socio-culturelles jouent sensiblement dans le même sens que pour la fréquentation :

- les filles sont plus favorables (33 %) que les garçons (21 %) ;
- l'attitude des jeunes travailleurs, plutôt partagée (25 % d'appréciations positives contre 27 % d'appréciations négatives) s'oppose à celle des étudiants, qui est la plus favorable (37 % contre 22 %) ;
- les premier et second cycles secondaires sont très comparables, avec une attitude plus négative dans les cycles courts et plus positive dans les cycles longs.
- la profession du père intervient dans le même sens : les enfants des cadres supérieurs et des membres des professions libérales sont les plus favorables, suivis des enfants des cadres moyens, et ceux des ouvriers les plus négatifs.
- Enfin, l'attitude positive varie en fonction de la taille de l'agglomération.

Si l'on se reporte aux interviews du groupe, il semble qu'une des raisons de cette désaffection des jeunes vis-à-vis du théâtre vient de ce qu'ils l'associent à « classique », à « littérature », à « scolaire ».

Une autre raison invoquée par certains, essentiellement ceux qui appartiennent au milieu ouvrier, est que le théâtre représente une « valeur réservée à une certaine classe de la société », celle qui « possède la culture ». Dans tous les cas, ce qui s'exprime, c'est moins une critique précise que la manifestation d'une absence d'intérêt, d'un besoin non ressenti : « je n'en ai pas envie », « ça ne m'intéresse pas », « ça ne me concerne pas ».

Une infime minorité des jeunes font du théâtre amateur

Si la pratique associative de manière générale, c'est-à-dire la fréquentation de groupes, de clubs, d'associations (autres que sportives) est relativement peu répandue

(17 %, soit moins d'un jeune sur cinq) encore parmi eux faut-il distinguer entre :

- ceux qui y participent activement : 6 %,
 - ceux qui les fréquentent de manière suivie : 7 %,
 - ceux qui ne les fréquentent qu'épisodiquement : 4 %.
- La pratique du théâtre en particulier est extrêmement faible : 13 personnes, sur les 2.400 de l'échantillon, soit moins de 1 % (0,56). Si l'on extrapole ce chiffre au niveau national (avec toutes les réserves qui s'imposent), on peut situer aux alentours de 35.000 (sur 6,5 millions) le nombre de jeunes qui font du théâtre amateur, ce qui est à la fois peu... et beaucoup !

Une part minime du budget des jeunes

Si l'on considère les différents postes de dépense d'argent de poche des 12-20 ans (ou du moins les principaux), on constate que le théâtre n'a été cité que par 4 % des interviewés, et n'arrive donc qu'en 18^e position : en tête, on trouve le cinéma (cité par 40 % des jeunes, soit dix fois plus que le théâtre), suivi des disques, des revues, des livres, des vêtements, des cigarettes, des cafés, des cadeaux, des bals, des vacances, des dépenses liées à la moto.

Théâtre et cinéma

La comparaison de la fréquentation de ces deux types de spectacles est éloquent : alors que 82 % des jeunes de 12 à 20 ans sont allés au cinéma dans l'année, on n'en compte que 28 % qui soient allés au théâtre. Et le rythme des sorties au cinéma est très élevé puisque 40 % y vont au moins une fois par mois.

Fréquentation (en %)	Cinéma	Théâtre
Jamais.....	13,2	72
1 fois par an.....	17	15,3
2 ou 3 fois par an.....		8,3
4 à 10 fois par an.....	25	
1 à 3 fois par mois.....	33	4,4
1 fois par semaine ou plus....	7,2	
Non réponse.....	4,6	
TOTAL.....	100 %	100 %

Théâtre et télévision

Quand on demande aux jeunes de citer les émissions de télévision qu'ils préfèrent, ou qu'ils apprécient le moins, les émissions de théâtre sont très peu citées, aussi bien dans un sens que dans l'autre. On retrouve là ce que nous avons constaté plus haut à propos du spectacle théâtral : ce qui frappe, ce n'est pas le refus ou l'amour du théâtre, c'est l'indifférence exprimée à son égard.

Parmi ceux qui ont cité les émissions théâtrales, les rejets l'emportent sur les préférences (95 contre 79). Ce phénomène est indépendant de l'âge des téléspectateurs. Par contre, il est plus fort chez les filles (ou le rejet l'emporte), que chez les garçons (ou les préférences l'emportent). Il faut rapprocher le résultat de celui portant sur le théâtre en salle où au contraire les filles avaient une appréciation plus positive et les garçons nettement plus négative.

une étude sur " le théâtre pour enfants "

Un numéro spécial de la revue *Enfance* (1) publie les résultats d'une étude effectuée à la demande du Service des études et recherches sur « les réactions des enfants aux spectacles et animations qui leur sont destinés ».

Le Laboratoire de psychobiologie de l'enfant, à qui l'étude a été confiée, a recensé cent soixante troupes (45 à Paris, 43 dans la région parisienne et 72 en province) qui se veulent professionnelles, bien que les critères du professionnalisme ne soient pas très évidents, et dont la valeur artistique, la vitalité et la créativité sont extrêmement hétérogènes. Quelques cartes donnent une idée de leur répartition géographique, des départements les plus riches en troupes de ce genre et de leur nombre par rapport à la population scolaire.

Le numéro spécial comporte trois parties :

- 1 — Une présentation de la *situation du théâtre pour enfants en France*. Après avoir tenté de définir le terme ambigu de théâtre pour enfants, les auteurs analysent l'activité des troupes en distinguant soigneusement « spectacle » et « animation », leur répartition géographique, leur public du point de vue quantitatif et qualitatif et leurs problèmes économiques au double point de vue du public et de la création.
- 2 — Une étude sur « les créateurs et leurs créations ». Cette seconde partie permet de préciser la nature des spectacles offerts aux enfants (nouveau ou reprises, pièces d'auteurs, créations collectives, créations collectives où interviennent les enfants,

adaptations), mais elle s'efforce aussi d'analyser *l'image de l'enfant chez les créateurs et l'image du théâtre pour enfants chez ceux qui le font*. Enfin un chapitre est consacré à une analyse de contenu des créations sous l'angle des thèmes privilégiés, des personnages, des lieux et des temps.

- 3 — Une étude de *l'enfant spectateur* à travers les réactions du public enfantin à un spectacle : « Sottises et merveilles de l'île bruyante » de Jean et Colette Roche, donné en milieu scolaire.

Les auteurs font une constatation majeure : le théâtre pour enfants a encore un caractère éminemment scolaire « une activité de loisir presque totalement récupérée par l'école ». Les possibilités d'initiative et de choix de l'enfant semblent fort limitées : l'école fait les choix à sa place. Ceci retentit aussi sur l'action culturelle des créateurs, qui se voient imposer des normes par l'institution scolaire.

Une réflexion approfondie s'impose d'urgence sur le retentissement des spectacles sur les enfants, retentissement « d'autant plus profond et durable que ces formes de divertissement ont un caractère plus exceptionnel ». Peut-on livrer l'enfant à des expériences culturelles dont on ignore les conséquences ? « Chaque créateur (...), dans le dialogue qu'il engage nécessairement avec son public, assume une responsabilité particulièrement lourde ».

(1) *Le théâtre pour enfant*. - *Enfance* n° spécial 1973. - 276 p.

Vient de paraître :

PRATIQUES CULTURELLES DES FRANÇAIS — Sondage effectué sur un échantillon de 2.000 personnes de plus de 15 ans en 1973, 2 vol. 400 p.

Cette enquête a porté sur l'ensemble des pratiques culturelles et de loisir, et en particulier les spectacles et sorties (cinéma, théâtre, concert, opéra, music-hall, concert pop, visite de monuments historiques, expositions...) la pratique des moyens de communication de masse (la presse, le livre et la lecture, le disque et l'écoute musicale, la radio, la T.V.) et les activités personnelles (peinture, musique, bricolage, sport...).

On y trouve également une analyse de l'équipement culturel des foyers français en récepteurs de radio et de télévision, électrophones, magnétophones, appareils photos, caméras, instruments de musique, œuvres d'art...

On peut se procurer ce document auprès de Madame BRICOUT
Fondation pour le Développement culturel, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e - Tél. : 233-57-73

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et recherches du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 24

juin 1975

REPÈRES

L'ÉQUIPEMENT MUSICAL DES MÉNAGES FRANÇAIS

Un français sur trois (33 %) appartient à un ménage possédant au moins un instrument de musique

Il s'agit principalement de :

— guitare	12,9 %
— piano	8,1 %
— instruments à vent	12,7 %
— instruments à corde (autre que guitare)	4,1 %
— divers	8,6 %

La possession d'un instrument de musique reste encore l'apanage des classes sociales favorisées. C'est particulièrement net pour le piano (qui passe de 3 % chez les ouvriers et 6 % chez les employés à 17 % chez les cadres moyens et à 25 % chez les cadres supérieurs et les professions libérales), mais l'écart, s'il est moins marqué, n'en reste pas moins important pour les autres instruments.

Deux français sur trois (66 %) disposent dans leur foyer d'un électrophone ou d'un magnétophone

— électrophone	60,5 %	} possèdent l'un ou l'autre de ces équipements : 66 %
dont : chaîne hi-fi	7,5 %	
— magnétophone	27,2 %	
dont : magnétophone à cassettes	18,2 %	

65 disques par ménage équipé

On compte 65 disques en moyenne par ménage équipé d'un électrophone. Mais ce chiffre moyen élevé ne doit pas cacher la disparité des situations particulières : quatre types de collections peuvent être distingués, que l'on rencontre chacune dans le quart des foyers possesseurs de disques :

SUR 100 FRANÇAIS		sur 100 possesseurs de disques
ne possèdent aucun disque ..	37,8 %	
de 1 à 29 disques	16,9 %	27 %
de 30 à 49 disques	14,9 %	24 %
de 50 à 99 disques	15,8 %	25 %
100 disques et plus	14,6 %	24 %

Le nombre moyen de disques possédés par les ménages équipés d'un électrophone croît corrélativement au degré d'urbanisation (48 dans les communes rurales, 65 dans les grandes villes, 92 à Paris).

La chanson est le genre musical le plus répandu

Les disques de chansons sont présents dans 2 foyers français sur 3, et dans la quasi totalité des foyers possédant des disques. A cette diffusion générale s'oppose la diffusion plus restreinte de trois genres musicaux bien définis qui touchent environ le tiers des ménages français et la moitié des ménages possesseurs de disques : la musique classique, le jazz et la pop music. Cependant, si l'on ne retient que les genres dominants (c'est-à-dire ceux possédés en plus grande quantité) l'écart se creuse considérablement au profit des variétés et au détriment du classique et du jazz.

	Sur 100 français	Sur 100 possesseurs de disques	
	possèdent des disques	possèdent des disques	catégorie sous laquelle on possède le plus de disques
1 - chanson	61,3 %	86 %	57 %
2 - musique de danse ..	45,3 %	64 %	18 %
3 - musique classique ..	37,8 %	53 %	12 %
4 - pop music	35,1 %	49 %	4 %
5 - musique folklorique ..	28,4 %	43 %	2 %
6 - opérette	20,9 %	29 %	—
7 - musique militaire ..	13,9 %	20 %	—
8 - opéra	12,9 %	18 %	1 %

La musique classique, l'opéra et le jazz présentent un profil commun : ou les rencontre davantage dans les milieux de la bourgeoisie que dans les milieux populaires,

Plus de 9 français sur 10 (94 %) possèdent la radio : ici, le public potentiel de l'écoute musicale rejoint le public tout court, c'est-à-dire l'ensemble des Français.

L'équipement musical des français est l'ensemble des instruments et appareils qu'ils possèdent pour produire ou reproduire de la musique : cette infrastructure musicale domestique permet de définir un public potentiel de la musique, c'est-à-dire un public qu'il est possible, matériellement en tout cas, de toucher. Les chiffres cités sont extraits d'un sondage effectué en décembre 1973 à la demande du Service des Etudes et de la Recherche sur un échantillon représentatif de 2000 Français.

Politique culturelle en Suède

Développement culturel dans son dossier de février-mars 1972 montrait l'effort important entrepris par le gouvernement suédois pour la mise en place d'une politique culturelle.

Il nous semble aujourd'hui intéressant de faire connaître les résultats de trois ans de travail approfondi en Suède, tant à cause du contenu de la politique culturelle ainsi définie que de la méthode de travail adoptée.

Un organisme original : LE CONSEIL NATIONAL POUR LES AFFAIRES CULTURELLES.

Créé en 1969 par le Gouvernement suédois, le Conseil national avait pour mission de définir des objectifs à long terme, coordonnant l'action de l'Etat, des municipalités et des partenaires intéressés. Composé de représentants de la fonction publique, des collectivités locales mais aussi d'artistes, de syndicalistes, il fut dès le départ, muni de pouvoirs étendus et de moyens de recherche importants. Sa méthode de travail est intéressante à plus d'un titre.

— utilisation de la méthode des objectifs :

elle consiste à définir des objectifs généraux (*améliorer l'environnement social, promouvoir une égalité accrue*) puis, de là, des objectifs instrumentaux (décentralisation, coordination, protéger la liberté d'expression, ranimer l'héritage du passé etc...) enfin à trouver les voies opérationnelles permettant leur réalisation (moyens techniques, structurels, économiques). Cette méthode a permis d'avoir une vision globale de la réalité culturelle en évitant la parcellisation des problèmes.

— utilisation systématique de données chiffrées :

les dépenses culturelles des ménages, des administrations des municipalités, ont été soigneusement étudiées pour permettre une vision claire de la situation et des possibilités.

— une délimitation précise du champ de l'action culturelle : toutes les formes d'expression artistique sont traitées, ainsi que la presse, la radio, la télévision, les activités artistiques extra scolaires. Chaque forme d'expression est envisagée sous tous ses aspects : jazz aussi bien que musique symphonique, télévision « artistique » aussi bien que purement commerciale.

Cette méthode a permis de définir une politique culturelle cohérente dans tous ses aspects : structures, financement, pédagogie, situation de professionnels, rôle de la recherche, équipements et leur localisation.

Une politique diversifiée pour des publics diversifiés

Il n'y a pas un, mais des publics de la culture. Cette diversité tient avant tout à la diversité des situations socio-économiques : revenus, éducation, situation géographique, âge, voire marginalité de certaines minorités. Elle se traduit par des différences considérables de comportement dans les pratiques culturelles. L'égalité culturelle nécessite donc des interventions différenciées, tenant compte de ces disparités des possibilités et des besoins. Déjà les activités culturelles classiques ont vu leur public s'élargir, essentiellement par l'effort porté en direction des scolaires. Mais le Conseil national n'a pas négligé les activités de loisirs populaires prises en charge par (entre autres) les *parcs du peuple* (théâtre, danse, activités de plein air) et les *Maisons du peuple* (cinéma). Le rapport du Conseil insiste sur l'importance de l'irruption de la télévision dans la vie culturelle (100 millions de spectateurs de pièces télévisées contre 3 millions au théâtre, 40 millions de spectateurs de concerts télévisés contre 1,5 million aux concerts).

La radio et la télévision ont un rôle à la fois positif et négatif : si elles

touchent les publics les plus isolés et les plus imperméables, elles ne favorisent pas l'activité et l'expression individuelles.

L'office suédois de radio-télévision (monopole d'Etat) veille à l'équilibre des programmes en fonction des divers publics à atteindre, en harmonie avec la politique culturelle générale.

Un effort est également accompli pour disposer d'une alternative face à la production culturelle privée dont les objectifs, soumis aux contraintes de la rentabilité économique, sont divergents de ceux de la collectivité. Cet effort peut prendre diverses formes : accords entre l'Etat et une industrie (cinéma), soutien sélectif (presse), achats (livres ou œuvres d'art). La collectivité prend donc les mesures nécessaires pour modifier la structure du marché de l'offre et de la demande sans pour cela que son action ait un caractère restrictif.

Lier éducation et politique culturelle

L'importance de cette liaison est matérialisée par le regroupement des activités éducatives et de culture sous une même tutelle administrative : le Ministère de l'Education et de la Culture. L'école est considérée comme une institution culturelle particulière où les élèves doivent être à même de découvrir les divers aspects de la création et de la vie artistique. Ainsi les *représentations scolaires* forment aujourd'hui 30 % de l'activité théâtrale (12 % en 1960-61) 4.300 concerts scolaires ont été organisés et 140 expositions ont visité plus de 1.500 localités. Mais, pour le Conseil national des affaires culturelles ces actions sont encore insuffisantes : il ne s'agit pas seulement d'organiser des activités pour les élèves mais avec eux.

La vie culturelle doit en effet résulter de l'activité propre des individus et des groupes.

Les associations d'Education Permanente, en contact avec le public et capables d'organiser des activités par elles mêmes, doivent donc se voir donner un rôle important dans la politique culturelle suédoise. Les activités d'éducation permanente sont essentiellement organisées par les associations d'éducation populaire (Cercles d'études : 500.000 adhérents), ou par les municipalités (Ecoles municipales de musique : 22.500 adhérents), 30 % des cercles d'études ont des activités culturelles appréciables et reçoivent de l'Etat un soutien financier important. Mais cet effort trouve sa limite dans le manque d'équipements municipaux capables de recevoir ces activités : les écoles sont en effet inadéquates (locaux trop petits, rangements trop réduits etc...). Il faudra donc, dans l'avenir, concevoir les nouveaux locaux en fonction de leur double usage, scolaire et culturel.

Associer le public

L'un des objectifs de la politique culturelle étant d'améliorer la communication et de promouvoir l'activité des individus et des groupes sociaux, on a recherché par tous les moyens la participation du public à la définition et aux décisions de cette politique.

Jusque là, le contact avec le public passait essentiellement par le canal d'une association de spectateurs, la Skadebanan. Le Conseil souhaite renforcer et diversifier la communication en particulier par la mise en place d'un réseau de spécialistes du contact. En attendant, ce travail sera effectué au travers des institutions culturelles ou municipales, sur les lieux d'habitation ou de travail. Il est en effet important de faire contrepoids à la diffusion

culturelle des mass-media qui sont, par nature, générateurs de passivité, d'isolement, de repli sur soi, en développant les activités créatrices de groupes sur les lieux d'habitation. Ce projet nécessite une décentralisation des activités, le rapprochement de l'offre et de la demande. Décentralisation géographique : des grandes villes vers les petites, des centres urbains vers les zones rurales ; mais aussi décentralisation des décisions et des activités. Pour des activités comme la musique, le théâtre, ou même la télévision, des institutions régionales doivent être établies, auxquelles on transférerait certaines responsabilités des institutions nationales actuelles.

Pour le théâtre et la danse, les institutions spécialisées sont l'Opéra de Stockholm, le Théâtre dramatique, le Centre Dramatique National. Seul ce Centre exerce une part importante de son activité en dehors de Stockholm, et joue le rôle essentiel en matière de décentralisation théâtrale. Mais ces efforts sont encore insuffisants et le Conseil fait les propositions suivantes : accroître le nombre des compagnies régionales, augmenter le nombre et le volume des tournées, ainsi que celui des émissions dramatiques télévisées. L'objectif serait de parvenir vers 1980 à avoir une troupe par comté. Le Conseil aurait alors, outre sa production propre, un rôle de coordination des initiatives et des informations. Enfin, on accroitrait le soutien au théâtre pour enfants.

La situation semble moins favorable pour la musique, (malgré une pratique élevée) à cause de la prolifération d'organismes différents. Il ne semble pas souhaitable de créer des régions musicales pour les grands orchestres, mais plutôt d'accroître l'audience des orchestres municipaux à tout le comté. Un rôle semblable à celui du Centre pour le théâtre serait donné à

l'Institut National de Concerts : diffusion des productions, coordination des concerts scolaires, programmation des grandes tournées, contacts avec les artistes étrangers, enseignement de la musique. La même stratégie est appliquée dans le domaine des musées et expositions par la mise en place d'une institution coordonnant les activités : les Expositions Suédoises Itinérantes.

Dans ce processus de décentralisation, les bibliothèques publiques ont un rôle important à jouer. Largement implantées, y compris dans les petites agglomérations, elles peuvent souvent servir de base institutionnelle à une diversification de l'offre culturelle. En contact avec le public, elles fournissent un point de départ commode pour la diffusion de media : livres, mais aussi disques, bandes, films, matériel pour la formation permanente.

Autre base : les Parcs du Peuple et les Maisons du Peuple, dont on enrichira le contenu culturel par une collaboration plus étroite avec les organismes cités plus haut. Il s'agit là d'une initiative d'autant plus intéressante que le public des Parcs du Peuple est beaucoup plus large que celui des activités culturelles traditionnelles.

Mais il ne suffit pas de connaître les besoins du public, ni de lui faciliter l'accès aux pratiques culturelles. On a aussi cherché à l'associer aux décisions.

Dans les municipalités, le pouvoir de décision appartient aux conseils municipaux, organes politiques élus. La plupart ont, aujourd'hui mis en place des comités spécifiquement culturels, notamment sous l'impulsion de l'Association Suédoise des Collectivités locales, dont toute municipalité est membre. Mais leur indépendance décisionnelle est évidemment fonction

Politique culturelle en Suède (suite)

de leur indépendance financière. Dans les comptes municipaux, les dépenses culturelles représentent une plus large part que dans ceux de l'Etat (en 1970, 4,6 % contre 0,87 %). Ces dépenses vont essentiellement aux bibliothèques (40 %), puis aux écoles de musique (19 %) et aux cercles d'études (15 %). Elles atteignaient, en 1970, 55 francs par habitant en moyenne.

Dans l'avenir, des efforts encore plus systématiques et plus importants devront être faits. Mais il faut pour cela modifier les mécanismes de décision locale par la création d'organismes nouveaux.

Les comités culturels locaux auront à prendre appui sur le public et les associations culturelles locales. A cet effet, on envisage la création de *groupe locaux de référence* regroupant tous les partenaires de l'action culturelle : représentants d'associations, travailleurs culturels, etc... Ces groupes de référence seraient les interlocuteurs des comités culturels pour définir la politique culturelle locale.

Décentraliser, décloisonner et coordonner

Les actions culturelles diversifiées et décentralisées doivent pourtant être cohérentes entre elles. Elles nécessitent une coordination aussi bien verticale (entre les divers échelons du pouvoir : national, régional, local) qu'horizontale (entre les divers intervenants à un niveau) et une articulation avec les autres aspects de l'action sociale.

On a d'abord favorisé la coordination des activités dans certains secteurs : théâtre, musique, musées, bibliothèques, parcs et maison du peuple.

Le Conseil propose qu'une coopération s'institue entre l'Opéra et le Théâtre dramatique de Stockholm ;

structure commune, représentation croisée dans les conseils d'administration sans toutefois aller jusqu'à la fusion. Il faudra aussi pousser la collaboration avec l'Office suédois de Radio télévision. Au niveau régional, diverses propositions sont faites : association de comtés pour créer une troupe théâtrale, échanges entre comtés.

Le Centre dramatique national ayant là encore un rôle de coordination.

Les mêmes solutions sont aussi valables pour la musique par collaboration entre les orchestres symphoniques nationaux, les chorales et orchestres d'amateurs, coordonnée par l'Institut national de concerts.

Mais ce sont surtout les activités de *loisirs populaires* qui doivent se voir enrichies par une collaboration plus étroite entre les Maisons du Peuple avec le Centre dramatique national, l'Institut national des concerts, et les Expositions suédoises itinérantes. L'Etat intervient pour soutenir en particulier des actions expérimentales, compte tenu de la nouveauté relative du public concerné.

On a vu plus haut comment les actions étaient coordonnées au niveau local par l'instauration des comités culturels locaux et des groupes de référence. Au niveau régional, des structures semblables devraient intervenir, mais les particularités et l'étendue des tâches régionales expliquent que la formule en soit plus difficile à définir.

Au niveau national, les instances administratives sont très dispersées. Les Affaires culturelles sont actuellement l'un des quatre principaux secteurs d'activité du *Ministère de l'Education et de la Culture*. Le Conseil a fait la proposition de constituer les Affaires culturelles

en un ministère léger mais indépendant. Mais cette proposition a paru irréaliste. La nécessité est toutefois apparue de créer un organisme spécialisé au niveau immédiatement inférieur à celui du ministère.

La naissance du Conseil permanent pour les Affaires culturelles, prolongement du premier Conseil devrait permettre la coordination entre les diverses autorités sous des formes variables. Sans avoir un pouvoir de décision sur les questions de nature administrative, le Conseil devrait être un organe de service, assistant le gouvernement sur les questions de politique culturelle.

Ce conseil coopérera avec les organismes centraux ainsi qu'avec les organismes de jeunesse et sport ou d'action sociale.

La future politique prévoit des contacts étroits entre l'Etat, les conseils de comté, les conseils municipaux. Elle s'ouvrira aux organisations représentatives du marché du travail afin de mettre en lumière l'interrelation travail/culture. La coopération s'étendra également aux activités de recherche, en particulier pour l'étude du secteur culturel privé.

Largement informées, appuyées sans cesse sur le public, les propositions du Conseil représentent, on l'a vu, un effort considérable. Même si toutes n'ont pas été retenues (ministère indépendant, structures régionales, rôle de la radio et de la télévision), il n'en reste pas moins que, sur de nombreux points, elles ont commencé à entrer en application. Et surtout, c'est la première fois qu'un gouvernement associe aussi étroitement sa population à l'élaboration d'une politique culturelle ambitieuse.

Source : Rapport « Politique culturelle en Suède » publié par le Service des études en novembre 1974, 162 p. à paraître à la Documentation Française.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 25

Août 1975

REPÈRES

Les françaises et la culture

Les femmes pratiquent moins que les hommes les activités culturelles à l'extérieur du foyer.

Au cours des douze derniers mois, ont fréquenté au moins une fois les lieux suivants :

	cinéma	fête foraine	musée	bal public	exposition peinture, sculpture	concert	réunion politique avant élection
Hommes.	55,6	51,7	29,4	29,8	21,1	8,4	14,4
Femmes..	48,1	43	25,6	21,4	16,3	5,4	5,6

Ce retard des femmes par rapport aux hommes est largement explicable par des causes objectives : manque de formation et manque de temps. Il faut par exemple rappeler que les travaux ménagers, les soins aux enfants, représentent pour la femme de 4 à 8 heures de travail par jour selon sa situation.

Les écarts sont malgré tout faibles, et il faut noter que les pratiques culturelles des femmes semblent plus marquées par leur appartenance socio-professionnelle que par leur condition féminine (1).

Plus d'un tiers des hommes sortent le soir au moins une fois par semaine contre un quart des femmes.

Les pratiques culturelles des femmes sont plutôt liées au foyer : réceptions, lecture de magazines, écoute radio et télévision.

Durée d'écoute par semaine

	Radio	T. V.
Hommes	13 h.	14 h.
Femmes	20 h.	17 h.

A l'inverse, dans les activités impliquant des sorties, les femmes sont moins assidues. C'est ainsi qu'en moyenne, les femmes sont allées dans l'année dix fois au cinéma et les hommes quinze fois.

Source : Secrétariat d'Etat à la Culture. Service des études et de la recherche. Pratique culturelle des français. Paris, 1974, 2 vol.

(1) Sur les différences selon les catégories socio-professionnelles, on se reportera à l'étude sur « Les pratiques culturelles des français ».

Les femmes participent moins que les hommes à des activités permettant une insertion sociale.

Cela se vérifie par exemple dans le type de lecture : les hommes lisent plutôt des quotidiens (hommes 60 % ; femmes 50 %) ou des périodiques d'actualité politique et sociale (hommes 21 % ; femmes 12 %).

La lecture de la femme s'oriente plus vers le magazine familial ou féminin (hommes 15 % ; femmes 38 %).

Cela est surtout frappant en matière de participation aux associations :

— Font partie d'une ou plusieurs associations, clubs ou organisations.

	Sportive	Artistique ou culturelle	Politique ou syndicale
Hommes. ...	16,4	6,9	7,2
Femmes	4	4,3	1,7

Le caractère « masculin » des associations (en particulier politiques) s'accroît quand on passe des adhérents « de base » à ceux qui ont des responsabilités.

Parmi les personnes qui font partie d'une ou plusieurs associations, clubs ou organisations :

	Y ont des responsabilités	En sont seulement adhérent
Hommes	14,7	23,2
Femmes	4,8	11,6
Rapport hom. / fem...	3 hommes pour 1 femme	2 hommes pour 1 femme

Les femmes s'accommodent mal de ce retard.

Cette situation n'a rien d'inné : au contraire, pour de nombreuses activités, on constate que les femmes ont avant 25 ans, donc avant que les contraintes familiales et sociales de leur « condition féminine » ne se fassent sentir, une pratique plus forte que les hommes.

Elle manifestent d'ailleurs un peu plus d'insatisfaction qu'eux : ainsi, il n'y a que 28,7 % des femmes pour estimer avoir dans leur environnement suffisamment de possibilités de pratiquer des activités qui leur plaisent (hommes 34,7 %).

La répartition des dépenses culturelles de l'Etat

On ignore parfois que les dépenses culturelles de l'Etat, en France, ne sont pas le seul fait du Secrétariat d'Etat à la Culture, mais sont effectuées, pour leur majorité, (57 %), par d'autres ministères.

L'objet du présent dossier est de montrer la répartition des dépenses culturelles par ministère, selon la fonction culturelle à laquelle elles répondent, et suivant leur mode d'affectation.

On ne traite pas ici de la totalité des dépenses culturelles publiques (communes, départements, régions) mais seulement de celles des administrations centrales.

Les données présentées sont tirées d'un document du Service des études et de la recherche élaboré par Patrice Flichy qui comporte quelque 300 tableaux accompagnés d'une analyse : elles portent sur l'année 1969 et font actuellement l'objet d'une mise à jour. Mais la structure des dépenses culturelles avait peu évolué de 1965 - année d'une première enquête - à 1969 et il semble qu'elle ne soit pas beaucoup modifiée depuis, sauf en ce qui concerne l'extension des crédits de la musique et la création de Beaubourg.

Répartition par ministères

	Fonctionnement	Investissement	Total
	%	%	%
Culture.....	35,4	58	42,5
Education.....	37,6	11,3	29,1
Affaires étrangères et coopération.....	13,7	1,4	9,7
Jeunesse et Sports...	6	8,9	6,9
Agriculture.....	1,2	7,8	3,3
Autres.....	6,1	12,6	8,2
TOTAL.....	100	100	100

En fonctionnement, l'Education nationale (1) est le ministère qui dépense le plus pour la culture (37,6 %). Cela tient essentiellement aux dépenses pour les bibliothèques et pour les enseignements artistiques dans le secondaire.

Les Affaires culturelles arrivent en second avec un montant voisin mais légèrement inférieur (34,4 %). Les autres ministères représentent moins de 30 % du total ; on trouve notamment les Affaires étrangères (10 %) et la Jeunesse et les Sports (6 %).

En équipement, les Affaires culturelles effectuent plus de la moitié des dépenses. Trois autres ministères interviennent pour un montant non négligeable : Education nationale (11,3 %), Jeunesse et Sports (8,9 %), Agriculture (7,8 %).

(1) Il n'en serait plus de même en 1975 avec la création du Secrétariat d'Etat aux universités.

Part des dépenses culturelles dans l'ensemble des dépenses des administrations centrales en 1969

En 1969, les dépenses culturelles de l'Etat ont été de 1616 millions : elles représentaient 1 % des dépenses des administrations centrales.

Les dépenses culturelles des administrations centrales ont été en 1969 de 1 088 millions de francs pour les dépenses ordinaires et de 528 millions pour les dépenses en capital.

L'ensemble représente environ 10 % du chiffre d'affaires global de la culture. Les deux pourcentages sont voisins de ceux qui avaient été obtenus pour l'année 1965 (1).

(1) 1965 est la seule année pour laquelle un travail analogue ait été effectué. Le même travail est en cours pour l'année 1974.

	Dépenses ordinaires	Dépenses en capital
	%	%
Affaires culturelles.....	0,33	0,87
Autres ministères.....	0,60	0,63
Ensemble.....	0,93	1,50

(2) DEFINITION DES FONCTIONS (hypothèses de travail)

La Conservation - diffusion est constituée principalement des secteurs suivants : architecture, musées, bibliothèques, archives et sites.

La production artistique comprend les différentes phases du processus de production (création du patrimoine, édition, communication des œuvres éditées, représentation) de toutes les disciplines artistiques (arts plastiques, théâtres, musique, cinéma, livres et presse, radio et télévision).

Répartition par fonctions (2) des dépenses culturelles des administrations centrales

Si on retient les **dépenses totales** engagées, la Conservation - Diffusion est de loin la fonction la plus importante avec 38 % des dépenses. La Production artistique (19,7 %) et la Formation (18,5 %) représentent à elles deux une part aussi importante que la Conservation - Diffusion. L'Animation arrive au quatrième rang suivie par l'Administration et la Recherche.

En matière de **dépenses ordinaires**, la Conservation - Diffusion, la Production artistique et la Formation ont à peu près la même importance avec chacune 25 % du total, les trois autres fonctions tiennent par contre une place moindre.

La répartition des **dépenses en capital** est très différente. La Conservation - Diffusion y tient la place principale (63,5 %), l'Animation arrive en second avec 14,9 %, les autres secteurs représentent une part plus faible des crédits.

Ainsi, la répartition entre les fonctions des dépenses ordinaires et des dépenses en capital est très différente. Seule l'Animation tient la même place (14 %) dans les deux types de dépenses.

FONCTIONS (2)	Dépenses ordinaires	Dépenses en capital	Total des dépenses engagées
	%	%	%
Conservation - Diffusion.....	25,7	63,5	38
Production artistique.....	25,1	8,6	19,7
Animation.....	13,7	14,9	14,1
Formation.....	24,6	5,6	18,5
Recherche.....	2,7	0,6	2
Administration.....	8,2	6,8	7,7
TOTAL.....	100	100	100

Intervention directe de l'Etat

PART DES INTERVENTIONS DIRECTES	% Fonctionnement		% Investissement	
	Inter. dir.	Inter. indir.	Inter. dir.	Inter. indir.
Conservation - Diffusion..	93,5	6,5	90,4	9,6
Formation.....	92,4	7,6	96,8	3,2
Production artistique....	57,3	42,7	27,7	72,3
Animation.....	33,6	66,4	21,8	78,2
Ensemble des dépenses..	75,7	24,3	71,2	28,8

L'Etat peut intervenir par l'intermédiaire de ses propres services ou en subventionnant d'autres institutions. Les dépenses de fonctionnement des administrations centrales et les subventions aux établissements publics constituent l'intervention directe de l'Etat. Elle représente environ les trois quarts des dépenses ordinaires comme des dépenses en capital. Les subventions aux autres agents (associations, étranger, entreprises...) constituent l'intervention indirecte.

Dans le domaine de la conservation - diffusion, de la formation et de la recherche, l'Etat intervient directement pour plus de 90 % aussi bien en équipement qu'en fonctionnement, pour plus de la moitié des dépenses ordinaires et plus du quart des dépenses en capital. Dans l'animation, et la production artistique l'intervention indirecte est principale.

L'animation comprend aussi bien l'animation culturelle que l'animation socio-culturelle.

La formation inclut les formations spécialisées assurées par les Affaires culturelles ou l'Education nationale, mais également l'enseignement de la musique et des arts plastiques dans le secondaire.

Travailleurs manuels et culture

Puisque l'accès à la culture est libre, et même favorisé par de multiples mesures des pouvoirs publics, pourquoi le fossé entre les ouvriers et la culture ne se comble-t-il pas ? Quelle est la nature de cette barrière infranchissable que rien ne peut abattre ? Pourquoi les statistiques culturelles restent-elles constamment révélatrices de l'existence d'un « non-public » ?

Si ces questions ne sont pas nouvelles, l'intérêt de mieux connaître la nature du blocage reste entier. C'est pourquoi le Service des études et de la recherche a demandé à deux chercheurs, un sociologue et un animateur d'éducation populaire, travaillant dans des secteurs géographiques différents, la Moselle et l'agglomération lyonnaise, d'apporter chacun leur éclairage particulier sur ce sujet (1). Leurs deux pré-études constituent la base de travaux ultérieurs qui approfondiront les nombreuses hypothèses qu'ils formulent.

Un schéma simpliste voudrait qu'il y ait, d'un côté les propriétaires (ou les héritiers) de la « culture cultivée » et de l'autre les « exclus » de cette culture. Le but de l'action culturelle serait de supprimer « l'exclusion » et de faire entrer les seconds dans le camp privilégié des premiers.

Chacun à sa manière, P. Belleville et J. - C. Barthez montrent que l'affaire n'est pas si simple.

L'étude de P. Belleville met en avant un fait massif : toutes les classes sociales sont soumises à la pression intégratrice de la société globale, que celle-ci s'exerce par le biais de la consommation de masse, de l'enseignement ou des media, notamment la télévision. Il est d'ailleurs courant d'entendre dire que les différences de classe s'effacent devant l'uniformisation des styles de vie et des modes de consommation.

Cette standardisation, liée au développement de la scolarité et à l'impact de la radio et de la TV, devrait logiquement favoriser les pratiques culturelles. Or il n'en est rien, et, s'il n'en est rien, c'est qu'au delà de pratiques consommatoires communes, subsiste la spécificité de comportements de classe. Le monde des travailleurs manuels ne pratique pas l'automobile, la nourriture, la télévision ou l'école de la même façon que celui des travailleurs intellectuels.

P. Belleville ajoute qu'il ne faut pas considérer comme un bloc le monde ouvrier. Et il consacre tout un chapitre à analyser les éléments de ce monde

ouvrier qui résistent le mieux à l'intégration de la culture ambiante et réussissent à maintenir une culture spécifique qu'il appelle la « culture technologique » (artisans et leurs compagnons, paysans, certaines catégories d'ouvriers).

De même, il faut noter au sein de la classe ouvrière des comportements spécifiques liés à l'habitat, à la situation géographique, au métier, aux responsabilités exercées (P. Belleville parle d'une « subculture militante » des syndicalistes), sans oublier ceux des femmes et des jeunes.

Selon l'auteur, l'action culturelle ne doit pas s'appuyer sur la standardisation de la « société d'achat » - qui appauvrit les cultures spécifiques sans pour autant favoriser l'accès à la culture cultivée. Au contraire, elle doit rechercher et soutenir les éléments de résistance à cette pression intégratrice et appauvrissante.

J. - C. Barthez, de son côté, analyse les aspects psychosociaux du rejet par les travailleurs manuels de la « culture cultivée ».

Si le rejet s'explique par les conditions de vie de l'ouvrier (fatigue, insécurité, isolement, sujétion, revenu, et temps libre) et par le niveau scolaire, il s'explique bien plus encore, par ce que l'auteur appelle « les capacités sociales et psychologiques » : « Ces moyens nécessaires à la participation culturelle n'appartiennent pas à qui les désire mais impliquent un apprentissage long et précoce dont les ouvriers n'ont pas la possibilité. Leur subculture n'inclut pas la participation à la culture cultivée ni les moyens de cette participation ».

M. Barthez donne plusieurs exemples de cette absence de moyens : l'un des plus importants est la difficulté pour les travailleurs manuels d'accepter l'abstraction et la formalisation qui caractérisent bien des relations au sein de la société, qu'il s'agisse du rapport maître-élèves, des démarches administratives ou du rapport aux œuvres d'art. Au contraire, le type de relations dans lequel le monde ouvrier se sent à l'aise est la relation directe, spontanée, affective. Le langage de la culture est ici le grand obstacle.

D'autres traits subculturels pourraient être cités : la difficulté à investir dans l'avenir et le primat d'un présent intensément vécu ; le caractère affectif des relations au sein de la famille lié à ce que nous avons dit du langage ; le caractère collectif des manifestations d'expression ouvrière, etc...

Pour J. - C. Barthez, il n'est pas impossible que la culture « cultivée » puisse exister dans des groupes ouvriers ; mais celle-ci ne doit pas « être fournie de l'extérieur » et doit « être intégrée à la subculture ouvrière (...) dans des conditions déterminées par eux ».

(1) Jean-Claude BARTHEZ. - Attitudes et comportement des travailleurs manuels vis à vis de la culture, février - mars 1974 ; 64, 10 et 34 p., multigraphié.

Pierre BELLEVILLE - Etude sur les attitudes et les comportements des travailleurs manuels vis à vis de divers modes de diffusion de la culture, novembre 1974 ; 57 p., multigraphié.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 26

Octobre 1975

REPÈRES

Les pratiques musicales des Français

Un Français sur trois possède un instrument de musique, mais un sur dix seulement en joue

Si l'équipement musical des français (voir Développement culturel, n° 24, juin 1975) est relativement important, l'utilisation dans un but de développement artistique de ces instruments et appareils est moins encourageante : 11,3 % seulement des français jouent d'un instrument que ce soit régulièrement ou simplement « de temps en temps » et 4 % font de la musique dans le cadre d'un groupe ou avec des amis. Enfin, 1,5 % des Français chantent dans une chorale.

Ces pratiques, comme toutes les pratiques amateurs, sont liées à l'âge (elles décroissent au fur et à mesure que l'on avance en âge) et à l'appartenance sociale (11 % chez les ouvriers, 25 % chez les cadres moyens et supérieurs).

Le spectacle musical ou chorégraphique attire moins de 7 % des " plus de 15 ans "

— concert classique.....	6,9 %
— concert de pop ou de jazz.....	6,5 %
— ballet.....	5,8 %
— opérette.....	4,4 %
— opéra.....	2,6 %

Le public de la musique et de la danse est non seulement minoritaire, mais aussi particulièrement marqué socialement : son caractère élitiste se manifeste d'abord par la présence proportionnellement beaucoup plus forte des membres des classes privilégiées (cadres supérieurs et professions libérales, cadres moyens) par rapport à celle des membres des classes populaires (employés, ouvriers, agriculteurs) et cela quel que soit le type de spectacle considéré ; ensuite par le nombre important de spectateurs d'un niveau culturel élevé, c'est-à-dire équivalent ou supérieur au baccalauréat.

Source : Les Pratiques culturelles des Français, sondage effectué à la demande du Service des études et de la recherche en décembre 1973 sur un échantillon de 2000 personnes.

5 % des Français n'écoutent la radio que pour la grande musique

75 % des Français écoutent tous les jours la radio, mais la grande majorité se contente du « bain sonore » qu'elle procure : un Français sur trois n'écoute que les informations, 23 % que les variétés et 5 % que la grande musique.

Pour 66 % des Français l'écoute de disques, n'entraîne pas le désir d'aller à un concert

Schématiquement, on peut distinguer quatre groupes d'auditeurs de disques : les « passionnés » qui écoutent des disques tous les jours ou un jour sur deux (14,5 %), les « amateurs » qui en écoutent environ une ou deux fois par semaine (19,8 %), les « auditeurs occasionnels » qui n'en écoutent qu'une ou deux fois par mois (14,4 %) et enfin les « auditeurs accidentels » qui en écoutent encore plus rarement (13,8 %). Ici aussi, l'âge est un facteur essentiel : les deux premiers groupes se recrutent en grande partie chez les moins de 25 ans.

Sur 100 personnes qui écoutent de la musique classique, 22 % assistent parfois à un concert et 48 % regardent les concerts télévisés.

Il n'y a pas d'incompatibilité entre l'écoute de la musique classique et celles des autres genres musicaux

60 % des auditeurs de concerts écoutent surtout des disques classiques, mais 20 % écoutent des disques de chanson, 10 % de jazz et 10 % de pop music. Un tiers des auditeurs de concerts de pop ou de jazz écoutent chez eux principalement de la musique classique.

Parmi les amateurs de disques, seuls 20 % prennent la radio « essentiellement pour la musique classique » et 50 % des auditeurs de concerts télévisés écoutent le plus souvent des disques non classiques.

La politique d'aide à la création artistique en République fédérale d'Allemagne

Souveraineté culturelle des Länder

La souveraineté en matière culturelle de chaque région politique et administrative appelée *Kulturhoheit der Länder* est profondément enracinée dans une vieille tradition de culture régionale. Chacun des dix *Länder*, plus Berlin, tient jalousement à cette prérogative, de même que chaque ville ou commune est elle-même responsable de sa propre politique culturelle.

Les aides publiques à la création artistique sont accordées aux trois échelons que sont l'Etat fédéral (le *Bund*), les Etats fédérés (les *Länder*), les villes et les communes. Sur 27 DM dépensés en 1968 par habitant pour l'art et la politique culturelle en général, 1 DM a été déboursé par le *Bund*, 12 DM ont été versés par les *Länder* et 14 DM par les villes et les communes. Depuis 1968, la décentralisation s'est encore accentuée.

Absence de concertation

Cette décentralisation a pour conséquence qu'il n'existe guère en RFA de politique culturelle d'ensemble ou de politique nationale d'aide à la création artistique. En revanche le réseau d'institutions et d'organisations culturelles de toutes sortes est très dense. Faute de concertation et de programme d'ensemble, les aides financières publiques vont à un grand nombre d'institutions, d'associations, d'expositions et de manifestations diverses, tant publiques que privées. Pour les arts plastiques, l'aide publique a surtout pris la forme, ces dernières années, d'encouragements aux individus : prix, bourses, commandes ou achats

d'œuvres d'art. Il s'agissait essentiellement de mesures particulières et non d'une politique concertée qui aurait heurté l'idéologie libérale d'après-guerre. Aujourd'hui, de nouvelles orientations se font jour.

Un problème de principe

Dans la pratique, lorsqu'il s'agit d'accorder une aide financière, la difficulté surgit régulièrement de savoir où est la frontière entre des mesures de politique culturelle que l'Etat a le devoir d'encourager, et les intérêts corporatistes des artistes que l'Etat n'a pas le devoir de soutenir. L'appréciation est laissée à la discrétion des fonctionnaires culturels, ce qui heurte les artistes et leurs porte-parole.

L'Etat finance par exemple à 50 % le bulletin d'une importante association professionnelle d'artistes - *Berufsverband Bildender Künstler* - qui groupe à elle seule quelque 8000 adhérents ; c'est dire que l'Etat considère que ce bulletin, qui contient toutes les revendications et suggestions des artistes, est pour moitié un instrument de politique culturelle digne d'être subventionné, et pour moitié un organe corporatif. Le même problème se pose pour les activités et les manifestations les plus diverses.

Financement des aides publiques et participation

Pour les villes et les communes c'est généralement le conseil municipal qui décide des aides à accorder ; quelquefois l'avis des artistes est recueilli, mais les expériences de participation des artistes à la définition de la politique culturelle municipale se sont avérées très difficiles (par exemple à Francfort-sur-le-Main). Dans quatre villes toutefois, dont Cologne, les artistes participent à l'élaboration du budget culturel. Ce sont là des expériences pilotes.

Une expérience instructive : le cas de la Ville - Etat de Berlin

A Berlin, les pouvoirs publics ont suscité il y a juste dix ans (1965) la formation d'une société des beaux-arts (*Kunstverein*) appelée *Deutsche Gesellschaft für Bildende Kunst* (DGBK), afin que l'argent public destiné à promouvoir l'art et la création à Berlin fût géré par un organisme privé composé de personnes s'intéressant ou participant à la vie culturelle de la Ville, au lieu que les aides publiques soient affectées directement par le Sénat de Berlin. Le budget annuel de la DGBK était de 1,3 million de DM.

Les responsables de la DGBK voulurent d'un côté élargir démocratiquement le cercle du *Kunstverein* en attirant de nouveaux membres, mais en même temps, ils leur refusèrent toute participation aux décisions (sur le programme d'expositions, les subventions à accorder, les achats d'œuvres d'art, les bourses...). Ils refusèrent tout spécialement aux artistes et aux marchands d'art d'avoir voix au chapitre en déclarant qu'on ne pouvait être à la fois juge et partie. La DGBK a fini par succomber en 1969 à ses tensions internes, et cela malgré un ensemble d'activités remarquables. L'exemple montre la difficulté d'une gestion décentralisée et démocratique en matière d'art, domaine élitiste par excellence.

Les commandes d'œuvres d'art intégrées aux bâtiments publics (le "1 %")

Appelé *Kunst am Bau*, le "1 %" s'est développé très tôt en R.F.A. avec la reconstruction et l'extension des villes allemandes dans les années 1950. Il représente une part importante de l'aide publique à la création artistique.

De nombreuses propositions récentes vont dans le sens d'un élargissement de la conception jugée trop étroite et périmée d'une simple décoration

plaquée sur une façade ou d'une œuvre d'art placée aux abords d'un bâtiment public. Aussi la Diète des villes a-t-elle fait en janvier 1974 une série de recommandations qui entrent lentement dans les faits. Elle recommande notamment de faire appel aux artistes dès le stade d'élaboration d'un projet d'architecture ou d'urbanisme. Selon ces recommandations, toutes les constructions financées sur fonds publics devraient être concernées par le 1 %, notamment tous les lieux destinés à la communication : hôtels de ville, écoles, ponts, passages souterrains, passages publics. Un pourcentage de 1 à 2 % du coût global d'un projet devrait être consacré à l'intervention des artistes pour les constructions au-dessus du sol, et de 0,5 % pour les constructions souterraines. Les sommes destinées au *Kunst am Bau* peuvent être liées à une construction particulière, mais il doit aussi pouvoir en être disposé librement, sans affectation précise à tel ou tel bâtiment ou ouvrage d'art.

Enfin différentes propositions visent à améliorer la composition et la compétence des commissions qui décident des commandes. On s'oriente vers des modalités de choix plus démocratiques et d'une plus grande transparence : meilleure participation des citoyens, qui se montrent souvent plus ouverts que les élus municipaux.

Une nouvelle forme de 1 % : la galerie d'art à l'école « die Schulgalerie »

En 1973, fut créé au Lycée Johann-Rist de Wedel (Holstein) la première galerie d'art à l'école. Cette *Schulgalerie* est un grand mur mobile, intégré à l'architecture de l'école comme élément de séparation spatiale. Sur ce mur, peuvent être accrochées une cinquantaine de peintures, œuvres graphiques et autres objets. La collection des œuvres, qui pourra être complétée, a été réunie en collaboration avec les professeurs

d'art du lycée. A mesure que d'autres établissements installeront de semblables galeries, des échanges pourront se faire.

La rémunération des services artistiques « Künstlerhonorar »

C'est une idée qui fait son chemin et qui divise les esprits en Allemagne fédérale.

La rémunération des artistes pour participation à une exposition a été introduite pour la première fois, et à titre exemplaire, lors de l'exposition annuelle de l'Union des artistes allemands (*Deutscher Künstlerbund*), qui s'est tenue en 1974 à Mayence. L'expérience a été subventionnée par l'Etat fédéral et par le *Land* de Rhénanie-Palatinat, qui accueillait l'exposition.

Le Président de l'Union des artistes allemands, O. H. Hajek, a déclaré à cette occasion : « L'exposition 74 vise à changer l'attitude de l'Etat : la mission culturelle de l'Etat ne saurait être remplie grâce aux prêts gracieux des artistes. Pour la première fois un artiste qui participe à une exposition est rétribué pour son travail. C'est là une forme nouvelle de l'appréciation du travail que font les artistes ».

Pour le moment il s'agit plutôt d'un vœu que d'une réalité. Le principe d'une rémunération des services artistiques est sévèrement critiqué par l'Association des organisateurs d'expositions (*Verein der Kunstaussteller*). Et l'administration culturelle de son côté n'est guère favorable à l'idée de consacrer une partie de son budget à pareille mesure. A ses yeux, la rémunération artistique se ramène à un simple transfert de l'argent que l'Etat dépense en matière artistique : au lieu d'acheter des œuvres à l'exposition du *Künstlerbund*, il accorde une rémunération éphémère aux artistes. Toutefois une personnalité politique importante s'est déclarée favorable à l'ex-

périence d'une rétribution des services artistiques, « initiative qui doit faire l'objet d'un examen au niveau national. Il s'agit là d'un aspect particulier du grand débat qui doit s'instaurer autour d'une nouvelle « charte de la création artistique ».

Les achats d'œuvres d'art

Le *Bund*, les *Länder*, ainsi que les villes, achètent des œuvres aux artistes, soit directement, soit dans le cadre des grandes expositions, soit encore par l'intermédiaire des galeries : les commandes sont l'exception.

Cependant le rôle des pouvoirs publics est ici fort modeste face à un marché de l'art particulièrement actif en R. F. A. D'autre part une certaine saturation - où accrocher toutes les œuvres achetées ? - fait que les pouvoirs publics préfèrent se tourner vers d'autres formes d'aide : participation à des frais d'exposition, d'impression, de tirage, de matériel, bourses de voyages improvisés...

Les bourses : pouvoirs publics et mécénat privé

On estime que 2 à 3 % des artistes bénéficient de bourses ou de prix. Mais alors que chez les musiciens et les artistes de la scène les bénéficiaires sont surtout des jeunes et des débutants, chez les peintres et sculpteurs, les bourses, prix ou autres formes de mécénat sont généralement accordés en milieu de carrière, au moment où la situation matérielle des artistes est statistiquement la moins mauvaise.

Il est difficile de doser dans ce domaine initiatives privées et action des pouvoirs publics à cause de la grande dispersion des prix et aides accordés. Toutefois la part du mécénat privé est essentielle. Le mécénat d'industrie le plus impressionnant est celui du *Bundesverband Deutscher Industrie* (BDI), l'Union fédérale de

Source : Le présent résumé est tiré d'une étude que Catherine Krahmer, journaliste au *Zeit*, vient de terminer pour le Conseil de l'Europe et le Secrétariat d'Etat à la culture. Le texte complet (80 pages) est disponible au Service des études et de la recherche, 4, rue d'Aboukir, 75002 Paris.

l'industrie allemande, dont le siège est à Cologne. Sa dernière initiative spectaculaire, fort critiquée par de nombreux artistes, est l'opération « artistes à l'usine ».

Artistes à l'usine

Il s'agit d'un programme de bourses de travail lancé en 1972-73, qui a permis à quatorze artistes de travailler dans quatorze entreprises industrielles différentes. La bourse donne la possibilité de travailler avec les matériaux, les machines et les ouvriers spécialisés d'une entreprise. De plus, l'artiste est rémunéré pour les projets et maquettes qu'il produit ; la firme les exécute et achète dans bien des cas.

Un hôpital désaffecté devient une maison des artistes et un atelier d'arts graphiques

Bethanien est un hôpital désaffecté de Kreuzberg, quartier pauvre (aujourd'hui turc) de Berlin. Une partie de cet hôpital a été transformée en maison des artistes, avec des ateliers

individuels et collectifs tout équipés. Le *Künstlerhaus Bethanien* est juridiquement une société à responsabilité limitée avec un directeur-gérant et un conseil d'administration. Ce conseil, formé de membres de différentes disciplines, décide du programme (interdisciplinaire de préférence), de l'acceptation des projets et de la répartition des espaces de travail. Le *Künstlerhaus* n'offre donc pas simplement des ateliers comme l'organisation *Space* en Angleterre, mais veut promouvoir une création nouvelle grâce à des moyens nouveaux.

Dans le sous-sol du même hôpital ont été installés des ateliers d'art graphiques, équipés pour toutes les techniques modernes de reproduction. Ces ateliers, placés sous la responsabilité de l'Association professionnelle des artistes de Berlin, sont ouverts à tous les artistes berlinois.

Les ateliers collectifs, financés sur des fonds publics, deviennent aujourd'hui de plus en plus nécessaires, à un moment où les techniques modernes deviennent inabordable à la plupart des artistes, à la fois par leur coût et par les espaces de travail qu'elles exigent.

Orientation nouvelle et perspectives

D'une manière générale, les pouvoirs publics orientent désormais leurs efforts davantage vers tout ce qui peut faciliter l'accès à la culture contemporaine, à l'art d'aujourd'hui et à la création vivante, plutôt qu'à une aide directe aux artistes créateurs. L'idée est d'amener un public aussi large et varié que possible à s'intéresser à l'art ; les artistes en seront les premiers bénéficiaires.

Quant aux artistes, ils souhaitent, par l'intermédiaire de leur association professionnelle, pouvoir élargir leur champ d'action et se rendre utiles à la société en intervenant aussi bien dans l'éducation permanente et la formation culturelle que dans tout ce qui concerne l'environnement quotidien et le cadre de vie.

Vient de paraître :

Développement culturel. Répertoire bibliographique des livres et articles parus en 1974 (600 références).

Ce répertoire est le 4^e volume d'une publication annuelle du Service des études et de la recherche.

On peut se procurer ce document au Service des études et de la recherche.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 27

Janvier 1976

REPÈRES

Le livre et la lecture

Un foyer français sur quatre ne possède aucun livre

On peut répartir les ménages français en 3 catégories, qui représentent chacune environ le tiers de la population :

- 30 % possèdent moins de 5 livres (27 % aucun livre)
- 33 % possèdent entre 5 et 50 livres
- 37 % possèdent plus de 50 livres.

L'appartenance sociale pèse ici d'un grand poids. Si l'on compte entre 100 et 250 livres chez les cadres supérieurs ou les membres des professions libérales, on n'en compte qu'entre 50 et 100 chez les cadres moyens et les employés, et entre 25 et 50 chez les agriculteurs et les ouvriers.

Un Français sur trois ne lit pas de livres

30 % des Français déclarent ne pas avoir ouvert un livre au cours de l'année écoulée. Notons cependant qu'il s'agit là d'un chiffre **moyen** qui ne doit pas cacher les très grandes différences qu'introduit l'âge dans les comportements : la non-lecture passe de 12 % entre 15 et 25 ans (qui est la période de la vie la plus favorable à la lecture), à 22 % entre 25 et 40 ans, 39 % entre 40 et 60 ans, pour culminer à 43 % au-delà de 60 ans.

Lecteurs occasionnels, lecteurs réguliers et « gros lecteurs »

Nombre de livres lus dans l'année	Sur 100 personnes ayant répondu
0	30
1 à 4	14,5
5 à 9	9,5
10 à 14	13,5
15 à 24	10,5
25 à 49	9
50 et plus	13
	%
	lecteurs occasionnels
	lecteurs réguliers
	gros lecteurs

Source : Ces données sont extraites pour la plupart de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français, réalisée à la demande du Service des études et de la recherche, en décembre 1973 sur un échantillon de 2.000 personnes.

Romans contemporains et romans policiers ou d'espionnage sont les genres littéraires préférés des Français

Le « **hit parade** » des genres littéraires préférés (il s'agit ici des genres de livres que chaque personne interrogée dit lire « le plus souvent ») est le suivant :

Genre littéraire	sur 100 lecteurs
Romans contemporains	35
Romans polic., d'espion., science fict.	31
Livres d'histoire	17
Livres scientifi., techn., politiques ...	17
Littérature classique	15
Encyclopédies, dictionnaires	5
Livres de poésie	3
Livres d'art	2
Pièces de théâtre	2
Livres religieux	2

Le livre ne constitue pas un bien immobilisé, mais plutôt un produit qui circule

L'enquête réalisée par le Syndicat National de l'Edition fait apparaître que près des deux tiers des personnes qui achètent des livres ont l'occasion d'en prêter à des amis ou des membres de leur famille et sont eux-mêmes des emprunteurs de livres auprès de ces mêmes parents ou amis. On est loin ici du nombre très faible (à peine plus de 10 %) des Français qui fréquentent les bibliothèques (qu'elles soient municipales, d'entreprises ou privées) et dont l'enquête du Secrétariat d'Etat à la Culture montre qu'ils se recrutent essentiellement parmi ceux qui, de toute manière, étaient déjà des privilégiés de la lecture.

Le livre et le journal

Mais ne faut-il pas considérer le livre comme un élément d'une démarche plus vaste : **la lecture** qui inclue également tous les produits de la presse ? Rappelons que la lecture régulière des quotidiens est le fait de 55 % des Français, qui ne sont pas nécessairement ceux qui lisent des livres, tandis que la lecture des revues périodiques en général (qui concerne 43 % des Français - dont en particulier 17 % pour les revues d'actualité politique et sociale et 12 % pour les revues spécialisées) est le fait principalement des lecteurs de livres.

Planifier le développement de la lecture publique

Le cas du Québec

La problématique

L'Etat s'est fixé trois objectifs généraux :

- favoriser l'établissement, le maintien et le développement d'un réseau de bibliothèques publiques ;
- créer des bibliothèques publiques bien équipées et pourvues d'un personnel adéquat ;
- diffuser gratuitement les livres et autres imprimés et leurs compléments audiovisuels à tous les citoyens.

Deux organismes interdépendants en sont chargés : la Commission des Bibliothèques publiques et le Service des Bibliothèques publiques. L'Etat participe financièrement : directement en octroyant des subventions ; indirectement en encourageant la participation financière des collectivités locales.

Les trois éléments du programme ont un dénominateur commun ; le livre, envisagé sous trois aspects différents : production subventionnée et vente contrôlée ; diffusion gratuite subventionnée ; conservation et récupération par le dépôt légal.

Les bibliothèques publiques et les bibliothèques scolaires doivent constituer au Québec des réseaux distincts, car leurs objectifs ne sont pas les mêmes. Des expériences d'intégration se sont avérées des échecs. Par contre, une coordination doit être recherchée au niveau des comités régionaux, pour les acquisitions, la centralisation du travail technique du prêt, les références en commun, l'automatisation du catalogue, les recherches de bibliographie et la publicité.

L'étude de la situation actuelle des bibliothèques publiques montre que le Québec, dans son ensemble, connaît une évolution plus lente que la moyenne du Canada. 66 % des bibliothèques publiques et 79 % des librairies sont situées dans les régions métropolitaines de Montréal et de Québec. Les bibliothèques les plus importantes sont situées dans les grandes

ou moyennes agglomérations. 70 % des bibliothèques sont considérées comme petites par leur superficie et par leur contenu. Les jeunes et les classes aisées fournissent le plus grand nombre de lecteurs.

La clientèle traditionnelle des librairies est composée d'étudiants, d'enseignants, des écoles et des bibliothèques publiques (70 % des ventes). Les librairies sont principalement situées dans les grands centres, auprès des écoles et des universités. 20 % des librairies attirent une nouvelle clientèle parce qu'elles sont situées dans des centres d'achats.

De 1966 à 1971, le nombre de bibliothèques publiques du Québec a augmenté de 26 %, le pourcentage de la population desservie de 10 % et le pourcentage d'usagers par rapport à la population desservie est passé de 21 % à 25 %. Cependant, l'évolution varie sensiblement selon les régions.

L'identification des besoins par région se fait à deux niveaux :

- 1) connaître les besoins actuels des bibliothèques à créer, afin de desservir 100 % de la population totale pour atteindre la moyenne canadienne de 1971/1972. Pour toucher la population non desservie (42 %), il faudrait créer 67 bibliothèques publiques, 9 bibliothèques centrales de prêt, engager 185 bibliothécaires, acheter 4.059.519 volumes, disposer de 8.369.626 dollars en contributions municipales et de 2.280.347 dollars en subventions ;
- 2) connaître les besoins des bibliothèques existantes, afin d'atteindre la moyenne canadienne. Pour améliorer les 194 bibliothèques existantes, il faudrait 134 nouveaux bibliothécaires, 1.420.631 volumes, 6.939.938 dollars en contributions municipales et 1.630.020 en subventions. La somme des deux besoins représente les besoins par région, pour desservir 100 % de la population.

Les objectifs

Compte tenu de l'estimation des besoins futurs, les objectifs sont les suivants :

- déterminer les objectifs de création d'établissements pour 1980 et 1985 de façon à desservir 85 % de la population en 1990, dans chacune des régions, ce qui correspond à la moyenne canadienne en 1971/1972 ;
- déterminer les objectifs régionaux des trois principales variables : nombre de volumes par tête, contributions municipales par tête, subventions par tête, de façon à atteindre en 1990 le même objectif.

Le coût total pour les différentes échéances peut être fixé dès maintenant. Il en est de même pour le coût prévu par usager.

Certaines régions sont prioritaires au niveau de la création et de l'amélioration des bibliothèques, d'autres seulement au niveau de leur création.

Les moyens

- a) La stratégie de développement : le développement du réseau des bibliothèques suppose la création de bibliothèques municipales et de bibliothèques régionales, ainsi que l'amélioration des bibliothèques existantes.

LA TECHNIQUE DE PLANIFICATION

L'objectif est ambitieux : rattraper un retard moyen de 60 ans sur le reste du Canada et faire en sorte qu'« en 1990, les bibliothèques publiques du Québec se situent au niveau de la moyenne canadienne et cessent enfin de faire baisser cette dernière », ce qui équivaut à desservir 85 % de la population en 1989 - 1990.

Cet objectif est énoncé dans un « mémoire d'élément de programme » établi en 1973 par le Ministère des affaires culturelles québécois et accepté en février 1974 par le Conseil du Trésor (1).

Qu'est-ce qu'un « mémoire de programme » ou « d'élément de programme » ?

C'est une technique d'évaluation d'une activité gouvernementale dans le cadre de « budgets de programmes » visant l'un ou l'autre des objectifs suivants :

- remettre en cause les orientations et les coûts d'un programme ou d'un élément ;
- constituer un dossier d'information de base sur un programme ou un élément ;
- clarifier un problème important d'intervention gouvernementale en vue de le soumettre à l'examen des autorités gouvernementales.

Le mémoire est préparé en général par un ministère dont il représente l'état de la réflexion sur un problème particulier. Il constitue un dossier de base permettant la prise de décision du gouvernement dans le secteur impliqué. Ce n'est donc pas un document réglementaire et l'approbation par le Ministre des finances ne signifie aucun engagement financier sur le programme.

Le mémoire sur les bibliothèques publiques s'inscrit dans l'ordre suivant : Mission : éducative et culturelle ; Domaine : culture ; Secteur : lettres et biens culturels ; Programme : lettres, livres et autres imprimés ; Elément de programme : développement d'un réseau de bibliothèques publiques.

Son objectif est résumé dans la formule suivante : « Analyser en profondeur le réseau des bibliothèques de lecture publique, sa nécessité, sa situation présente, ce qu'il devrait être, à quelles conditions, suggérer des mesures correctives, proposer des mécanismes de contrôle et d'évaluation et justifier des crédits, à court, à moyen et à long terme ».

Le mémoire analyse successivement : 1 - La problématique ; 2 - Les objectifs (1975 - 1980, 1985 - 1990) ; 3 - Les moyens ; 4 - Le centre de responsabilité (le Service des bibliothèques publiques) ; 5 - Les prévisions budgétaires ; 6 - La mesure de l'impact de l'élément de programme.

Il comporte en outre une synthèse et de très nombreuses annexes sous forme de graphiques, de tableaux et de documents divers.

L'effort représenté par cet exercice peut utilement éclairer une planification culturelle à court, moyen et long terme en matière de lecture publique.

(1) DEVELOPPEMENT D'UN RESEAU DE BIBLIOTHEQUES PUBLIQUES - Mémoire d'élément de programme. Ministère des affaires culturelles, Québec, sept. 1973, 112 p. Annexes 140 p.

La création d'une bibliothèque municipale dépend de la volonté de chaque municipalité, car la législation ne l'y oblige pas, ni ne prévoit un référendum de la population, comme c'est le cas dans les autres provinces du Canada. L'Etat ne peut qu'inciter les municipalités par le moyen de subventions.

Par contre, la création des bibliothèques régionales, qui desservent les municipalités rurales ou trop petites, dépend de l'Etat, qui finance à 80 %, les municipalités assumant le reste. Le réseau des bibliothèques régionales en comprendra 12, correspondant aux régions administratives.

- b) Le financement : l'Etat apporte une aide importante aux bibliothèques municipales sous la forme de diverses subventions. Pour être efficace, ce financement doit être assez élevé pour exercer une influence déterminante et permettre d'égaliser les ressources et les services à travers toute la province. Le règlement en projet répond à ces impératifs. La subvention devient un pourcentage variable et évolutif de la contribution municipale, pourcentage établi d'une façon inversement proportionnelle à l'évaluation foncière imposable de chaque municipalité.

- c) La coordination entre les bibliothèques publiques : un système de coordination entre les bibliothèques publiques de Montréal permettra d'éliminer les double-emploi et d'améliorer les services aux usagers. Une enquête est en cours en vue de formuler un plan de développement des bibliothèques publiques de la métropole.

Si le rôle des bibliothèques centrales de prêt est d'offrir un service de bibliothèques aux petites municipalités, il consiste également à offrir des services techniques aux bibliothèques municipales de leur région.

La coordination entre les bibliothèques publiques et les biblio-

thèques scolaires peut s'avérer très avantageuse si elle répond bien aux besoins des deux parties (utilisation des services techniques centralisés de la Centrale des bibliothèques rattachée au Ministère de l'Education). En outre, les bibliothèques scolaires, plus nombreuses, peuvent dans certains cas suppléer les bibliothèques publiques (un protocole d'entente a été signé par le Ministre des Affaires culturelles et le Ministre de l'Education).

- d) L'information : le Ministère des affaires culturelles informe les bibliothèques et les municipalités par le moyen d'un bulletin. Des textes publicitaires sont diffusés par les media audiovisuels.

Le « centre de responsabilité »

Le Service des bibliothèques publiques est responsable de la conception, de l'exécution et du contrôle du plan de développement, à travers quatre secteurs d'activité : aide technique par la documentation ; aide financière par les subventions ; incitation et publicité par les relations publiques ; planification et contrôle par l'inspection et la coordination.

La mesure de l'impact du programme

L'impact physique du programme peut se mesurer par la comparaison entre la courbe des objectifs à atteindre et la courbe de la situation réelle, dans l'ensemble du Québec et dans chaque région.

Les rapports annuels fournis par les bibliothèques permettent un contrôle de leur gestion et une appréciation de leur progrès, stagnation ou recul.

Le Service des bibliothèques publiques a entrepris la préparation d'un document précisant les normes de service que doit s'efforcer d'atteindre chaque bibliothèque conventionnée. Ces normes constituent un ensemble de règles qualitatives et quantitatives servant à mesurer les conditions d'efficacité de tout service de bibliothèque, sous ses différents aspects.

Le Book-Business ou l'édition française contre la lecture publique

A. GUILLOU, Tema - éditions

C'est par ce sous titre fracassant que commence une charge rondement menée contre les diverses professions liées au livre : chacune est égratignée au cours de l'exposition d'aberrations que A. Guillou relève dans le domaine du livre : le pilonnage, les tirages surfaits, l'office... Mais il ne s'agit que d'une introduction destinée à poser brutalement les problèmes et à établir de manière définitive que personne n'est totalement innocent dans la crise du livre.

Le dossier va ensuite être repris point par point ; selon l'auteur, deux facteurs peuvent expliquer cette crise :
1 — l'inadaptation de structures héritées de la première révolution industrielle pour répondre aux besoins nouveaux de nouveaux lecteurs.

2 — la soumission de l'édition aux règles du profit conduisant à une prolifération de la production aux dépens de la qualité.

Ainsi, sont dénoncées l'incapacité de l'édition à évoluer à temps, ses tergiversations puis ses adaptations en catastrophe qui conduisent à une production pléthorique, favorisant parfois plus l'accumulation que la culture ; la « sanction économique » de ce comportement est grave : les maisons d'édition sont acculées à se concentrer et passer sous contrôle bancaire.

Cette analyse, au niveau global, est ensuite complétée par une analyse du fonctionnement de l'édition et de la production littéraire, du comité de lecture à l'inflation des prix littéraires en passant par la fausse indépendance de la critique et le métier d'écrivain jamais reconnu en tant que tel...

Enfin la dernière partie de l'ouvrage est consacrée à la distribution qui d'après A. Guillou, serait le problème fondamental de l'édition, celui sur lequel il faudrait agir en priorité pour « délivrer le livre » (1). Dans ce domaine, la rationalisation pourtant indispensable à une diffusion de masse, n'est pas encore intervenue et l'auteur dresse un tableau complet de ce secteur exposant tour à tour le coût élevé de la distribution, la situation de force des sociétés de diffusion, les caractéristiques du marché, les circuits de vente directe (correspondance et courtage) sans oublier la lecture publique en insistant sur le rôle qu'elle peut et doit jouer.

L'auteur affirme en conclusion, sondages à l'appui, qu'au-delà des distinctions périmées entre littérature « lettrée » et littérature « populaire » une diffusion de masse diversifiée alliant discount, libraires dynamiques et secteur associatif peut conquérir un vaste public si l'on ne cède pas à la facilité de la hausse des prix, mortelle à long terme.

(1) Ceci n'a rien d'étonnant de la part d'un dirigeant de la F.N.A.C. qui dans ce chapitre retrace en détail la controverse provoquée par l'ouverture de la F.N.A.C. - livres.

A noter qu'un dossier documentaire bien fourni malgré certains manques, fait habilement contrepoint au texte.

ENQUÊTE SECTORIELLE SUR L'ÉDITION

Bibliographie de la France, n° 7 et 11 à 17, 1975

Il s'agit de la phase qualitative d'une enquête plus large sur le livre et l'édition en France et plus particulièrement sur les circuits de vente du livre (on sait que ceux-ci sont très variés : librairie, correspondance, catalogue, courtage, chaînes, sans oublier le « non-circuit » que constituent les non-acheteurs de livre).

La méthode utilisée a consisté à interviewer, de manière non-directive, une cinquantaine de personnes « représentatives » au regard de données déjà réunies sur les caractéristiques socio-économiques des acheteurs par l'intermédiaire des différents circuits. L'interview abordait en particulier les points suivants : le livre (quelle perception en a-t-on ? comment se situe-t-il par rapport aux médias ?) ; les auteurs et les éditeurs (connaissance de leur rôle et de leurs rapports) ; l'achat (le ou les circuits de distribution utilisés, l'image que l'on s'en fait, les sources d'information sur le livre, l'influence d'autrui, la nature spontanée ou raisonnée de l'achat, les rapports entre achat et lecture).

Les résultats obtenus sont riches compte tenu des limites de l'enquête : le nombre réduit d'interviews concernant tel ou tel circuit (une dizaine au maximum) ne permet pas d'en tirer une analyse véritablement exhaustive des motivations des divers comportements d'achat ; de plus il ne faut attendre aucun élément chiffré, le but de l'étude n'étant pas là.

Mais dans les limites de ses ambitions, cette étude apparaît comme très féconde : le monde des acheteurs se révèle d'une grande diversité : du contact amical avec « son » libraire à l'investissement utile que réalise l'acheteur par courtage en passant par la complexité du comportement de l'acheteur « mixte », toute une gamme d'attitudes est dégagée où l'acte d'achat lecture se montre et dans son aspect individuel (dialogue avec l'auteur et avec soi-même au travers du livre) et dans son aspect social (statut social du livre, les cautions d'autrui assurant la légitimité de l'achat...). La démarche de l'acheteur est encore analysée sous l'angle des fonctions auxquels répond le livre (distracting, culture, décoration, éducation) et des mécanismes psychologiques mis en jeu. La diversité des approches correspond à la complexité de l'abord du livre qui pour tous est « tout un monde » qui fascine, angoisse ou bien rassure.

Nul doute que toute politique dans le domaine du livre devra désormais tenir compte de la diversité des acheteurs et de leurs motivations, et du fait que la concurrence entre circuits apparaît beaucoup moins forte que l'on ne le pensait, même si la méconnaissance des interviewés à l'égard des circuits qu'ils n'utilisent pas a pu les conduire à en donner une image défavorable.

Enfin l'étude réalisée doit permettre de préparer un questionnaire plus adéquat pour la phase quantitative de l'enquête qui sera un sondage national ; c'est aussi dans ce but qu'un test projectif a été réalisé pour dégager des profils d'acheteurs en fonction des circuits utilisés, à partir de l'hypothèse d'une forte liaison style de vie - modalité d'achat lecture. L'interprétation de profils évidemment un peu « forcés » est délicate mais semble ne pas contredire les résultats de l'étude, même si les facteurs les plus explicatifs sont peut être davantage à chercher du côté des données socio-économiques (âge, revenu, profession...) ; raison de plus pour attendre les résultats de la phase quantitative en cours de réalisation.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat
d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2°. - Téléphone : 233.44.10

n° 28

Mars 1976

REPÈRES

Les festivals et leur public

Le public des festivals est jeune et cultivé

Deux enquêtes récentes (1) nous permettent de mieux connaître le public de quatre festivals : le festival international du théâtre de **Nancy**, le festival international d'art contemporain de **Royan** (et notamment son festival de musique contemporaine), les rencontres internationales d'art contemporain de **La Rochelle** et le festival de musique ancienne de **Saintes**.

Quels que soient le lieu, la date et la nature du festival, on se trouve en présence d'un public extrêmement homogène : un public **jeune** (86 % de moins de 35 ans à Nancy, les deux tiers à La Rochelle, Saintes et Royan) et composé à une forte majorité d'**étudiants, d'enseignants et d'artistes** (les deux tiers du public à Nancy, 60 % à La Rochelle, 53 % à Saintes, 83 % à Royan). A l'inverse, les couches sociales les moins favorisées sont très peu représentées : les ouvriers et employés constituent 9 % du public de Nancy (dont 1,5 % d'ouvriers), 19 % de celui de Saintes, 15 % de celui de La Rochelle et 5 % de celui de Royan.

Le public des festivals fréquente entre 3 et 7 spectacles en moyenne

Plus le festival est spécialisé, plus la fréquentation est assidue, mais plus aussi elle est élitiste. C'est dans les festivals de Royan et de Nancy, festivals de pointe en matière de création musicale et théâtrale, que l'assiduité est la plus forte : 7 spectacles par personne à Nancy comme à Royan, 5 à La Rochelle et 3,5 à Saintes. Les festivals de Royan et de Nancy, et dans une moindre mesure celui de La Rochelle, attirent un public spécialisé de « connaisseurs » (près de 15 % du public de Royan

est un public de professionnels de la musique) ; le festival de Saintes, le plus accessible (musique ancienne), attire en plus grand nombre les ouvriers et employés, les personnes de niveau scolaire secondaire et les étudiants par rapport aux enseignants.

Nancy et Saintes : la plus forte assise régionale

A Nancy, 55 % du public réside dans l'agglomération nancéienne (46,5 % à Nancy) et le public lorrain forme 68 % du total ; à Saintes, 55 % du public est régional contre 49 % à La Rochelle ; par contre, Royan et sa région ne fournissent que 22 % du public alors que Paris et la région parisienne en représentent 25 % (Paris : 17 %). On remarque donc que Nancy a une forte assise locale (mais c'est la seule ville universitaire), que Saintes a une meilleure assise locale que La Rochelle et que les habitants de Royan sont les grands absents du festival de leur ville : non seulement ils sont moins assidus (4 spectacles par personne contre 8 pour les non-résidents), mais ils ont une pratique très limitée des festivals (59 % n'y vont jamais).

Les dépenses des festivaliers des Charentes

FESTIVAL	Dépense totale du public	Dépense moyenne par personne	Dépense par jour
	F	F	F
La Rochelle (10 jours)	230.000	194	19,4
Saintes (8 jours)	350.000	159	19
Royan (7 jours)	330.000	275	39,3

Les recettes des festivals des Charentes
proviennent à 90 % de subventions

	La Rochelle	Saintes	Royan
	%	%	%
Subventions.....	95	72	89
dont Etat	50	55	46
Collectivités locales ..	41	16	39
Divers.....	4	1	4
Recettes propres....	5	28	11

(1) Sources : Centre d'informations et d'études d'économie humaine en Lorraine (C. I. E. D. E. H. L.). - Le public du festival mondial de Nancy. - Nancy, Metz 1975, 21 p. multig. Centre d'étude des techniques économiques modernes (CETEM). Analyse socio-économique des festivals de Saintes, La Rochelle et Royan (en cours de publication). L'enquête a été faite en 1974 à Saintes et La Rochelle, en 1975 à Royan et Nancy.

La violence et l'érotisme au cinéma et les jeunes

Les jeunes vont au cinéma essentiellement pour se distraire et s'évader

Les jeunes s'identifient à des personnages mythiques qui les arrachent à la réalité quotidienne. Cette fonction « d'usine à rêves » du cinéma laisse loin derrière son rôle informatif et pédagogique.

C'est en groupe que les jeunes se rendent le plus souvent au cinéma. On choisit le film ensemble. On le regarde de même en le commentant chaque fois que la salle le permet. On en discute longtemps à la sortie.

Les éléments qui déterminent le choix des films à travers les consultations de copains à copains sont les informations fournies par la presse spécialisée, les critiques, mais surtout le bouche à oreille et la publicité. Les jeunes de l'enquête, en particulier, mettent l'accent sur l'importance du rôle que jouent les placards-annonces publiés dans les journaux et les affiches apposées dans la rue comme sur la façade des cinémas.

Les catégories de films le plus souvent cités par les jeunes sont en conformité avec la fonction d'évasion qu'ils assignent au cinéma : les westerns, les policiers et les films

de karaté. En mettant bout à bout les productions qui, à un titre ou à un autre, font intervenir la violence, on s'aperçoit que celle-ci envahit et colore quasiment tout l'univers filmique des jeunes.

Les jeunes opèrent des distinctions entre les films de violence

Ils distinguent d'une part la violence convenue et comme irréaliste des westerns, des films de karaté, voire des films de guerre et la violence réaliste d'œuvres qui vont chercher leur inspiration dans la vie quotidienne et qui, à la limite, leur paraissent les seules véritablement violentes. Ils distinguent d'autre part, une violence-sujet qui se joue à égalité d'homme à homme (les films de Serge Leone sont cités) et une violence-objet qui est fondée sur la conviction qu'on peut traiter les autres comme des proies bonnes à voler, torturer, tuer (« Orange mécanique » sert souvent de référence). Ils séparent enfin la violence rapportée à un objectif quel qu'il soit - assurer le triomphe des bons sur les méchants, voire l'inverse - d'une violence gratuite, la violence pour la violence, qui leur paraît caractériser certains films récemment diffusés et qu'ils jugent difficile à assumer.

Les jeunes appliquent à peu près la même analyse à l'érotisme mais avec une différence capitale. Alors qu'ils revendiquent assez bien la violence comme leur territoire, en tout cas comme exprimant une agressivité à laquelle ils ne se sentent pas étrangers, ils rejettent l'érotisme en direction des adultes et font profession de considérer les films « porno » comme une affaire de vieux, voire de « petits vieux ».

Pour eux, le cinéma est un reflet déformé de la société

Les jeunes ont conscience de ce que la profusion des films de violence et d'érotisme correspond, en fait, à la levée des tabous, qui, hier encore, s'appliquaient aux manifestations de l'agressivité et de la sexualité. Certains avancent l'hypothèse - qui expliquerait leur différence d'attitude à l'égard des deux genres - selon laquelle les films de violence s'adresseraient à des jeunes qui n'ont plus l'occasion de défouler leur agressivité dans la guerre, et les films d'érotisme à des adultes dont la jeunesse, à la différence de la leur, a été sexuellement brimée. A chacun son défoulement.

Les jeunes absolvent ainsi le cinéma de la responsabilité dont on l'accable parfois, de fabriquer violence et érotisme. Si par exemple il cède à la tentation de la violence, c'est que la violence est au cœur de l'époque et de la société où nous vivons : dans la rue, dans les familles, dans les rapports sociaux, dans la politique, partout. Le cinéma n'est qu'un miroir social. Mais c'est un miroir déformant. Les jeunes dénoncent la façon dont, pour des raisons essentiellement commerciales, il focalise les problèmes d'agressivité et de sexualité, contribuant ainsi à perpétuer les vieux tabous. Les jeunes de l'enquête perçoivent clairement, à cet égard, que l'exhibitionnisme n'est jamais que du puritanisme à l'envers.

L'influence du cinéma sur les comportements est fonction de la personne

Les méthodes de psychologie projective mettent en évidence à quel point le cinéma contribue à fabriquer, pour les jeunes, des modèles d'identification qu'il emprunte pour

l'essentiel à la société dont il accentue fortement certains traits. La femme vue par les jeunes à travers les représentations filmiques, est beaucoup plus active et érotisée que celle dont les autres médias leur apportent l'image. L'homme est, de même, beaucoup plus agressif et son corps, pratiquement absent des images sociales, est au cinéma fortement présent. Hommes et femmes, enfin, sont vus beaucoup plus souvent en situation de couple au cinéma que dans la vie.

Mais les jeunes se montrent profondément convaincus qu'à travers ces modèles d'identification, l'influence du cinéma est entièrement relative à la personnalité de chacun. Ils renvoient le problème à des considérations très individualisées de milieu familial, d'éducation, d'environnement. En fait, le cinéma, pensent les jeunes, n'influence véritablement personne, en tout cas ne saurait créer - ex nihilo - la violence ou le désir. Au près d'individus équilibrés il reste sans effet, il peut même jouer un rôle bénéfique d'exutoire. Sur les autres, peut-être est-il capable d'exercer ou de ré-activer des motivations déjà existantes. Il ne saurait pervertir que ceux qui le sont déjà. Et si selon certains jeunes le cinéma de violence et d'érotisme peut conduire des sujets faibles (ou prédisposés) à imiter ce qu'ils ont vu à l'écran, cette influence vient loin derrière celle de l'environnement social et des conditions d'existence.

D'ailleurs, le cinéma est capable de dissuader de la violence en soulignant ce que les participants d'une des séances de groupe appellent « l'effet boomerang », c'est-à-dire la réciprocité de la violence. A la violence sociale répond, dans les films, la violence individuelle et inversement. Mais celle-ci, devant celle-là, apparaît vaincue d'avance, voire suicidaire.

Il ne fait aucun doute pour les jeunes que certains films comme « L'exorciste » peuvent provoquer chez eux un stress émotionnel passager ou durable. Mais cette « psychosis » est, le plus souvent, compensée par une « catharsis », surtout lorsque les jeunes peuvent déverser leur trop-plein d'émotions pendant ou après le film. A cet égard, le comportement groupal revêt une importance essentielle. Chaque fois qu'on peut voir un film à plusieurs, se communiquer ses impressions et s'affronter ensuite en longues discussions où la violence verbale nettoie l'autre, la catharsis l'emporte largement sur le psychosisme. Lorsque, au contraire, le spectateur, même au sein d'un groupe, est dépourvu de tout contact social ou individuel, alors peut se produire une situation de stress émotionnel non compensée.

Le cinéma n'étant pas à lui seul responsable des problèmes sociaux, la censure ne semble pas la meilleure solution

Face à ces problèmes, les jeunes admettent en général qu'il soit nécessaire de protéger les esprits trop tendres contre les excès de certains films, et ne remettent pas sérieusement en cause le principe de leur interdiction aux tranches d'âge les plus basses.

Par contre, les jeunes récusent l'aptitude de la censure, qu'elles qu'en soient les modalités, à résoudre les problèmes posés par les films de violence et d'érotisme. La

censure leur paraît à la fois dérisoire parce que sans cesse dépassée par l'évolution des mœurs ; inefficace parce qu'il faudrait pouvoir censurer aussi la télévision, les livres, les journaux, la rue ; dangereuse en ce qu'elle contribue à exalter ce qu'elle prétend contraindre, en donnant aux œuvres censurées l'attrait du fruit défendu.

Les jeunes de l'enquête, estiment que ce n'est pas la censure qu'il faut organiser, mais le cinéma qu'il faut changer

Tout en reconnaissant que les films de violence et d'érotisme correspondent à une fatalité de l'époque, ils reprochent au cinéma - par l'importance qu'ils attachent à ces sujets, la façon dont il les traite, l'exploitation commerciale qu'il en fait - de contribuer à souligner la rupture de l'individu avec sa sexualité et son agressivité.

Ils souhaiteraient que le cinéma, au contraire, se montre capable de réintégrer ces valeurs dans son univers créatif, c'est-à-dire en fait, de reconcilier l'individu, sa violence et son désir.

« Ce serait bien, dit l'un deux, de montrer la colère entre les gens sans que ce soit une source de malheurs, de mort ou de rupture » ; un autre déclare : « J'aimerais des films où l'on montre l'érotisme entre les gens sans que ce soit un truc à part, mais comme une partie de la vie quotidienne, un des facteurs de la beauté et du plaisir de la vie ».

Source : D'après une étude faite par M. Jean Mauduit de janvier à mai 1975 pour le Secrétariat d'Etat à la Culture. Conduite auprès d'un public de garçons et de filles de 16 à 20 ans habitant Paris, la région parisienne et la Normandie, et appartenant à tous les milieux socio-professionnels, l'enquête utilisait des méthodes purement qualitatives (entretiens de groupe, séances de psychologie projective, interviews en profondeur) en vue, moins d'accumuler des données chiffrées que d'essayer de comprendre comment fonctionnent les mécanismes d'influence du cinéma - et ce type de cinéma - sur les mentalités juvéniles.

L'animation socio-culturelle comme fondement de la démocratie culturelle

Une doctrine du Conseil de l'Europe

A quoi sert le Conseil de l'Europe, cette vaste assemblée consultative de 21 pays d'Europe dont le public ignore le plus souvent la masse des travaux qu'il publie, de réunions et de colloques qu'il organise, d'experts qu'il rassemble autour d'une tâche commune ?

On serait tenté de juger sévèrement l'intérêt de son action si l'on ne se fiait qu'à son impact sur les politiques gouvernementales. Mais c'est un autre critère qu'il faut adopter pour la juger. Ce critère, c'est l'expansion des idées qu'il fait étudier et qu'il s'efforce de répandre dans les pays membres. Le Conseil de l'Europe agit « comme une espèce d'Université où des personnages à hautes responsabilités politiques, administratives, universitaires, de formations différentes, de tous pays, viennent tenter ensemble des recherches, formuler des doctrines ». Et il ajoute : « le rôle de Strasbourg (siège du Conseil de l'Europe) a été, par anticipation, de créer des lieux communs, des lieux qui deviendront communs ».

Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle

Lieu commun, l'animation socio-culturelle ? En France peut-être, où ce terme a eu un vif succès, au prix d'ailleurs de multiples contradictions. Mais en dehors du petit monde européen francophone (Belgique et Suisse de langue française) qui l'a adopté sans effort, il a fallu un certain nombre d'années de travail en commun d'experts réunis à Strasbourg pour faire adopter non seulement le concept, mais surtout une signification commune de celui-ci : trois symposiums (1), de multiples réunions d'experts, de nombreux écrits, études et analyses dus à des auteurs de pays différents, ont contribué à ce progrès de l'idée.

Un numéro très important du *Bulletin d'information du Conseil de l'Europe* (2) rend compte de manière éclatante de ce progrès et devrait être lu par tous les responsables - administrateurs et animateurs - de la vie culturelle. Des voix anglaise, hollandaise, belge, suisse, française (il est regrettable qu'aucun scandinave ou germanophone n'ait la parole) se répondent autour des mêmes thèmes.

La thèse émise par les auteurs tient en quelques mots : constatant l'échec de la politique de « démocratisation de la culture » qui, visant à faire consommer par tous les biens et valeurs culturels, ne contribue en fait qu'à privilégier davantage les privilégiés de la culture, les Etats doivent promouvoir une politique d'animation socio-culturelle dont le fondement est la « démocratie culturelle » et dont le corollaire est l'éducation permanente.

Culture de consommation ou culture de participation

En d'autres termes, dans une société où le citoyen est apparemment de plus en plus instruit et informé, mais où il est de moins en moins à même de s'exprimer collectivement, de vivre des solidarités, de participer à la vie publique, de s'affirmer dans son originalité, il s'agit de promouvoir une « citoyenneté active », une « participation à la communauté », une « société ouverte », une « démocratie vécue à la base ». La « culture » doit moins être une consommation qu'une participation.

Impliquant la promotion d'une société nouvelle, elle ne peut prétendre à l'apolitisme, non plus qu'éviter les conflits bien au contraire : dans la mesure où l'action de l'animateur « consiste à permettre aux membres du groupe de s'identifier, d'identifier la société et leurs rapports avec elle, et par là d'accéder à l'autonomie, grâce à cette action les conflits profonds se dévoilent à leurs yeux ». (J. M. Moekli).

Ce document du Conseil de l'Europe a ceci d'intéressant qu'il ne se contente pas d'énoncer des principes auxquels on reprochera, très vite, leur caractère sympathique et ingénu. Il entre aussi dans le champ des conflits et contradictions suscités par la pratique de l'animation, dans quelque pays que ce soit, précisons-le, grâce aux rapports publiés à l'occasion du Symposium de Bruxelles sur « la déontologie, le statut et la formation des animateurs ». Evoquer le métier concret de l'animateur professionnel dans son vécu quotidien, c'est en effet toucher du doigt à quel point l'animation socio-culturelle (ou la

démocratie culturelle) est un combat long et dur et n'a point encore acquis sa légitimité en Europe.

Un catalogue de projets

Pourtant, le document montre l'avancée impressionnante de cette idée dans la plupart des pays de l'Europe occidentale : un utile « catalogue des projets » dresse la liste des expériences menées depuis une dizaine d'années et sa lecture fera réfléchir.

On trouvera d'autres sujets d'intérêt dans le numéro spécial : un rappel des différentes fonctions exercées par l'animateur socio-culturel, un relevé des types de professions qu'il exerce, un scénario ou un modèle d'animation socio-culturelle d'une zone résidentielle de type courant, exercice utile pour recenser tous les problèmes qui se ressemblent d'une banlieue à l'autre.

Les Ministres de la culture, réunis à Oslo en juin prochain reconnaîtront-ils la nécessité d'un système d'animation socio-culturelle qui partout, « reste à créer », et oseront-ils s'attaquer à l'un des problèmes majeurs de notre temps : ce que M. Simpson appelle « le sous-développement de la personnalité » et « la malnutrition sociale » ?.

Promouvoir l'animation socio-culturelle, ajoute J. A. Simpson, ce n'est pas découvrir le palliatif magique à tous les maux de la société, c'est « un objectif moral en soi ».

(1) Rotterdam, 1970 : les équipements de la démocratie culturelle ; San Remo, 1972 : les méthodes d'animation d'équipements socio-culturels applicables dans des expériences-pilotes ; Bruxelles, 1974 : déontologie, statut et formation des animateurs. Un quatrième symposium clôturera cette recherche en 1976, sur le thème : l'animation dans les villes nouvelles.

(2) Animation socio-culturelle. Bulletin d'information du Conseil de l'Europe, 1975, n° 4, 128 p.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat
d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 29

Juin 1976

ARTS PLASTIQUES

REPÈRES

Les aides à la création artistique

3.000 ou 14.000

« artistes » ?

La question de la professionnalité artistique étant loin d'être résolue, on ne peut guère donner un chiffre pour le nombre des « artistes » vivant en France. On compte 3.000 artistes cotisant à la Sécurité sociale des artistes ; mais par ailleurs, lors du recensement de la population de 1968, 14.560 personnes se sont déclarées « artistes-peintres, sculpteurs et assimilés ».

**648 ateliers d'artistes
construits en 12 ans**

De 1965 à 1975, 648 ateliers d'artistes, dont près de 100 pour des sculpteurs, ont été construits avec l'aide de l'Etat pour un montant total de **15 millions de francs**. Ces ateliers se situent à Paris et dans la banlieue parisienne, notamment dans les villes nouvelles, et sont proposés aussi bien à des artistes étrangers que français. Le loyer mensuel est d'environ 10 F au m².

**15 millions de francs
pour la sécurité sociale
des artistes**

De 1966 à 1975, une somme de 15 millions de francs a été consacrée au financement de la sécurité sociale des artistes sans compter les cotisations versées par les artistes eux-mêmes. Le recouvrement des cotisations des artistes et des commerçants est assuré par la « **Maison des artistes** » qui a recensé, pour la cotisation « patronale », environ un millier de commerces d'œuvres d'art.

Les achats d'œuvres d'art par l'Etat

Ils s'ajoutent aux dons faits à l'Etat et alimentent un Fonds national d'art contemporain.

	Budget réservé aux achats	Peintures	Sculptures	Estampes	Total
1973	3.400.000 F	150	55	145	350
1974	2.860.000 F	200	58	60	318
1975	2.740.000 F	140	44	31	215

A ces crédits s'ajoutent ceux qui sont destinés à l'acquisition d'œuvres pour le centre national d'art et de culture Georges Pompidou. Il faut également tenir compte des 24.000.000 F qui sont allés en 1975 aux commandes effectuées au titre du « 1 % » (décoration des bâtiments scolaires et universitaires, voir page suivante).

L'aide à la première exposition

Cette mesure récente (1971) a permis de subventionner en 1975 douze expositions pour un montant de 120.000 F.

Conçue pour aider un artiste qui n'a jamais exposé ses œuvres, cette aide consiste en un financement de l'exposition à part égale par l'Etat et par une galerie d'art. L'artiste rembourse l'Etat au prorata des ventes réalisées ; il ne rembourse rien s'il n'atteint pas un certain niveau de recettes.

Les dations

La loi du 31 décembre 1968 évite aux héritiers des artistes le paiement des droits de succession tout en permettant l'enrichissement des collections des musées. Les héritiers remettent à l'Etat, sous certaines conditions, des œuvres d'art de caractère ou de valeur exceptionnels.

Le 1 % : Aide aux artistes et qualité du cadre de vie

Au cours des années 50 et surtout des années 60, les bâtiments scolaires et universitaires se sont multipliés en France pour répondre aux besoins d'une démographie scolaire galopante. Dans le sillage de cet effort d'équipement s'est créée, grâce à l'institution en 1951 du « 1 % », une vaste exposition permanente des tendances de l'art monumental contemporain que l'on peut visiter en allant de ville en ville, d'école en collège et de lycée en université.

La plus vaste exposition d'art contemporain

Un bilan de cette politique du 1 % a été tenté sous la forme d'une exposition à Paris en 1970 (1) : s'il a révélé des réussites exceptionnelles, il a aussi mis en lumière les difficultés de l'entreprise, tant du point de vue de l'esthétique que des mécanismes régissant le choix de l'œuvre d'art. Il faut ajouter que la nécessité de construire rapidement des équipements pour répondre à des besoins urgents a eu aussi des répercussions sur la qualité de l'architecture scolaire, souvent soumise aux lois uniformisantes de la série et de la pré-fabrication (2).

Le principe du « 1 % » est bien connu, en France comme en d'autres pays d'Europe ou d'Amérique. Chaque projet de construction scolaire ou universitaire - mais on verra plus loin que ce principe s'applique à d'autres types de bâtiments - doit comporter, pour être agréé, un ensemble de décorations s'élevant au maximum à 1 % du coût de la construction lorsque celui-ci est financé uniquement par les crédits du Ministère de l'Éducation, et à 1 % de la subvention accordée aux collectivités publiques lorsqu'elles ont l'initiative de la construction.

(1) Art et architecture. Bilan et problèmes du 1 %. Paris, Ministère des Affaires Culturelles, C. N. A. C., 1970.

(2) La qualité architecturale des bâtiments scolaires est depuis quelques années une préoccupation des pouvoirs publics : cf l'exposition « Vivre à l'école » au Grand Palais, 10 - 30 avril 1976.

Jusqu'en 1972, ces œuvres relevaient uniquement des arts plastiques au sens habituel du terme : peintures, sculptures, céramiques, mosaïques, tapisseries, ferronneries, vitraux, décorations de sol. L'arrêté du 6 juin 1972, qui régit désormais le 1 %, élargit la notion d'œuvre d'art en précisant que le 1 % peut consister en « l'aménagement d'espaces pouvant ou non inclure des compositions végétales ».

Cette mesure importante, qui a suscité des protestations de la part de quelques associations professionnelles d'artistes, met en relief la notion de qualité du cadre de la vie scolaire, complément indispensable d'une pédagogie plus ouverte. Mais le 1 % répond aussi à une double nécessité :

- permettre aux élèves et au public d'entrer en contact avec des réalisations originales de leur époque ;
- associer tous les arts à l'architecture des nouveaux bâtiments et donner aux artistes une occasion de s'exprimer.

Plus de 24 millions de francs par an consacrés à l'art contemporain

Les opérations du 1 % relèvent de trois ministères : le Ministère de l'Éducation, le Secrétariat d'État aux Universités et le Secrétariat d'État à la Culture (3). À travers les crédits dégagés au titre du 1 %, c'est une véritable politique d'aide publique à la création artistique qui est mise en œuvre, même si la répartition de cette manne entre les artistes pose de graves problèmes. Le 1 % de l'Éducation représente en effet un volume très important de commandes de l'État aux artistes. Alors que, au moment de sa création, un budget global de 720.000 F avait été affecté au 1 % (1951 - 1952), 398 projets ont été examinés par la Commission nationale en 1975 cor-

(3) Au Secrétariat d'État à la Culture, c'est le Service de la Création artistique qui a la responsabilité du 1 %.

respondant à un crédit global de 24.326.000 F. Sur les 398 projets soumis à la Commission nationale :

- 223 étaient des sculptures ;
- 97 étaient des décorations planes (peintures, panneaux de céramique ou de mosaïques, tapisseries, vitraux...) ;
- 78 étaient des aménagements d'espaces pouvant comporter de la sculpture, de la polychromie ou des espaces verts.

Réussites et échecs

L'exposition de 1970 montrait les plus belles réussites plastiques du 1 % et de beaux exemples d'intégration de l'art dans l'architecture : jardin minéral du lycée d'Aire-sur-Adour, animation des murs extérieurs ou intérieurs, décoration de sols, création de grilles originales, de murs-vitraux, etc... (4). Par contre, elle mettait en relief la médiocrité de nombreuses réalisations, œuvres « bouche-trous » ajoutées à la dernière minute ou réalisées sans souci de concertation entre l'artiste et l'architecte.

Un autre problème du 1 % est l'inutilisation des crédits, soit que l'architecte se désintéresse de l'opération, soit que l'œuvre proposée soit refusée par la commission. C'est pourquoi une procédure spéciale a été instituée en 1972 pour obtenir le plein emploi du 1 % (5).

(4) Dans plusieurs cas à notre connaissance, la sculpture prévue pour le 1 % a été réalisée par l'artiste sur place et toute une animation a entouré cet événement.

(5) Lorsque la procédure normale n'a pas abouti, il est prévu une intervention directe du conseiller artistique régional. Si dans un délai de trois ans à compter de l'attribution de la subvention ou de l'ouverture du crédit d'équipement, aucune solution n'est intervenue, ou si une proposition de l'architecte a été refusée par deux fois, le conseiller artistique est désigné pour formuler des propositions qui, selon l'importance du programme, seront ou non soumis à la Commission nationale. Ce délai devrait être prochainement ramené à deux ans.

Le bilan du 1 % apparaît assez positif. Si le choix de l'artiste est parfois difficile et ne va pas sans pressions exercées sur les architectes ou les pouvoirs publics (on parle d'artistes qui seraient de véritables « professionnels du 1 % »), si certains artistes contestent les pouvoirs, excessifs à leurs yeux, donnés aux conseillers artistiques et à la commission nationale ainsi que l'extension du 1 % à l'aménagement végétal, on peut dire que le 1 % a gagné en qualité dans l'ensemble depuis dix ans, et que les bons artistes, indépendamment de conditions de réalisations qui sont loin d'être idéales, ne boudent plus le 1 % comme par le passé. Mieux, ils s'accordent tous pour réclamer, sinon un 2 ou 3 %, l'extension du 1 % à l'ensemble des constructions de l'État.

L'extension

du 1 %

à d'autres bâtiments

Cette extension est en bonne voie. Certains départements ministériels appliquent, d'une façon plus ou moins complète, un système analogue à celui de l'Éducation : le Ministère de la Défense et le Secrétariat d'État à la Culture réalisent généralement des travaux de décoration dans leurs constructions nouvelles : le Ministère de la Santé a en préparation un texte inspiré de celui de l'Éducation. Les bâtiments des P et T et ceux de l'enseignement de l'agriculture sont, ainsi que certaines constructions sportives, dotés sporadiquement de programmes de décoration. Par ailleurs, une décision récente vient d'être prise pour étendre ces mesures à tout programme d'investissements immobiliers de l'État (6).

(6) Quelques initiatives privées sont aussi à signaler de la part d'offices de construction, de banques ou de promoteurs immobiliers.

Les villes :

des efforts trop rares

Les municipalités, qui n'ont en ce domaine aucune obligation, prennent trop rarement l'initiative de compléter sur leurs propres deniers, le montant de la subvention accordée par l'État. En 1975, la contribution des collectivités locales a été de l'ordre de 0,30 % du montant total des crédits afférents aux projets examinés par la Commission nationale. Certaines municipalités ont entrepris pourtant d'étendre largement le 1 % comme Grenoble par exemple ou bien encore Vitry-sur-Seine. Dans cette dernière ville, 47 œuvres d'artistes contemporains ont été implantées depuis 1967 (sculptures, mosaïques, peintures

murales, fontaines, environnements, aires de jeux...) et 6 œuvres sont en cours d'exécution alors que 29 autres sont à l'étude.

Les villes nouvelles fournissent un terrain neuf capable de favoriser l'éclosion d'une politique d'ensemble, associant en profondeur les actions d'information et de participation des usagers à la démarche d'urbanisme. Certaines d'entre elles ont prévu la place de l'artiste au sein d'équipes pluridisciplinaires qui définissent ensemble l'articulation des espaces, les rythmes colorés, les lignes de force, la perception visuelle. Intégrer l'art vivant dans la cité n'est pas un projet utopique puisque quelques opérations ponctuelles de qualité ont déjà été réalisées (Evry, Marne-la-Vallée, St-Quentin en Yvelines, etc...).

Choix de l'artiste et mécanisme d'agrément de l'œuvre d'art

C'est à l'architecte qu'incombe le choix de l'artiste, ou de l'équipe d'artistes, à qui il entend confier la réalisation du programme de décoration. En premier lieu, il lui appartient de prévoir, dès l'établissement du plan-masse de la construction, l'emplacement et la nature de l'œuvre d'art qui s'harmonisera le mieux avec son œuvre architecturale. Dès qu'un accord a été obtenu sur ce point, c'est lui qui propose l'artiste (ou les artistes) auquel il désire confier la réalisation de l'œuvre.

Ces propositions sont soumises à différentes instances, selon la nature des bâtiments et le coût de l'opération.

- 1 — Si le projet de décoration concerne un établissement scolaire du premier ou du second degré, et que son coût ne dépasse pas 50.000 F, il doit être soumis au préfet du département du lieu de la construction, accompagné des avis de l'inspecteur d'académie, de l'architecte des bâtiments de France ainsi que du rapport motivé du conseiller artistique régional (1).
- 2 — Si le programme est d'un montant supérieur à 50.000 F ou s'il concerne un établissement d'enseignement supérieur, il est soumis à une commission nationale (2). Celle-ci peut agréer le projet, l'agréer sous réserve d'une mise au point, demander que l'artiste présente un autre projet ou encore que l'architecte choisisse un autre artiste.

(1) Les conseillers artistiques sont des personnalités locales qui ont été désignées par le Service de la Création artistique, pour veiller à l'application du 1 %, conseiller les architectes et aider les préfets à prendre leur décision sur l'agrément des artistes et de leurs projets. Ils travaillent quasi bénévolement.

(2) La Commission nationale se compose de douze membres : le chef du service de la Création artistique, ou le sous-directeur, président ; deux représentants du ministère de l'Éducation ; le directeur du Centre national d'art contemporain ou son représentant ; le directeur de l'Architecture du Secrétariat d'État à la Culture ou son représentant ; cinq personnalités extérieures déléguées par leurs organisations professionnelles, deux personnalités désignées par le Secrétaire d'État à la Culture.

Eléments de bibliographie internationale sur les aides publiques à la création artistique

Pour la conférence des ministres européens responsables de la culture, qui aura lieu à Oslo en juin 1976, le Conseil de l'Europe a confié au Ministre français le soin de présenter le dossier sur les aides publiques à la création artistique. Sous la direction du Service des études et de la recherche quatre monographies ont été rédigées (1) :

- Les aides publiques à la création artistique en Allemagne par C. Krahmer (73 p.) ;
- Les aides publiques à la création artistique en France par G. Breerette (90 p.) ;
- Les aides publiques à la création artistique en Italie par P. Costa de Beauregard (75 p.) ;
- Les aides publiques à la création artistique en Norvège par A. Helgessen (50 p.).

D'autres monographies moins complètes ont été établies sur les Pays-Bas, la Suède, la Finlande.

A partir de ces travaux et d'informations recueillies d'autre part, le Conseil de l'Europe a publié une synthèse rédigée par Raymonde Moulin, directeur de recherches au Centre national de la recherche scientifique, sous le titre : « Les aides publiques à la création artistique dans les arts plastiques » (1).

Enfin, le Conseil de l'Europe a invité les pays participants à la conférence d'Oslo à publier, sous leur responsabilité, un rapport sur les aides publiques dans leur pays.

Le rapport français va paraître à la Documentation française en juin 1976 dans la collection « Notes et études documentaires ». Sa traduction en anglais est disponible (1).

x
x x

Le parlement de la République fédérale d'Allemagne a fait faire sur ce même sujet une importante étude qui a été publiée en 1975 : *Der Künstler - Report. Musikschaaffende, Darsteller/Realisatoren, Bildende Künstler/Designer.* - Munich - Carl Hanser Verlag, 1975. 678 p. Ce livre présente l'interprétation et les conclusions de K. Fohrbeck et de A. J. Wiesand à partir des résultats d'une recherche menée entre 1972 et 1974 dans le cadre de l'Institut für Projektstudien de Hambourg. La recherche porte sur la condition socio-économique de l'artiste, les aspects juridiques, la situation du marché de l'art. Elle donne également des aperçus sur l'image qu'ont de l'importance des métiers artistiques et des métiers voisins les non-artistes pour les domaines de la musique, de la mise en scène, du cinéma, des arts plastiques et du design.

Il faut également indiquer que l'Institut de recherche sur le développement culturel de Belgrade (Yougoslavie) vient de publier une étude en français sur le statut social et la situation matérielle des artistes en Yougoslavie par R. Mikasinovic-Grujic, S. Pavicevic, M. Nikolio.

Le service de recherche du ministère des Affaires culturelles du Québec a publié en 1974 une étude sur « les créateurs en arts plastiques de la région métropolitaine » qui décrit les conditions de vie et le statut social des créateurs en art plastiques de la région de Montréal.

Rappelons également l'étude de Suzane Pagé : *L'aide à la création et à la diffusion artistique au Canada*, parue à la Documentation française dans la collection « Notes et études documentaires » en juin 1973.

(1) Ces documents sont disponibles au Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, 75002 Paris.

Publications récentes du Service des études et de la recherche

- **L'aventure pédagogique du 10 %**
- **10 % et apprentissages culturels**

Etude publiée dans les numéros 108 et 109 de la revue « Education et Développement » mars - mai 1976, enquête réalisée par cette association à la demande du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture en vue d'évaluer les activités culturelles entreprises dans le cadre de 10 %. On peut se procurer ces numéros au Service des études ou au siège de la revue, 11, rue de Clichy 75009 Paris - Prix 9 Francs le numéro.

- **Théâtre et Télévision.** - Résumé des débats d'un colloque réuni à Yerres en mars 1975.

- **Le projet suédois de démocratie culturelle**, par C. Fabrizio -
Notes et Etudes documentaires, n° 4.205 - 206 - 22 juillet 1975.
La Documentation française, 31, quai Voltaire, 75007 Paris, 9 F.

- **Pratiques culturelles des français** - Sondage effectué sur un échantillon de plus de 2.000 personnes de plus de 15 ans en 1973, 2 vol. 400 p.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 233.44.10

n° 30

Septembre 1976

REPÈRES

Les spectacles culturels et leur public aux Etats-Unis

Le spectateur américain est avant tout un téléspectateur

C'est à travers les produits des industries culturelles (cinéma, T.V., radio, disque et cassette) que s'établit principalement le contact entre le public américain et les différents spectacles qui lui sont proposés :

Une infime minorité d'américains va à l'Opéra, tandis que la radio, le disque et la télévision touchent chacun plus de 10 % de la population.

Le public de la *musique classique* est pour sa part près de trois fois plus important par le disque et la radio que par le concert, tandis que celui du *ballet* se voit multiplié par cinq grâce à la télévision.

Quant à la *comédie musicale*, elle touche deux fois plus de personnes par la télévision (et le disque) que par les représentations en salle.

Nombre de personnes ayant vu ou entendu au cours de l'année un spectacle de

	Cinéma	Comédie musicale	Opéra	Ballet	Concert	Théâtre
Ensemble	96	60	27	25	51	..
— à la T.V.	93	38	14	22	30	..
— en salle.....	69	18	4	4	10	16
— à la radio.....	..	14	12	..	28	..
— en disque.....	..	27	10	..	25	..

Les représentations culturelles dans les salles de spectacles n'attirent qu'une minorité de personnes

C'est le théâtre qui recueille l'audience la plus forte (16 %), suivi par le concert (10 %) tandis que l'opéra et le ballet ne touchent que 4 % des individus.

Si l'on considère simultanément l'ensemble de ces spectacles « classiques », on constate que près de 80 % des américains ne sont allés au cours de l'année ni au théâtre, ni à l'opéra, ni au concert, ni au ballet, ce qui revient à dire que ce sont en grande partie les mêmes qui fréquentent ces différents types de représentations.

Par contre, les spectacles plus populaires comme la comédie musicale (18 %) et le jazz, le rock ou le folk (25 %) obtiennent des scores plus élevés, pour ne pas parler du cinéma dont la fréquentation avoisine les 70 %.

Les inégalités de la fréquentation des spectacles culturels sont le reflet des inégalités sociales

La fréquentation des spectacles culturels est très inégalement répartie dans les différentes catégories sociales, et touchent essentiellement les milieux les plus privilégiés par la fortune ou par l'éducation. Ainsi le taux de fréquentation des ballets est 4 fois plus important dans les milieux de revenu élevé (supérieur à 125.000 F par an) que dans les milieux à faibles revenus (moins de 37.500 F par an), cet écart atteignant 1 à 5 pour le théâtre, 1 à 6 pour l'opéra et 1 à 7 pour le concert. Des écarts du même ordre sont relevés entre les personnes de niveau d'étude supérieur et les personnes ne possédant aucun diplôme : de 1 à 5 pour le théâtre, l'opéra et le concert, et de 1 à 6 pour le ballet. Soulignons que cet écart ne dépasse pas 1 à 2 pour le cinéma ou le jazz et le rock.

Un phénomène général des sociétés occidentales développées ?

Les pratiques culturelles des américains et leur répartition entre les différentes couches de la population présentent des similitudes étonnantes avec la situation française, telle que l'ont révélée de récentes études menées par le Secrétariat d'Etat à la Culture. Dans les deux pays, les pratiques culturelles de type classique (théâtre, ballet, opéra, concert) se révèlent à la fois élitaires, puisqu'elles ne touchent qu'une minorité de gens, sélectives, dans la mesure où leur impact est beaucoup plus grand parmi les catégories privilégiées, et cumulatives en ce sens que la pratique appelant la pratique, la fréquentation d'un type de spectacle porte à la fréquentation des autres.

Source : Etude commandée par la Fondation Ford en 1974 ; elle porte en particulier sur la nature du public des spectacles de douze villes américaines, ses attitudes et ses aspirations et ce qui pourrait être fait pour attirer un public plus important.

Les 10 % et l'éducation culturelle

Il y a trois ans (le 27 mars 1973) le ministre de l'Education nationale publiait une circulaire originale : désormais 10 % de l'horaire scolaire, dans le second degré, serait consacré à des activités éducatives au libre choix des enseignants et des élèves. Dix pour cent du temps sans programme imposé, sans directives contraignantes, sans inspection ; la possibilité, pour les enseignants, de former des équipes pluridisciplinaires, pour les élèves, de se regrouper autrement que dans les classes habituelles, pour tous, de sortir des établissements pour se livrer à des enquêtes, des études du milieu, des voyages d'études, des visites de musées et d'entreprises, etc...

Après trois ans, à la demande du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, l'association *Education et développement* a fait le point sur l'application de cette mesure insolite, révolutionnaire, en se livrant à une vaste enquête dont le compte rendu vient d'être publié en deux numéros de revue successifs, sous les titres suivants : « L'aventure pédagogique du 10 % » (n° 108) et « 10 % et apprentissages culturels » (n° 109). Il est intéressant de voir comment, et dans quels domaines, s'est développée cette expérience de « liberté pédagogique » (1).

Trouver un nouveau

« modèle pédagogique »

La liberté pose en effet beaucoup de problèmes, surtout quand elle est octroyée du jour au lendemain. Le cahier consacré à « l'aventure pédagogique du 10 % » a recensé ces problèmes : problèmes d'organisation dans des établissements dont les structures administratives et matérielles ont été conçues pour l'enseignement magistral ; difficultés personnelles des enseignants dont le « modèle pédagogique » ne favorise

ni la collaboration pluridisciplinaire, ni le sens communautaire ; problèmes particuliers à certaines catégories d'établissements trop centrés sur les examens comme les lycées de second cycle ou manquant de ressources culturelles et matérielles, comme les CEG en milieu rural. En revanche, le 10 % a trouvé un terrain plus favorable dans les collèges d'enseignement secondaire (CES).

Diversité des initiatives

Néanmoins, le 10 % se révèle une initiative féconde, si l'on en juge par les résultats et par la nature des opérations entreprises. Les résultats les plus frappants concernent l'ardeur et l'enthousiasme des jeunes qui, surtout lorsqu'ils peuvent vraiment choisir leurs activités, montrent un intérêt, un dynamisme, des facultés d'invention et de réalisation qui ont surpris nombre d'enseignants, habitués à un comportement beaucoup plus terne, sinon morose. Les thèmes abordés sont extrêmement variés : étude pluridisciplinaire d'une civilisation, découverte d'un milieu (voyages d'études, enquêtes) ; applications mathématiques et techniques ; démontages de moteurs, visites d'entreprises, contacts avec des professionnels ; recherches sur la nature et l'environnement ; visites et interviews concernant la vie politique et sociale (assemblées locales, départementales), visites de journaux et mise en œuvre d'une presse scolaire ; contacts avec des handicapés, des invalides, des personnes âgées ; observation de procès et étude concrète des institutions judiciaires ; études sociales : constitution d'un fichier de renseignements pour un quartier donné, recherches et débats sur des problèmes contemporains... Cette liste n'est pas exhaustive. Toutes ces recherches, certains professeurs l'ont souligné, menées dans le cadre des lycées et collèges, constituent non seulement des ouvertures passionnantes qui motiveront d'autres études par la suite, mais introduisent à des méthodes d'investiga-

tion intellectuelle (recherches documentaires, critique de textes...) et aux techniques d'expression (résultats consignés sur des tableaux d'exposition, sur des montages audio-visuels notamment).

50 % des 10 %

s'effectuent en liaison avec des institutions culturelles

La nature des thèmes abordés suppose de nombreux contacts avec les milieux les plus divers (administration, assemblées politiques, institutions de rééducation, hôpitaux, tribunaux, usines, etc...). Mais il faut noter que la moitié des opérations 10 % sont réalisées en liaison avec des institutions relevant, à un titre ou à un autre, du Secrétariat d'Etat à la Culture.

Le plus grand nombre a trait au théâtre, sous différentes formes : dramatisation de scènes classiques ou imaginées par les élèves, participation à des spectacles ; l'expérience montre que le théâtre, si l'on n'y est pas préparé, peut être « consommé sans appétit » et la rencontre préalable avec des comédiens, la documentation sur la pièce jouée sont des préliminaires indispensables. Tout un mode de collaboration, plus actif, s'instaure dans un certain nombre de cas : les jeunes font appel aux services techniques des comédiens pour apprendre à dire un texte, jouer une scène, exprimer avec son corps un sentiment, une émotion ; ailleurs c'est le service d'animation d'une Maison de la culture qui propose à plusieurs classes de collèges de travailler sur un thème afin de monter un spectacle en commun : l'expérience se prolonge sur plusieurs mois en comprenant les stades de l'invention collective d'une scène, dans chaque classe, de la mise au point des dialogues, de sa mise en scène avec le conseil de comédiens ; ainsi des jeunes sont-ils initiés à l'expression dramatique en bâtissant et en jouant eux-mêmes un spectacle dans un vrai théâtre.

Accroissement de 25 % des visites scolaires dans les musées

Les opérations 10 % sont également l'occasion de rendre visite au musée. Rappelons que la création du 10 % a entraîné une progression de 25 à 30 % dans la fréquentation des musées par des groupes scolaires. Pour beaucoup de classes, c'était la première initiative prise en ce domaine et certaines erreurs ont été relevées, faute de préparation surtout. C'est l'occasion pour *Education et développement* de faire le point sur l'évolution pédagogique que l'on peut constater dans de nombreux services éducatifs de musées : si la visite guidée garde encore beaucoup d'attrait, surtout quand elle est motivée, préparée (par l'étude préalable de documents, l'examen de diapositives...), certains services éducatifs proposent des formules nouvelles aux enseignants : visites plus actives, par petits groupes, munis de questionnaires ; recherches sur des thèmes, en équipes, et même, dans certains cas, accès aux collections non présentées au public pour organiser des expositions particulières, sur la demande d'un groupe. Parallèlement d'autres recherches sont conduites qui visent à mobiliser l'activité de l'enfant : ateliers où, à l'intérieur du musée, les jeunes peuvent se livrer à des activités de peinture, modelage, tissage..., en liaison avec les techniques utilisées pour les œuvres exposées. Enfin, le musée sort du musée par les muséobus et plus fréquemment les valises culturelles qui permettent d'aménager, temporairement, un coin-musée ou une exposition dans le collège.

Des orchestres de collège

La musique est également à l'honneur. Le 10 % permet les regroupements inter-classes les plus libres : ainsi dans de nombreux établissements, des jeunes musiciens, appartenant à des classes différentes ont

pu constituer des formations qui, se produisant dans l'établissement, rendent la musique plus proche des élèves. Par ailleurs, certains départements ont mobilisé les orchestres régionaux et locaux et ceux-ci vont à la rencontre des élèves dans les établissements.

Théâtre, musées, musique sont les domaines les plus fréquentés. Les arts plastiques font l'objet de quelques chefs-d'œuvre, notamment pour la décoration de classes ou de locaux communautaires. L'audio-visuel fait l'objet de trop rares réalisations actives, là seulement où des institutions (C.R.D.P., actions du C.N.A.A.V., vidéobus Jeunesse et Sports...) peuvent fournir des animateurs qualifiés et des appareils. Les archives sont plus fréquentées : soit pour des recherches faites par les jeunes (et l'on trouve là l'occasion de transformer l'enseignement de l'histoire) soit pour y visiter des expositions. Il est à noter que plusieurs groupes ont consacré leur 10 % à constituer des archives sonores ou écrites, en recueillant, de la bouche de vieux conteurs, des vestiges de la tradition régionale orale. Peut-être les archives pourraient-elles accueillir ces documents. L'architecture et l'environnement, malgré le goût très vif de la jeunesse pour ces questions, sont victimes du manque de formation des éducateurs : c'est dire l'intérêt d'une action concertée, entre les personnels régionaux de l'Education et de l'Architecture pour une vaste opération d'éducation populaire comme celle qui a pour thème : « Habiter l'Aquitaine ». Si les fouilles archéologiques font l'objet de « chantiers » organisés par des associations de jeunes, peu nombreuses sont les initiatives scolaires en ce domaine.

Apprendre le chemin des institutions culturelles

Cependant, l'étude menée par *Education et développement* souligne l'intérêt de ces « apprentissages culturels » auxquels se livrent les jeunes en agissant par eux-mêmes :

en réalisant des documents, en coopérant avec l'Inventaire des richesses artistiques, en participant à un chantier de fouilles. Les jeunes aiment à découvrir en agissant, en étant des acteurs, en étant utiles. Il est intéressant de privilégier ces démarches dans lesquelles les enseignants consentent à jouer, non le rôle d'instructeurs, mais de médiateurs : et c'est bien là l'un des rôles culturels de l'école qui est d'œuvrer pour que les jeunes apprennent le chemin des institutions culturelles afin qu'ils continuent de les fréquenter lorsqu'ils auront, normalement, perdu le chemin de l'école.

Mais la mise en œuvre de ces opérations conjointes pose un certain nombre de problèmes, tant au plan des relations, de l'information qu'au plan matériel et financier. En se fondant sur l'observation des tentatives déjà réalisées çà et là avec succès, *Education et développement*, au terme de cette étude, propose deux séries de mesures complémentaires.

Pour promouvoir et coordonner les efforts : des conseils d'éducation culturelle

Etant donné le rôle important joué, sur le plan de la coordination et de l'information par les Centres régionaux et départementaux de documentation pédagogique, il serait opportun de renforcer systématiquement cette action en créant dans chaque département un *Conseil d'éducation culturelle* qui réunirait, avec des élus et des personnalités locales, l'inspecteur d'Académie, les directeurs de l'Architecture, des Musées, du Conservatoire de musique, de la maison de la culture, des Archives départementales etc... Ce Conseil, dans lequel devrait siéger des représentants des enseignants, des parents, des élèves, aurait le

(suite page 4)

(1) On peut se procurer ces deux numéros au siège de la revue, 11, rue de Clichy, 75009 Paris. Chaque n° : 9 F C. C. P. Paris 11. 906. 09.

Publications récentes sur l'animation et les animateurs

- Animation (L') en milieu urbain — *Pour*, déc. 1975, n° 45, 84 p.
- Animation socio-culturelle — Conseil de l'Europe, *Bulletin d'information*, décembre 1975, 128 p.
- BARTHEZ (Jean-Claude) — Les publics de l'animation : leur constitution — *Cahiers de l'animation*, 3^e trim. 1975, pp. 3-19.
- BELLEVILLE (Pierre) — Animation, pour quelle vie sociale ? — Paris, Tema, 1974, 141 p.
- Clarifier les objectifs, évaluer les résultats pour animer — Documents de l'INEP, s. d., 145 p., Compte rendu du colloque INEP-INPSA, Marly-le-Roi, 24-26 mai 1973.
- COENEN-HUTTER (Josette) — Etude des associations à La Chaux-de-Fonds — Bruxelles, JEB-Point n° 2/75, 85 p. (1).
- CRETEUR (Micheline) — Cinéma et animation culturelle — Bruxelles, JEB-Point, n° 2/75, 124 p. (1).
- Etudes sur le certificat d'aptitude à la promotion des activités socio-éducatives (CAPASE) — Documents de l'INEP, n° 15, série Etudes et recherches, janvier 1975.
- Fonds de Coopération de la Jeunesse et de l'Education Populaire (FONJEP) — Unité et diversité de la fonction d'animateur socio-éducatif, Paris, Fonjep, 1974, 60 p.
- FOUCHE (Jean-Jacques) — L'animation. Approche des différentes conceptions de l'animation dans des établissements de la décentralisation culturelle — *Atac-Informations*, n° 62, nov. 1974, pp. 23-27.
- GUERIN (Chantal) — A propos du CAPASE — *Cahiers de l'animation* n° 7, 1^{er} trim. 1975, pp. 1-17.
- Institut National de Développement et d'Aménagement Rural (INDAR) — Actions d'animation au développement en milieu rural — Paris, INDAR, mars 1975.
- INGBERG (Henry) — Former des animateurs socio-culturels en milieu populaire — Bruxelles, JEB-Points, n° 1/75, 59 p. (1).
- Ligue Française de l'Enseignement et de l'Education Permanente — Animation et animateurs — Paris 1975, 146 p.
- MANGENOT (Marc) — Des animateurs se rebiffent — Paris, Ed. Universitaires, 1973, 175 p.
- MANGOT (Thérèse) — L'action culturelle à Grenoble — Bruxelles, JEB-Points, n° 3/75, 82 p. (1).
- Métier (Le) d'animateur — *ADRAC*, dossiers n° 24 et 25, mai et sept. 1974, 2 vol.
- OBERTI (Annie) - GELIN (Jeanne) - DROUARD (Hervé) — Quelques animateurs municipaux et leur municipalité — Marly-le-Roi, Documents de l'INEP, n° 17 1975, 68 p.
- POUJOL (G.) - ROMER (M.) — Les stagiaires des centres de formation professionnelle d'animateur — Marly-le-Roi, Documents de l'INEP, n° 19, 1976, 50 p.
- Pour la diffusion des innovations en milieu rural — *Pour*, n° 40, 1975.
- Problèmes d'animation culturelle — *Administration*, mars 1975, n° 87, pp. 38-58.
- SIMONOT (Michel) — Les animateurs socio-culturels, étude d'une aspiration à une activité sociale — Paris, PUF, 1974, 239 p.
- THERY (Henri) — Animation et planification — *Recherche sociale*, juil. - sept. 1975, n° 55, 48 p.

(1) Publication de la Direction générale de la jeunesse et des loisirs du Ministère de l'Education nationale et de la Culture française (Belgique).

Les 10 % et l'éducation culturelle

souci de promouvoir et de faciliter des apprentissages culturels ; organisation de concertation et de coordination, il serait susceptible de favoriser stages de formation et rencontres-bilan, de diffuser l'information etc.,

Pour aider au financement : un fonds départemental

Deuxième mesure, complémentaire de la première : créer un *fonds départemental d'Education culturelle* qui serait géré par le Conseil. Ce

fonds départemental serait alimenté en partie par le ministère de l'Education, en partie par les collectivités locales et par les contributions volontaires des particuliers (ce qui devrait pouvoir entraîner pour eux des déductions fiscales). Les crédits ainsi disponibles seraient répartis pour satisfaire les besoins exprimés par les actions concertées et qui dépassent les possibilités financières des établissements d'enseignement (surtout pour les petits établissements ruraux, éloignés des grands centres) ou des institutions culturelles (renforcement des services éducatifs des musées, des archives,

des monuments historiques ; financement des actions d'animation des comédiens dans les écoles etc...).

Ces deux institutions complémentaires pourraient faire l'objet de dispositions réglementaires. Mais elles peuvent aussi être mises en place dans le cadre d'associations selon la loi de 1901, dans la mesure où des citoyens sont conscients de l'intérêt qu'elles présenteraient. Des expériences, déjà préfigurées en certains départements, pourraient faire l'objet d'études monographiques et préparer une généralisation ultérieure.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat
d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. • Téléphone : 296.10.40

n° 31

Décembre 1976

REPÈRES

Le livre en 1975

21 969 titres édités en 1975

1974 = 20 374	1972 = 22 261
1973 = 23 013	1971 = 21 371

Les nouveautés représentent 46 % du total, les réimpressions 48 % et les nouvelles éditions 6 % ; mais si, par exemple, les livres de littératures sont à 59 % des nouveautés, ce n'est le cas que de 35 % des livres pour la jeunesse.

310 millions d'exemplaires en 1975

310 millions d'exemplaires ont été imprimés en 1975 ; les plus gros tirages sont les guides touristiques (31 613), les encyclopédies et les dictionnaires (24 255 en moyenne) suivis par les romans (22 033). Pour les autres catégories les tirages moyens sont de l'ordre de 15 à 18 000, à l'exception des Beaux-Arts et « beaux livres » (8 375), des livres scientifiques, techniques ou de sciences humaines (4 727 et 5 846 respectivement).

Chiffre d'affaires : 3 595 millions de francs

Il s'agit du chiffre d'affaires hors taxe des 406 éditeurs qui font un chiffre d'affaires annuel de plus de 100 000 F. Si la progression est de 19,8 % en francs courants par rapport à 1974 elle n'est que de 5,2 % en francs constants.

Chiffre d'affaires de l'édition (HT) en indice

	1971	1972	1973	1974	1975
F. courants...	100	112,5	119,9	133,4	159,8
F. constants...	100	106,4	108,8	107,8	113,4

Sources : Enquête annuelle sur l'édition réalisée par le Syndicat national de l'Édition, année 1975 - Cercle de Librairie - 1976 et Bibliographie de la France n° 30, 31, 32, 1976.

26 maisons d'édition

réalisent 60 % du chiffre d'affaires

Ces maisons ont un chiffre d'affaires annuel de plus de 30 millions. Les 226 maisons faisant un chiffre d'affaires annuel de moins de 2 millions ne réalisent que 4,6 % du chiffre d'affaires total.

L'évolution des prix

	1971	1972	1973	1974	1975
Indice livre SNE...	100	105,7	110,2	123,8	141,0
Indice général INSEE	100	106,2	113,9	129,6	144,8

Depuis 1971, les livres d'art et de sciences et techniques voient leur prix augmenter moins rapidement que la moyenne (41,0 %) : respectivement 25,7 % et 37,5 % d'augmentation ; livres scolaires (41,5 %) et populaires (41,6 %) sont dans la moyenne ; la progression est plus élevée pour les livres pour la jeunesse (44,1 %), la littérature (48,2 %) et les ouvrages religieux (64,6 %).

Une distribution diversifiée

On estime que les ventes au public se font pour 56 % par les libraires et grossistes, et pour 35 % par correspondance et par courtage. Les grandes surfaces absorbent 0,8 % des ventes des éditeurs.

Répartition du chiffre d'affaires de l'édition

« Littérature »	25,2 %
Encyclopédies, dictionnaires	19,1 %
Livres pratiques	12,6 %
Livres scolaires	12,2 %
Livres pour la jeunesse	8,7 %
Religion et sciences humaines	7,4 %
Beaux-Arts, « beaux livres »	6,8 %
Livres scientifiques, professionnels, techniques	6,5 %

Archives et animation culturelle : les services éducatifs

Au moment où l'un des programmes prioritaires du VII^e Plan (1976-1980) est consacré à « l'animation culturelle en milieu scolaire » et a pour but de permettre aux enfants « de mieux révéler leur personnalité », il est intéressant de noter la croissance régulière et le succès progressif des services éducatifs des archives.

Créés en 1950 aux Archives Nationales et dès 1951 dans les services départementaux d'archives, ces services éducatifs ont permis un renouvellement de l'enseignement de l'histoire en fondant celui-ci sur l'étude des documents originaux et en mettant l'accent sur l'histoire locale et les réalités économiques et sociales du passé. Grâce à cette action, l'histoire n'est plus un conte lointain, mais une approche vivante de la vie et des hommes des siècles précédents.

Aux Archives Nationales : le concours du jeune historien

A Paris le Service des Archives Nationales organise des visites commentées du Musée de l'Histoire de France ainsi que des expositions temporaires, par exemple : *Haussman, préfet de la Seine, Louis-Philippe, l'homme et le roi*. Ces visites s'accompagnent généralement de séances de cinéma scolaire à caractère pédagogique. Le service publie en outre des *pochettes de documents* (1).

Une autre initiative originale est la création en 1953 d'un concours annuel de « l'historien en herbe », actuellement « l'historien de demain ». Le but de ce concours est de donner aux jeunes de 14 à 19 ans le goût de la recherche historique ; le sujet du concours, qui donne lieu

(1) Quinze pochettes ont été conçues sur des sujets allant de la vie quotidienne au Moyen Age à la France de 1848 à 1851. Ces pochettes sont vendues aux établissements scolaires (12.000 depuis le début de l'année 1976).

à des expositions dans la plupart des services d'archives, doit être traité à partir des documents des Archives soit nationales soit départementales. Les thèmes sont assez larges pour permettre des recherches dans la France entière :

- en 1956, rédaction du journal de bord d'un capitaine français envoyé au Canada au XVII^e ou au XVIII^e siècle.
- en 1973, évocation de la vie d'un notable, commerçant ou artisan dans la seconde moitié du XVIII^e siècle.
- en 1974, relation des événements locaux des mois de mai et juin 1793.
- en 1976, rédaction d'une lettre à Necker sur le modèle des cahiers de doléances.

Après sélection par les Archives départementales, environ 300 copies parviennent au jury des Archives Nationales qui sélectionne les 25 meilleurs candidats, auxquels diverses récompenses sont solennellement remises.

Les services éducatifs des archives départementales

A la traditionnelle visite commentée des expositions organisées par le Service départemental des archives, se sont ajoutées au cours des dernières années des activités pédagogiques faisant appel à l'initiative des élèves.

Des travaux pratiques en groupes sont organisés au dépôt d'archives et permettent aux élèves de travailler sur des documents, des reproductions photographiques ou des projections d'images.

A l'intention des élèves des établissements situés hors du chef-lieu, sont organisées des *expositions itinérantes* ; mais le service éducatif produit aussi des *dossiers*, des *pochettes de documents*, des *mallettes pédago-*

giques dont les animateurs viennent présenter le contenu sur place ou qui servent à étayer l'enseignement des professeurs d'histoire.

Les thèmes des expositions, des travaux dirigés et des recueils sont toujours choisis afin que l'élève puisse acquérir une meilleure connaissance de l'histoire régionale, économique et sociale.

Les faits sont étudiés localement et replacés ensuite dans le contexte national. L'enfant a ainsi un contact direct avec les éléments de base de l'histoire et est plus en mesure d'en saisir les méthodes.

Quelques exemples de thèmes étudiés :

- L'alimentation en Flandre au XVIII^e siècle.
- Les industries de la Grande Lande au XIV^e siècle.
- Le Rhône, le fleuve et les hommes, du Moyen Age au XIX^e siècle.
- Le comté de Nice et le pays de Grasse à l'époque moderne.
- L'Yonne sous le Consulat et l'Empire.
- Découverte de la Savoie à travers cartes, plans, gravures et textes.

Service éducatif des Archives nationales

Année	Nombre d'élèves participant				Nombre d'expéditions de pochettes
	aux visites du Musée et au cinéma scolaire (nombre de groupes entre parenthèses)	au ciné-club	au concours de l'historien de demain	Total	
1956	10.410	600	90	11.100	2.560
1966	12.673 (505)	1.200	277	14.150	8.653
1969	17.970 (695)	1.000	339	19.309	13.772
1972	18.325 (634)	850	316	19.491	7.420
1975	19.682 (729)	450	239	20.371	11.903

Services éducatifs des Archives départementales

Année	Nombre de services éducatifs (1 par département)	Nombre d'élèves participant aux visites et travaux pratiques	Nombre de Publications	Nombre des expositions des Archives départementales (inclus celles des services éducatifs)
1956	16	15.923		
1966	42	32.965	10	29
1969	44	45.236	14	69
1972	54	59.622	29	32
1975	67	70.000	18	72

Les 10 % pédagogiques ont permis le développement de ces actions

Le développement régulier des services éducatifs depuis leur création (voir les tableaux) est dû en particulier à la mise à la disposition des services d'archives par le Ministère de l'Education d'enseignants, soit à temps complet (service éducatif des Archives Nationales), soit à temps partiel (2 à 8 heures dites de « décharge » par semaine suivant les départements) (2).

ANNEE SCOLAIRE	Nombre d'heures accordé annuellement par le Ministère de l'Education	Nombre correspondant de services	Moyenne d'heures par service
1953 - 1954	9	4	2,25
1956 - 1957	46	20	2,30
1975 - 1976	200	72	2,77
1977 - 1978 (prévision)	400	95	4,21

Une autre mesure du Ministère de l'Education a favorisé le développement des activités des services éducatifs : la libération en 1973 de 10 % de l'horaire scolaire pour des activités d'éveil choisies librement par les enseignants et les élèves.

Dans le cadre des opérations 10 % ont été par exemple réalisées des monographies de villages, des recueils de contes populaires en patois issus de la tradition orale et

(2) Une récente circulaire du Ministère de l'Education en date du 29 mars 1976, en prévoyant le doublement en deux ans du nombre des heures de décharge, devrait permettre leur généralisation prochaine à l'ensemble de la France.

constituant une sorte d'archivage sonore dont la richesse encore inexploitée pourrait utilement compléter les productions écrites.

Les services éducatifs sont un des pôles d'attraction de la vie culturelle des départements

Peu à peu, les activités des services éducatifs se sont diversifiées et élargies : leurs expositions se sont ouvertes au public non scolaire. Les maîtres et élèves-maîtres de l'enseignement primaire sont venus apprendre à utiliser le document historique comme auxiliaire d'enseignement, les étudiants à se familiariser avec les sources dont ils auraient à se servir.

Si l'on peut regretter que peu de services aient participé à des émissions de télévision scolaire ou régionale, la plupart sont de véritables noyaux de la vie culturelle au sein des départements : organisation des réunions des sociétés d'histoire, préparation d'expositions dans des établissements d'enseignement mais aussi dans des organismes tels que les chambres de commerce ou les syndicats d'initiative (départements du Loiret et d'Indre-et-Loire).

Des actions de plus grande envergure ont été tentées : mise en commun des moyens des différents services éducatifs d'une ville (essai à Orléans en 1975), opération d'animation culturelle conjointe dans le cadre du FIC (Fonds d'intervention culturelle) : à Bourges en 1974, action concomitante de l'Ecole nationale de musique, de la maison de la culture, du centre départemental de documentation pédagogique et du service éducatif des archives.

Même si ces tentatives n'en sont qu'aux prémices, elles débouchent sur un vaste champ d'actions nouvelles, que l'utilisation des techniques modernes devrait encore élargir.

QUELQUES PUBLICATIONS RÉCENTES SUR LA MUSIQUE

- BEAUD (Paul), WILLENER (Alfred) — *Musique et vie quotidienne* — Paris, Mame, 1973, 272 p.
- BRIGUET (Michel) — *La musique n'appartient plus aux bien-pensants* — In *Preuves*, n° 19, Automne 1974, pp. 93 - 104.
- CHEVASSU (François) — *La haute fidélité : culture ou consommation* — In *Pourquoi* n° 102, déc. 1974, pp. 68 - 79.
- Direction (La) de la musique. Dossier — In *Musique en Jeu*, n° 23, avril 1976, pp. 2 - 40.
- Eléments pour une recherche musicale — In *Musique en Jeu* n° 10 et 19, avril et juin 1975, 120 p. et pp. 6 - 185.
- Enfants (Les) et les disques, l'Équipement musical des ménages français, les Festivals et leur public, les Pratiques musicales des français — *Développement Culturel*, nos 17, 24, 26 et 28.
- GAGNARD (Madeleine) — *L'initiation musicale des jeunes* — Préface de Iannis XENAKIS — Tournai, Casterman, 1971, 140 p.
- GUIBART (Cécil) — *Le public de la discothèque de prêt de Massy* — In *Lecture et Bibliothèques*, n° 30, avril - juin 1974, pp. 31 - 42.
- JANIN (Pierre) — *L'enseignement musical en France. Enquête autour du Congrès de Besançon* — Paris, Office de Radiodiffusion Télévision Française, s. d., 74 p., Graph.
- Jeunes (Les) et la profession musicale — Bruxelles, Ministère de l'Éducation Nationale et de la Culture française, 1973, 23 p., tabl.
- LACHERTOVA (H.) — *Les concerts pour les enfants dans les écoles maternelles en Pologne* — In *Pédagogie*, n° 10, déc. 1975, pp. 41 - 49.
- LANDOWSKI (M.) — *La nouvelle politique musicale scolaire* — In *Groupes de Recherche Pédagogique en Éducation Musicale de l'Académie de Grenoble*, Bull. n° 6, 1976, 30 p.
- LARTIGOT (Jean-Claude), KPROGIS (Eric) — *Libérer la musique* — Paris, Ed. Universitaires, 1975, 167 p.
- LATTUADA (Bianca) — *La diffusion de la musique parmi les jeunes de la communauté, Bruxelles, Communautés européennes, 1974, II, 31 p.*
- LEFORT (Bernard) — *Le chant actuellement en France et la nécessité de la réorganisation des études de chant* — In *L'Éducation Musicale*, n° 228, mai 1976, pp. 16 - 18.
- Musique, art lyrique, danse — Paris, Ministère de l'Éducation, Secrétariat d'État aux Universités, 1975, 64 p., photos — In *Cahiers de l'ONISEP*, n° 3, juillet 1975.
- Musique (La) en projet — Paris, Gallimard/IRCAM, 1975, 213 p.
- Musique (La) et les cultures musicales — In *Cultures*, n° 3, 1974, 252 p.
- Musique pour tous — In *La Documentation Française illustrée*, n° 279, juin 1973, 96 p.
- NARBAITS (M.) — *L'éducation musicale dans les écoles maternelles en France et à l'étranger* — In *Pédagogie*, n° 10, déc. 1975, pp. 29 - 40.
- Pour une expérience d'animation musicale de longue durée — In *Musique en Jeu*, n° 18, avril 1975.
- Professions de la musique, de l'art dramatique et de la danse — Paris, Nérét, 1975, 55 p.
- RACLOT (M.) — *Les jeunes d'Autun et la musique* — Saint-Etienne, Fédération Nationale des Centres Culturels Communaux, 1973, 89 p.
- Réalisations et perspectives de la Direction de la musique, de l'art lyrique et de la danse — In *Notes d'Information du Secrétariat d'État à la Culture*, n° 23, 1^{er} trim. 1974, pp. 1 - 75.
- ROSENFELD (Edmond) — *Le Centre national de création et d'animation musicales* — In *Atac Informations*, n° 41, mai 1972, pp. 6 - 7.
- Une nouvelle approche de la recherche musicale en France : L'IRCAM — (Institut de Recherche et de Coordination Acoustique / Musique) — In *2000*, 2^e trim. 1975, pp. 9 - 10.
- Une politique de l'Éducation nationale — Résumé des décisions du Ministère de l'Éducation et de la Conférence de presse donnée par M. Landowsky. In *L'Éducation Musicale*, n° 227, avril 1976, pp. 4 - 6.
- Vie (La) d'artiste — Du mythe à la réalité — Paris, Epi, 1975, 208 p.

Une nouvelle publication

CAHIERS DE L'ANIMATION MUSICALE
n° 1 octobre 1976

Cette nouvelle revue publiée par le Centre national d'animation musicale se veut une tribune ouverte à tous ceux qui cherchent à établir de nouveaux rapports entre créateurs, interprètes et auditeurs, à ceux qui s'efforcent d'ouvrir à la musique de nouveaux publics. Ce premier numéro rend compte d'expériences très intéressantes : musique dans la ville de Paris, l'Île de la Vieille Musique en Alsace.

Se procurer : C. E. N. A. M.
6, avenue Pierre 1^{er} de Serbie, 75116 Paris, tél. 720-83-19

Source : Les présents repères provenant d'une bibliographie plus complète sur la musique que l'on peut se procurer au Centre d'information et de documentation socio-culturelle de Grenoble. Ce centre créé il y a 3 ans à l'initiative de la Ville rassemble des informations dans les domaines culturels et socio-culturels et est au service des élus, des animateurs, des travailleurs sociaux.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 296.10.40

n° 32

Janvier 1977

REPÈRES

CONSOMMATIONS CULTURELLES 1960 - 1975

Une nouvelle répartition des consommations culturelles

Au cours des 15 dernières années les Français ont consacré une part croissante du budget familial à des dépenses de culture et de loisirs, l'expression étant prise ici dans son sens le plus large. Mais cette évolution a touché très inégalement les différents secteurs de la vie culturelle, et derrière le mouvement général d'accroissement de la consommation on voit se dessiner aussi bien la désaffection de certaines pratiques que des progressions rapides (1).

A travers ces déplacements de la consommation dans le champ culturel, c'est sans doute une redistribution progressive entre les pratiques culturelles « classiques » qui s'amorce sous l'effet de la modification des modes de vie.

SORTIES : SPECTACLES EN BAISSÉ ET VISITES EN HAUSSE

	ANNEE	NOMBRE D'ENTRÉES	EVOLUTION
Musées nationaux	1960	3 375 000	+ 150 %
	1974	8 545 000	(en 15 ans)
Monuments hist. dépendant CNMH	1968	3 869 000	+ 33 %
	1975	5 174 000	(en 8 ans)
Lyrique Opéra de Paris	1961	306 000	+ 0 %
	1976	297 000 (1)	(en 16 ans)
Opéras de Province	1961	860 000	— 10 %
	1976	772 000	(en 16 ans)
Théâtres nationaux	1965	1 328 000	— 40 %
	1975	801 000	(en 10 ans)
privés	1961	3 070 000	— 39 %
	1974	1 887 000	(en 14 ans)
décentralisés	1965	1 339 000	— 20 %
	1975	1 084 000	(en 11 ans)
Cinémas	1960	373 000 000	— 50 %
	1975	182 000 000	(en 16 ans)

(1) non compris les spectacles donnés dans la cour carrée du Louvre.

Les entrées dans les lieux voués à la *conservation* culturelle, c'est-à-dire dans les musées nationaux et les monuments historiques, progressent fortement (mais quelle est la part des touristes étrangers ?), tandis que les activités de *diffusion* culturelle connaissent une période difficile : la fréquentation des spectacles lyriques stagne depuis une quinzaine d'années ; quant aux divers spectacles « dramatiques » en salle (théâtre et cinéma), ils subissent une hémorragie qui peut atteindre jusqu'à 50 % de leur public (perte enregistrée par le cinéma au cours des 15 dernières années, malgré une stabilisation

du nombre de spectateurs depuis 1974). Dans le même temps, le taux d'équipement des ménages en téléviseurs passait de 13 % en 1960 à 85 % en 1976.

PRODUCTION EN SÉRIE ET DIFFUSION CULTURELLE

			EVOLUTION
Livres	Nombre	- 1961 : 179 000 000	
	exemplaires	1975 : 310 000 000	+ 73 %
	Nbre titres	- 1961 : 11 878	
		1975 : 21 969	+ 85 %
Disques	Nombre	- 1960 : 27 600 000	
	exemplaires	1974 : 130 000 000	+ 370 %
	Nbre titres	- 1961 : env. 8 500	
		1974 : env. 8 500	+ 0 %
Quotidiens	Nombre	- 1961 : 3 874 000 000	
	exempl. (1)	1974 : 3 736 000 000	— 3,5 %
	Nbre titres	- 1961 : 192	
		1974 : 156	— 19 %

(1) Tirage annuel total.

La consommation de disques a presque quadruplé en volume, alors que le nombre de titres correspondant ne variait pratiquement pas. La consommation de livres pour sa part a suivi une croissance moins rapide mais plus équilibrée : à l'augmentation du nombre d'exemplaires achetés a correspondu une augmentation équivalente du nombre de titres proposés.

La presse quotidienne, par contre, ne parvient pas à retrouver son niveau d'il y a 15 ans ; sa stagnation apparente constitue même une régression puisque dans le même temps le nombre de Français d'âge adulte, c'est-à-dire de lecteurs potentiels, a augmenté, et le nombre de titres a diminué, représentant une restriction du choix offert aux lecteurs.

Une nouvelle répartition des consommateurs ?

Des enquêtes récentes montrent que l'augmentation du volume global de la consommation culturelle traduit principalement un accroissement de la consommation de ceux qui consommaient déjà, ainsi que l'accession à la consommation de personnes se recrutant dans les mêmes milieux, plutôt que l'accession de nouvelles couches sociales à des pratiques qui leur étaient jusque là étrangères.

(1) L'étude des évolutions de la vie culturelle sur une longue période été rendue possible par les travaux effectués au Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture pour constituer un annuaire statistique de la culture 1960 - 1974, dont la mise à jour (1970 - 1974) va paraître prochainement.

Le VII^e Plan et la culture

DEFENDRE LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

OBJECTIFS

- Poursuivre l'action engagée pour « mettre hors d'eau » les œuvres du passé, même récent, qui présentent un intérêt historique et architectural.
- Restaurer un plus grand nombre d'édifices, notamment ceux qui sont susceptibles d'accueillir des activités d'intérêt collectif, afin de les réintroduire dans la vie contemporaine.
- Mieux mettre en valeur les monuments les plus prestigieux qui constituent des foyers de rayonnement artistique et culturel et des centres d'attraction touristique.

CONTENU

Le regroupement des œuvres d'art les plus précieuses sera intensifié, notamment pour mieux les protéger contre le vol.

La restauration portera à la fois sur de grands monuments historiques et sur des bâtiments destinés à abriter des activités culturelles ou de loisirs (musées, centres de rencontre...). Ces actions s'accompagneront de la restauration de nombreux objets mobiliers, permettant ainsi le développement des métiers d'art.

Des mesures réglementaires et financières seront prises pour inciter les propriétaires privés à mieux conserver et entretenir le patrimoine et aider les petites communes les plus démunies.

ORGANISATION

Ministère chef de file : Secrétariat d'Etat à la Culture.

DEVELOPPER L'ACTION SOCIALE VOLONTAIRE

OBJECTIFS

- Appuyer l'effort des citoyens qui prennent l'initiative de s'unir pour contribuer de manière désintéressée, à répondre à certains besoins sociaux.
- Aider les associations de gestion, dès lors qu'elles participent directement à des tâches d'intérêt général et qu'elles sont de ce fait reconnues par les ministères concernés (Santé, Justice, Jeunesse et Sports).

CONTENU

Les actions retenues visent à faciliter la participation des bénévoles, à apporter un soutien technique aux associations et à améliorer leurs conditions de financement. Elles exigent moins la création de nouveaux investissements que l'élargissement des possibilités offertes par les équipements existants : par exemple, les centres d'information, dont la création est proposée, pourront fort bien fonctionner dans un bureau d'aide sociale ou une maison de jeunes.

ORGANISATION

Ministères chefs de file :
Ministère de la Santé, Secrétariat d'Etat à l'Action sociale.

Autres ministères participants :
Ministères de l'Intérieur, de la Justice, du Travail.
Secrétariat d'Etat auprès du Ministre chargé de la Qualité de la Vie (Jeunesse et Sports).
Secrétariat d'Etat à la Culture.

L'ANIMATION CULTURELLE EN MILIEU SCOLAIRE

OBJECTIFS

- Doubler le nombre des élèves touchés par des actions d'animation culturelle en milieu scolaire pour développer leurs capacités d'expression en faisant appel à leur imagination et à leur sensibilité.

CONTENU

Les actions, qui supposent la venue à l'école de personnes extérieures, seront coordonnées dans les académies par des conseillers placés auprès des recteurs.

Elles feront appel à l'ensemble des disciplines culturelles comme le théâtre, la musique, l'expression corporelle, les arts plastiques ou l'audio-visuel. Le Fonds d'intervention culturelle continuera à y participer, notamment dans les domaines les moins explorés jusqu'ici. Enfin, la formation initiale et continue des maîtres sera adaptée à ce type d'actions.

ORGANISATION

Ministère chef de file : Ministère de l'Education.

Autres ministères participants :

Ministère de l'Agriculture.

Secrétariat d'Etat auprès du Ministre de la Qualité de la Vie (Jeunesse et Sports).

Secrétariat d'Etat à la Culture.

Coopération interministérielle en faveur de la culture :

Six programmes d'action prioritaires

Un des traits originaux du VII^e Plan réside dans une « programmation, partielle mais impérative, des financements publics », dont l'ensemble constitue des programmes d'action prioritaires, « calculés pour appliquer efficacement et durablement les principales options du Plan ». Conçus et mis au point à la suite d'une consultation des régions, ils représentent un effort particulier de coopération interministérielle. Un ministère chef de file est désigné dans chaque cas pour assurer la coordination entre les administrations participantes. Ces programmes représentent « des actions que le Gouvernement entend mener à bien d'ici 1980, grâce à l'engagement ferme de financement qu'ils comportent ».

A travers la définition de certaines actions apparaît la volonté du Secrétariat d'Etat à la Culture de coordonner son action administrative avec d'autres ministères en vue de la rendre plus efficace, pour atteindre deux objectifs fondamentaux au regard de la mission qu'il entend assumer : **améliorer la protection de notre cadre de vie, et favoriser le développement culturel de la population.** Ces objectifs s'inscrivent dans la politique d'ensemble du VII^e Plan : promouvoir, de façon coordonnée, croissance, qualité de la vie et réduction des inégalités sociales.

Les rapports du groupe Culture et le VII^e Plan de développement économique et social 1976 - 1980 sont en vente à la Documentation Française, 29/31 quai Voltaire, 75340 Paris.

LES EQUIPEMENTS CULTURELS DANS LES VILLES NOUVELLES

Il est nécessaire d'assurer la cohérence entre la construction des logements et l'implantation des services collectifs. L'Etat apportera la part de financement qui lui incombe dans la réalisation des équipements des villes nouvelles : infrastructures (acquisitions foncières, voirie primaire, voiries locales, viabilité secondaire des zones d'aménagement concerté, gares ferroviaires, réseaux urbains) et équipements de superstructure les plus importants (équipements scolaires du 1^{er} et 2^e degré, sportifs, culturels, sanitaires et sociaux).

ORGANISATION

Ministère chef de file : Premier Ministre (Secrétariat général du groupe central des villes nouvelles) ;

Autres ministères participants :
Ministères de l'Intérieur, de l'Education, de l'Equipement, de la Qualité de la Vie (Jeunesse et Sports).
Secrétariat d'Etat aux Transports, Secrétariat d'Etat aux Universités, Secrétariat d'Etat à la Culture.

REHABILITER L'HABITAT ANCIEN EN MILIEU RURAL

OBJECTIFS

- Améliorer le confort de l'habitat rural.
- Mieux protéger les sites et les paysages.

CONTENU

L'effort portera sur l'amélioration d'environ 110 000 logements ruraux. Des opérations groupées de restauration du patrimoine architectural seront effectuées sur 100 villages.

En outre, des mesures de protection seront prises pour contrôler le développement des résidences secondaires : définition plus stricte des terrains à bâtir ; création de zones de protection des paysages, destinées à préserver les bâtiments anciens de qualité et assurer la bonne insertion des constructions neuves dans les paysages.

ORGANISATION

Ministère chef de file : Ministère de l'Intérieur.

Autres ministères participants :
Ministères de l'Agriculture, de l'Equipement, de la Qualité de la Vie, Secrétariat d'Etat à la Culture.

MIEUX VIVRE DANS LA VILLE

OBJECTIFS

- Faciliter le maintien sur place des habitants les plus modestes et mieux protéger le patrimoine architectural dans les opérations d'aménagement urbain.
- Améliorer le confort des logements des ménages les plus défavorisés et les services collectifs mis à leur disposition.
- Offrir, à proximité des villes, des possibilités plus grandes de loisirs en aménageant une vingtaine de bases de plein air nouvelles.

CONTENU

- 1 — Amélioration du tissu urbain et des logements existants.

Un effort important sera engagé dans quatre domaines :

- mise en valeur des sites urbains anciens par des opérations de traitement de l'habitat ancien (restauration, secteurs sauvegardés) et par des opérations d'aménagement (rénovation, résorption de l'habitat insalubre), plus modestes et soigneusement intégrées à l'environnement ;
- amélioration des logements anciens : 120.000 logements du parc privé et 60.000 logements du parc public ;
- acquisition, pour les restaurer à des fins sociales, de 15.000 logements anciens du parc privé ;
- prise en compte, lors de ces opérations, des exigences de qualité architecturale et de développement des espaces publics aménagés (espaces verts, parcs urbains).

- 2 — Amélioration des services collectifs de voisinage.

La protection sociale des ménages les plus défavorisés sera assurée par un accroissement du nombre des assistants de service social, sur la base de secteurs de 5.000 habitants.

Par ailleurs, dans cinquante zones urbaines situées le plus souvent à la périphérie des grandes agglomérations, et qui présentent des signes de dégradation et de pauvreté sociale et culturelle, des opérations coordonnées d'amélioration du logement et des services collectifs seront conduites avec l'aide de l'Etat. Ces opérations comprendront des interventions dans de nombreux domaines et porteront à la fois sur le confort du logement, sur la construction d'équipements et sur les moyens d'un meilleur fonctionnement des services publics.

ORGANISATION

Ministères chefs de file : Ministère de l'Equipement et de la Santé (Action sociale).
Autres ministères participants :

Ministères de l'Economie et des Finances, de l'Education, de la Qualité de la Vie, Secrétariat d'Etat à la Culture.

action culturelle en milieu scolaire

Actions auprès du public scolaire menées en liaison avec le ministère de l'Éducation par :
les Archives de France ; le Service des Fouilles et Antiquités ; les Musées de France ; l'Inventaire général ; la Caisse Nationale des Monuments Historiques ; *Bulletin d'information du Secrétariat d'État à la Culture*, n° 69, 15 décembre 1975, pp. 18-22.

A la Recherche des enseignements artistiques — *L'Éducation*, n° 215, juin 1974, pp. 10-28. (articles de P. VIANNAY, G. ANTOINE, J. M. COLIGNON).

BRENER (Noor-Zade) — L'enfant et la création artistique. — Paris, Seghers, 1975.

L'école et / ou culture. — *L'Éducation*, nos 275-276, n° spécial, 18 mars 1976, pp. 11-48.

L'Éducation artistique. Dossier. — *L'École et la Nation*, n° 260, avril 1976, pp. 45-68.

FABRE (Marcel) — Les activités manuelles : moyen de ségrégation ou élément de la culture ? — *L'École et la Nation*, n° 245, nov. 1974, pp. 37-40.

FONTANEL - BRASSART (Simone) — ROUQUET (André) — L'éducation artistique. — Paris, Larousse, 1974, 224 p.

JEANGUILLAUME (Monique) — L'enseignement artistique à l'école primaire. — Paris, INTD, 1975, 42 p. (Mémoire INTD, session 1974-75).

Spécial « enfants ». — *ATAC - Informations*, n° 72, déc. 1975, pp. 1-46.

ARTS PLASTIQUES

BOUVET de MONVEL (A. M.) — Pour un enseignement des arts plastiques et visuels. — Paris, Editions E. S. F. 1975, 152 p.

CLERO (Claude) — Les activités plastiques pour l'école et les loisirs. — Paris, Colin-Bourrelle, 1975.

CLERO (Claude) — L'enseignement du dessin. — *L'École et la Nation*, n° 245, nov. 1974, pp. 34-36.

Des enfants parlent d'art aux enfants. — Cannes, Coopérative de l'enseignement laïc, 1975. (Coll. « Bibliothèque de travail », n° 807).

FONTANEL - BRASSART (Simone) — Comment éduquer par l'art. — *L'Éducation*, n° 249, juin 1975, pp. 19-22.

GAZEAU (M. T.) — L'enfant et le musée. — Paris, Ed. Ouvrières, 1974, 189 p.

MUSIQUE

Les activités musicales en milieu scolaire. — *Bulletin d'information, Académie d'Orléans-Tours* juin 1974, n° 6, pp. 1-4.

BUSTARET (Anne) — L'enfant et les moyens d'expression sonore. — Paris, Editions Ouvrières, 1975, 160 p.

MANNONI (Gérard) — L'enseignement de la musique. — *Harmonie* n° 101, nov. 1974, pp. 30-45.

NARBAITS (Maddalen) — L'éducation musicale dans les écoles maternelles en France et à l'étranger. — *Pédagogie*, n° 10, déc. 1975, pp. 29-40.

PORCHER (Louis) - BLOT (Bernard) - LE MOUËL (Jean-François) — L'enfant et les techniques sonores. — Paris, Colin, 1975, 192 p.

Théâtre musical à l'école. A Colmar, une expérience d'animation et un Opéra pour enfants par l'Atelier du Rhin. — *ATAC Informations*, n° 64, janv. 1975, p. 33

THEATRE

DASTE (Catherine) - JENGER (Yvette) - VOLUZAN (Josette) — L'enfant, le théâtre et l'école. — Paris, Delachaux - Niestlé, 1975, 120 p.

LANGLOIS (Pierre) — animateurs et comédiens à la recherche de l'école. — *Pourquoi*, n° 105, mars-avril 1975, pp. 55-71.

MAGNAN (Jean) — Théâtre dans l'école : En parlant de la pomme. — *TEP, Actualité*, n° 91, février 1974, pp. 8-9.

MONVILLE (Michel) - BIGATA (Stéphane) — Animation théâtrale au cours moyen. — *Cahiers pédagogiques*, n° 139, déc. 1975.

10 %

ADER (François) — Trois jours d'activité du 10 %, après une journée préalable de consultation. — *Pédagogie*, n° 1, janv. 74, pp. 53-76.

ASSOCIATION PRESSE INFORMATION JEUNESSE (A.P.I.J.) — La presse à l'école. Les 10 % à Rueil. — Paris, Cerf, 1974, 108 p.

BEIS (Gabriel) — Travail indépendant et 10 % — *Amis de Sèvres*, n° 3, 1974, T. 76, pp. 89-95.

Chronique des 10 %. Problèmes d'organisation. — *Cahiers Pédagogiques*, n° 125, juin 1974, pp. 17-30.

Enquête sur les 10 % — *Cahiers Pédagogiques*, n° 121, février 1974, pp. 18-34.

I. N. R. D. P. — Les 10 % et documents pour les 10 %. — Paris, I.N.R.D.P., 1974, 2 fasc.

JOSEPH (Brigitte) — Bilan des 10 % dans l'enseignement secondaire. — *Projet*, n° 92, février 1975, pp. 197-205.

La lecture vivante : une façon d'utiliser les 10 % pédagogiques. — *Bibliographie de la France*, n° 10, mars 1974, pp. 286-288.

RAILLON (Louis) - LEMIRE (Jacques) - SIMONY (Nadia) — L'aventure pédagogique du 10 % — *Éducation et développement*, nos 108 et 109, mars, avril, mai 1976.

TRICOT (Michel) — Les 10 % au banc d'essai. — *Pourquoi*, n° 103, janv. 1975, pp. 13-25.

VIEL (Jacques) — Les 10 %, un an après. — *Pédagogie*, nos 2-3, fév.-mars 1974, pp. 146-153.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléphone : 296.10.40

n° 33

Avril 1977

REPÈRES

La vie associative

Un peu plus d'un français sur quatre fait partie d'une association

28 % des français font partie d'une ou plusieurs associations, qu'elles soient artistiques, politiques, religieuses, éducatives, etc... (1).

Paradoxalement, alors que l'on voit fleurir depuis quelques années une multitude d'associations de toutes sortes, le nombre de personnes qui les constituent ne semble pas avoir varié depuis dix ans : une enquête réalisée par l'INSEE en 1967 les évaluait déjà à 27,8 % de la population (2).

Ce *statu quo* apparent cache en fait des évolutions en profondeur : la proportion d'adhérents à des associations est en effet aujourd'hui sensiblement plus forte chez les jeunes de 15 à 24 ans, et moins forte chez les 40 à 60 ans, qu'elle ne l'était en 1967.

Adhérents, militants et responsables

L'adhésion à une association n'implique pas nécessairement une réelle participation. Près de la moitié des adhérents ne participent pas, ou irrégulièrement, aux activités des associations dont ils sont membres (2) :

— appartient à une association	27,8 %
dont : y exercent des responsabilités..	4,5 %
- y participent régulièrement...	6,7 %
- y participent irrégulièrement..	4,9 %
- ne participent pratiquement pas	11,7 %
— n'appartiennent pas à une association.	72,2 %
Total.....	100,0 %

De manière générale, la participation active diminue nettement à partir du mariage, qui s'accompagne d'une redistribution des activités, et en particulier de l'abandon d'un certain nombre de celles qui sont pratiquées à l'extérieur du foyer.

L'exercice de responsabilités est d'autant plus fréquent que l'on s'élève dans l'échelle sociale et dans l'échelle des diplômes (un adhérent sur trois appartenant au milieu cadre supérieur exerce des responsabilités dans son association, contre un adhérent sur 10 en milieu ouvrier). La vie associative ne constituerait donc pas nécessairement l'amorce de la contre-société qu'on veut souvent y voir, et reproduirait en partie des hiérarchies qui prévalent dans le monde socio-professionnel.

Des joueurs de pétanques aux parents d'élèves

L'activité des associations s'étend aux domaines les plus divers de la vie quotidienne. On peut les regrouper en un certain nombre de catégories, dont l'audience dans la population est sensiblement différente (1) :

Proportion de personnes faisant partie d'une association

— Sportive	9,9 %
— Syndicale.....	3,6 %
— Culturelle (institutions d'animation culturelle, adhésion à des organismes de spectacles, sociétés savantes, etc...).....	3,2 %
— Artistique (pratique de la musique, de la peinture, etc...)	2,3 %
— Parents d'élèves	2,2 %
— Religieuse	2,0 %
— Educative (mouvements de jeunesse)	0,9 %
— Politique	0,7 %
— Autres associations	2,9 %

Si certaines caractéristiques de l'adhésion sont communes à la plupart des catégories d'associations (les hommes y sont plus nombreux que les femmes - deux fois plus en moyenne sur l'ensemble des associations), on relève cependant un certain nombre de spécificités propre à chacune d'entre elles :

Le taux d'adhésion chute vertigineusement avec l'âge en ce qui concerne les associations sportives, tandis qu'il atteint son maximum entre 30 et 60 ans pour les syndicats, entre 20 et 25 ans pour les associations culturelles et entre 15 et 20 ans pour les associations artistiques.

Les membres des classes supérieure et moyenne, mais aussi les agriculteurs sont dans l'ensemble le plus touchés par le phénomène associatif. Plus précisément, c'est chez les ouvriers qualifiés et les agriculteurs que le taux d'adhésion à un syndicat est le plus élevé, chez les cadres supérieurs et les professions libérales pour les associations culturelles, et dans les classes moyennes pour les associations artistiques.

(1) Enquête « pratiques culturelles des français » réalisée pour le Secrétariat d'Etat à la Culture auprès d'un échantillon représentatif de 2.000 personnes âgées de 15 ans et plus - 1974.

(2) Enquête « Comportements de loisirs des français » réalisée par l'INSEE auprès d'un échantillon représentatif de 6.600 personnes âgées de 15 ans et plus - 1967.

Les associations culturelles régionales et départementales

L'originalité de ces associations

La plupart des associations culturelles agissent directement soit dans un domaine culturel spécifique (chorale, théâtre amateur, photo, etc...) soit sur une population donnée (quartier, ville, petite région, etc...) en lui offrant des services culturels : diffusion de spectacles ou de concerts, animations dans les écoles et les centres culturels, expositions, stages de formation à l'expression artistique, etc... Une troisième catégorie d'association tient simplement à la forme statutaire que prennent des institutions publiques telles que maisons de la culture ou centres d'animation culturelle.

Les associations culturelles que vient d'étudier le Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture ont pour particularité essentielle :

- de situer d'emblée leur action à un échelon géographique donné (région ou département le plus généralement) sans privilégier en principe aucune localité de leur aire d'activité ;
- de ne pas se donner comme objectif premier l'organisation d'activités culturelles, mais plutôt l'aide aux autres associations et organismes culturels existants ;
- et enfin de coordonner les différentes disciplines et les différentes institutions culturelles afin de déterminer une politique culturelle globale et interdisciplinaire (musique, théâtre, expositions, festivals, activités des services d'archives et des bibliothèques, des monuments historiques, des maisons de jeunes et de la culture, etc...).

L'origine de ces associations est très variée

L'analyse des différents promoteurs de ces associations reflète bien la volonté qui les anime de contribuer au développement d'une politique

culturelle concertée à l'échelon régional ou départemental : peu d'entre elles en effet sont nées d'une volonté d'animateurs agissant directement sur le terrain. La plupart des associations ont été suscitées :

- soit par des préfets ou des chefs de services extérieurs (Jeunesse et sports, Affaires culturelles) ;
- soit par des élus (Conseils généraux, assemblées régionales, députés) ou des membres de conseils économiques régionaux.

La composition de leurs conseils d'administration manifeste une caractéristique importante de ces organismes : l'interpénétration du secteur public et du secteur privé, la rencontre de représentants des pouvoirs publics et d'associations culturelles, le président étant souvent, soit le préfet, soit un élu, soit une haute personnalité régionale ou départementale (le recteur par exemple).

Ces associations ont des rôles divers

L'étude met en lumière l'hétérogénéité de ces associations culturelles régionales et départementales : il n'en est aucune qui ne ressemble tout à fait à une autre.

Au-delà de cette diversité, on peut constater l'existence de deux catégories d'associations :

- des associations de diffusion culturelle à l'échelon régional, qui sont les plus anciennes et les plus spécialisées (Association bourguignonne culturelle, Association franc-comtoise de culture) ;
- des associations à caractère technique et de coordination, plus récentes (les premières naissent dans la seconde moitié des années 60) et qui constituent l'objet même de l'étude.

Ces dernières associations remplissent plus ou moins les fonctions suivantes :

1. *Organisation d'activités culturelles* (expositions, diffusion de spectacles, concerts, conférences, prêts de disques ou de livres, organisation d'animations dans différents milieux : scolaire, rural, troisième âge, par exemple).
2. *Documentation et diffusion d'informations* (création de centres de documentation, publication de guides, organisation d'un « S. V. P. - culture », etc...).
3. *Prêt de matériel, aide technique* : un certain nombre de ces associations gèrent un parc de matériel qui est prêté ou loué aux associations qui en font la demande (matériel d'exposition, équipements audio-visuels, équipements de spectacles, matériels pour ateliers de création artisanale : fours à céramique, matériels de sérigraphie et de photographie, voire même instruments de musique ou partitions musicales) ; certaines aussi possèdent des locaux qu'elles prêtent à des organisateurs de manifestations culturelles ; d'autres enfin fournissent des conseils techniques, par exemple en matière de gestion et de comptabilité, de programmation d'équipements, ou encore offrent des services matériels (gestion de postes d'animateurs, mise à disposition de vacataires, travaux de frappe ou de polycopie, diffusion de communiqués...).
4. *Cours, stages à l'usage, soit du grand public, soit d'un public spécialisé* (enseignants, formateurs, bibliothécaires, animateurs).
5. *Débats, recherche sous forme de journées d'études, de séminaires, de rapports ou d'études, par exemple dans un but de planification culturelle régionale ou locale.*
6. *Coordination et concertation* : ces associations sont aussi des lieux de rencontre et de concertation entre les différents agents culturels, les collectivités locales et les autorités régionales ou départementales ; l'un des objectifs de ces rencontres est fréquemment la coordination et la planification des activités culturelles organisées par les différentes institutions (harmonisation des calendriers, publication en commun des projets d'activités, organisation de tournées, etc...).
7. *Support de l'action de l'Etat ou des collectivités territoriales* : un certain nombre de comités, surtout départementaux, ont été créés à l'initiative de préfets ou d'élus locaux dans le but d'être l'outil opérationnel des pouvoirs publics dans le territoire concerné en matière d'action culturelle.
8. *Financement d'opérations, répartition de subventions* : dans le prolongement de la fonction précédente, un petit nombre de ces organisations assurent le financement d'activités culturelles, parfois sous la forme d'un fonds de garantie ; certaines sont l'organisme qui répartit les subventions du Conseil général entre les associations.

Le Comité départemental d'animation culturelle (C. D. A. C.) de la Sarthe organise des manifestations dans des monuments historiques (expositions de jeunes peintres, concours de peintres régionaux, expositions sur la vie traditionnelle comme « l'âge du bois » etc...) et fait circuler des expositions itinérantes (Rouault, bibliographies de Picasso...). Il aide au développement de l'activité musicale dans les petites villes.

Il organise des rencontres sur des thèmes particuliers ainsi qu'une université d'été au prieuré du Vivouin. Il réalise pour l'inspection d'académie des échanges scolaires internationaux.

Le Comité apporte son concours aux associations et groupements locaux ; conseils techniques, impression de programmes, prêt de matériel d'exposition, de projection, de sonorisation. Il tient aussi à la disposition de ses interlocuteurs les informations qu'il rassemble sur les groupements et manifestations.

Le C. D. A. C. a été créé en 1970 à l'initiative du Conseil général. Présidé par le préfet à sa création, il dispose de trois personnes rémunérées à plein temps sur des crédits votés par le Conseil général.

Source : Etude réalisée en 1975-76 par le Service des études et de la recherche du Secrétariat d'Etat à la Culture et l'Association culturelle en Haute-Normandie.

L'Association pour l'action culturelle en Haute-Normandie (AACHN), créée en 1965 à l'initiative de quelques fonctionnaires culturels, réunit régulièrement des responsables d'organismes culturels publics et privés.

Ses deux principaux objectifs sont de développer l'information à l'intérieur de la région et d'apporter des aides techniques aux associations et organismes culturels. Elle fonctionne grâce à un animateur permanent et un secrétaire. Ses ressources proviennent principalement du Conseil général de Seine-Maritime et de l'Etablissement public régional.

Pour mieux faire connaître les diverses manifestations culturelles de la région, l'AACHN publie un bulletin mensuel « Informations culturelles de la Seine-Maritime ». Elle a aussi édité un Guide culturel de la Haute-Normandie contenant des indications pratiques sur les possibilités d'activités culturelles existant dans la région et dispose à Rouen d'un « fichier culturel ».

L'AACHN aide les associations et organismes locaux en leur prêtant du matériel pour des expositions, des projections ou des spectacles et dispose de camionnettes pour le transporter.

En outre, l'AACHN organise elle-même des expositions itinérantes, des causeries en milieu scolaire sur l'histoire locale et des programmes culturels à la demande des comités d'entreprise.

L'AACHN a également été chargée de quelques études : préinventaire des monuments et des richesses dans le parc régional de Brotonne, équipement culturel de la ville nouvelle du Vaudreuil, musée de l'usine.

Des moyens limités

Les moyens des associations sont d'origines variées : subventions des départements et des communes, aide financière des établissements publics régionaux, de l'Etat (Jeunesse et Sports et Affaires Culturelles) et notamment aide exceptionnelle du Fonds d'Intervention Culturelle, et apports d'organismes para-publics (Caisses d'allocations familiales, Caisses d'épargne, Mutualité sociale agricole). Mais en général, ces associations se caractérisent par des budgets modestes, un personnel permanent réduit et des locaux qui leur sont prêtés à titre gracieux par les collectivités locales ou des administrations. L'essentiel de leur « patrimoine » est le plus souvent constitué par le matériel d'animation dont ils ont la charge.

L'utilité des associations : favoriser la vie associative, diffuser l'innovation

La création de ces associations d'aide technique et de concertation est la réponse à un besoin : développer une politique culturelle d'ensemble sur un territoire donné et éviter l'action en ordre dispersé.

Mais elle peut avoir un double inconvénient : soit celui de faire concurrence aux associations culturelles existantes et actives sur le terrain, soit celui de faire écran entre les pouvoirs publics et les organismes culturels.

En réponse à cette double crainte, l'étude préconise un partage des tâches entre les pouvoirs publics (Etat, régions, départements, communes) et ces associations.

Celle-ci ne doivent pas assurer des tâches qui sont du ressort des pouvoirs publics (en particulier, la répartition de subventions ou la détermination de la politique culturelle publique), mais elles sont par ailleurs mieux armées que les administrations pour assumer un certain nombre de fonctions : aide technique, information, documentation, rencontre du secteur public et du secteur privé, coordination des activités culturelles, etc...

En échange de ces services d'intérêt public elles doivent pouvoir attendre des pouvoirs publics des moyens de fonctionner correctement et efficacement. C'est la condition pour qu'elles soient un outil au service des associations et des institutions culturelles locales et un moteur de l'innovation culturelle.

Quelques publications récentes sur les associations

Association pour le développement des associations de progrès — Colloque sur les associations dans la société d'aujourd'hui (Reims, 26 et 27 nov. 1976). — Rapports Bloch-Lainé, Paul Harvois, Henry Théry.

Les associations, leur avenir, leurs rapports avec l'Etat — *Pour*, n° 29-30, 1973, 157 p.

BELLEVILLE (Pierre) — Animation : pour quelle vie sociale ? — Paris, Téma-éditions, 1974, 144 p.

CHAMBELLAND (C.) — Les associations. Crise ou renouveau ? — *Vie Sociale* (Les Cahiers du CEDIAS) n° 2, 1976.

COENEN-HUTHER (J.) — Etudes des associations à la Chaux-de-Fonds — *Cahiers JEB*, 2/1975, 85 p.

DUMAZEDIER (J.) — L'évaluation des associations. Interview — *Cahiers de l'animation*, n° 2, janv. 1973, pp. 23-34.

Echanges et Projets (Association) — Pour un nouveau pouvoir de l'association — Paris (1974), 40 p. — *Echanges et projets*, n° 2, 1974.

GARRIGOU-LAGRANGE (J.-M.) — Les associations — Paris, P. U. F., 1975, 125 p.

GARRIGOU-LAGRANGE (J.-M.) — Recherches sur les rapports des associations avec les pouvoirs publics — Paris, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1970, 381 p., bbr.

HARVOIS (P.) — Le rôle des associations volontaires — *Droit Social* n° 9/10, sept. - oct. 1973.

MEISTER (Albert) — Vers une sociologie des associations — Paris, Ed. Economie et Humanisme — Ed. Ouvrières, 1971, 221 p.

La Vie associative. Actualité de la loi de 1901 — Paris, CNAF, 1974 — *Informations sociales* n° 11, oct. 1974, 76 p.

Aspects juridiques et fonctionnement des associations

Les associations de la loi de 1901 — *Revue fiduciaire* n° 541, avril 1973, pp. 27-109.

BRICHET (R.) — Associations et syndicats — 4^e éd. Libr. Techniques, 1976 — VII, 719 p.

COURTOIS (G.) — Associations et fondations. Eléments d'une étude comparative — Paris, 1976, 106 p. (*Fondation de France*).

RAILLON (Louis) — Comment animer une association — Paris, le Centurion, 1973, 79 p.

SANTÉ (Ministère) — Direction de l'action sociale — Textes officiels. Circulaires n° 2010 du 27/1/75 et du 25/2/75 relatives aux rapports entre les collectivités publiques et les associations assurant des tâches d'intérêt général — *Centres sociaux* n° 136, avril-mai 1975, pp. 46-53.

Associations et animation culturelle

BERTRAND (Annie) — Rapport sur vingt-cinq années de réalisations pour une animation culturelle en milieu rural — Saint-Etienne, Association de promotion Rurale d'Art et Culture, 1974, 38 p.

DAVAINE (M.) — L'animation culturelle du département de l'Aisne par les associations — Laon, Direction départementale du Secrétariat d'Etat chargé de la Jeunesse, des Sports et des Loisirs, 1974 60 + 48 p.

GUTWIRTH (J.) — Les associations de loisirs d'une petite ville : Châtillon-sur-Seine — *Ethnologie française*, 1972, II, 1-2, pp. 141-180.

HOUEE (Paul) — Le rôle des préalables culturels et des mouvements d'animation dans le développement rural en France depuis la libération — *Cahiers de l'animation*, n° 2, janv. 1973, pp. 35-50.

LANFANT (M. E.) — Le système volontaire de l'animation socio-culturelle et son idéologie. Paris, Equipe de sociologie et des modèles culturels du CNRS — *CORDES*, 1972, 75 p.

MOULINIER (P.) — A propos du « réseau culturel » : mobiliser les associations ? — Paris, Secrétariat d'Etat à la Culture, Service des études et de la recherche, 1976, 19 p.

POUJOL (G.) — La dynamique sociale des institutions socio-culturelles — Paris, 1976, 2 vol. Thèse 3^e cycle. Sciences humaines. Université, Paris IV, 1976.

Associations et participation sociale

A propos des relations entre bénévoles et professionnels — Rapport du GERE et réflexions de Michel Goetz — *Habitat et vie sociale* n° 10, sept. - oct. 1973, pp. 45-52.

Bénévolat — *Champ social* n° 15, avril 1975.

MEISTER (Albert) — La participation dans les associations — Paris, Editions ouvrières, 1974, 280 p.

PARIZET (M. J.) — Bénévolat et animation — *Bulletin Express* n° 53, juin-juil. 1975, pp. 6-11.

PORTE (B.) — NISON (A.) — MADIOT (G.) — TEMPLIER (J.) — L'initiative bénévole... une société réinventée — Paris, Ed. ESF, 1976, 159 p.

Vie associative : la démocratie risquée, la participation des citoyens à la vie sociale ; débat avec R. Lenoir, J. Thiébault, R. Faillat, J. Tenel — *Projet*, n° 107, juil. - août 1976, pp. 757-799.

Source : Bibliographie sélective établie à partir d'une liste plus complète qui peut être demandée au service des études.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 34

Juillet 1977

REPÈRES

Les pratiques culturelles des jeunes

Le public le plus sensible

Au-delà de ces variantes classiques qui tiennent au milieu d'origine, au niveau de formation, au budget et au temps disponibles, les jeunes ont en commun une pratique d'activités culturelles sensiblement plus importante que celle des adultes ; et encore cette pratique est-elle inférieure à ce qu'ils souhaiteraient : la moitié des jeunes de 16 à 24 ans souhaiteraient consacrer un éventuel temps de loisir supplémentaire à des activités de nature culturelle (1).

Les jeunes préfèrent les activités qui les amènent à sortir de chez eux

Plus facilement que le reste de la population, ils peuvent traduire cette aspiration dans la pratique (2).

	15 - 24 ans	plus de 25 ans
préfèrent les activités qui les amènent à sortir.....	81,9 %	60,0 %
sortent le soir plus d'une fois par semaine.....	59,2 %	23,8 %

Si leurs préférences en matière de spectacles s'ordonnent comme celle des adultes, leur rythme de fréquentation est plus intense.

Ont assisté, au cours des 12 derniers mois au moins 1 fois à un spectacle de (3)	15-24 ans	25-34 ans	plus de 35 ans
Cinéma	89,4 %	54,4 %	32,7 %
Théâtre.....	29,9 %	17,6 %	13,5 %
Concert	24,5 %	17,9 %	9,9 %
Ballet	7,9 %	5,9 %	7,1 %

33 % des 12-16 ans, 58 % des 16-20 ans, vont au cinéma plus d'une fois par mois. Mais seulement 12 % des 12-20 ans vont au théâtre plus d'une fois par an, et 73 % n'y vont jamais (4).

Plus de la moitié des jeunes regardent la télévision tous les jours

Habitude d'écoute de la télévision (2)	chez les 15 - 19 ans	chez les 20 - 24 ans
Tous les jours.....	61 %	47 %
Un jour sur deux.....	16 %	7 %
Une ou deux fois par semaine..	16 %	29 %
Plus rarement.....	3 %	8 %
Jamais	4 %	9 %

Si leur assiduité devant le récepteur est relativement importante, il faut cependant souligner qu'elle est en moyenne sensiblement inférieure à celle de leurs aînés.

La musique occupe une place importante dans l'univers des jeunes

La plupart des 12-20 ans écoutent la radio tous les jours, avant tout pour entendre de la musique ; la moitié disposent d'un récepteur personnel.

83 % d'entre eux appartiennent à un foyer équipé d'un électrophone, et possèdent des disques (4).

Le cinquième des 15-24 ans joue d'un instrument de musique, et 15 % d'entre eux assistent à des concerts de pop-music ou de jazz (2).

Deux jeunes sur trois lisent au moins un livre par mois

Leurs préférences vont aux romans d'auteurs contemporains, ainsi qu'aux romans policiers, d'espionnage ou de science-fiction ; ce qui n'exclut pas d'autres lectures.

36 % des jeunes de 15-24 ans lisent ou parcourent tous les jours un quotidien (2).

Une nouvelle culture ?

Cinéma, télévision, radio, disques.... Les pratiques culturelles des jeunes font une place importante à l'audiovisuel. La musique et l'image y triomphent sur l'écrit ; et pourtant les jeunes lisent plus que les adultes. Faut-il y voir une concession obligée aux impératifs scolaires, d'un effet passager, ou le résultat de l'acquisition de nouvelles dispositions culturelles, qui serait génératrice d'habitudes stables ?

(1) « Les jeunes et leurs besoins, problèmes et aspirations dans la vie quotidienne », enquête effectuée par la SOFRES pour le Secrétariat d'Etat à la Jeunesse et aux Sports 1974.

(2) Enquête « Pratiques culturelles des Français », réalisée par la Société ARCMC et le Service des études et de la recherche, pour le Secrétariat d'Etat à la Culture, 1974.

(3) « Enquête périodique Spectacles, mars 1976 » SOFRES.

(4) Enquête « Les jeunes français de 12-20 ans » réalisée par la Société Education et Marketing, 1973.

Europe : des innovations culturelles pour les jeunes

De nombreuses expériences sont mises en œuvre dans tous les pays d'Europe pour susciter le développement culturel des jeunes. Elles bousculent les limites établies entre action culturelle et action sociale, ou entre les genres culturels. Dépassant les poncifs de la diffusion culturelle, elles en appellent à la créativité. Mais une action dirigée vers les jeunes doit-elle s'exercer prioritairement dans le milieu scolaire, ou sur la base du quartier ? Voici en tout cas quelques réussites (1).

L'art dramatique partie intégrante de l'enseignement à Londres

Il est possible, bien sûr, de mettre l'accent sur l'enseignement de l'art dramatique, comme cela a été fait au *Cockpit*, l'atelier-théâtre du nord-ouest de Londres. Le *Cockpit* n'est pas une institution indépendante, l'atelier ayant été intégré au programme de l'école locale et conçu comme le prolongement de la formation générale. Il fait partie du programme « Theatre in Education » (TIE) de la ville de Londres.

Le centre du bâtiment abrite un auditorium entièrement démontable que l'on peut transformer en scène classique, en arène (pour un public de 240 spectateurs) ou encore en espace vide où l'on peut pratiquer la gymnastique ou la danse.

Bien sûr des pièces sont jouées au *Cockpit* devant des spectateurs qui achètent des billets pour les voir. Mais les représentations en soirées ne constituent qu'une infime partie de l'ensemble des activités. Le programme « Theatre in Education » s'adresse d'abord aux enfants des écoles qui viennent voir les pièces montées à leur intention et en discutent.

En outre, tout intéressé peut venir y expérimenter le théâtre sous tous ses aspects. Il pourra écrire lui-même la pièce, la jouer, la mettre en scène, réaliser les décors, s'occuper de l'éclairage et du son au cours de la représentation, bref se familiariser avec les éléments divers et complexes qui concourent à la réalisation d'une représentation. Les passionnés de théâtre peuvent créer un groupe ou s'y joindre. Ces groupes se nomment « Exploration groups » et leurs activités s'étendent au-delà du théâtre. Il existe des groupes de cinéma, des groupes où l'on peut apprendre le métier de machiniste, des groupes d'art poly-

valents, où diverses formes d'art sont réunies : on peut y faire de la musique contemporaine, de la musique électronique (avec un équipement perfectionné), jouer d'un instrument de musique, jouer du théâtre en plein air (dans la tradition des théâtres de marché du Moyen Âge), étudier l'art cinématique. Des pièces dramatiques sont jouées le samedi et il existe également un atelier de poésie. Enfin il existe un groupe qui met en scène des œuvres pour les présenter.

Le *Cockpit* est donc un centre artistique pour les jeunes, visant à stimuler tout talent créatif, même dans des domaines qui n'ont qu'un lointain rapport avec le théâtre.

Art, artisanat et escalade à Birmingham

Le Midlands Arts Centre, à Birmingham, prouve de façon éclatante qu'on peut initier à l'art en dehors de l'école. Il exerce un grand attrait sur le demi million d'habitants de Birmingham. Plus de mille personnes s'y rendent tous les jours, ce qui fait près de 400.000 personnes par an. Ce chiffre est encore plus impressionnant si l'on tient compte du fait que les activités du Midlands, plus que celles de la plupart des centres d'animation socio-culturelle, sont fondées essentiellement sur l'art. Les associations d'artistes ont organisé des expositions qui ont amené 70.000 visiteurs, ou auditeurs de conférences. Le Théâtre des Jeunes s'enorgueillit d'attirer un public de 40.000 personnes et le Théâtre de Marionnettes, avec deux représentations par jour, attire 32.000 enfants. 45.000 spectateurs trouvent le moyen d'assister aux séances de cinéma, 50.000 personnes escaladent le mur spécialement construit à cet effet et 100.000 participent aux ateliers ou aux groupes d'artisanat.

Le Midlands Arts Centre s'appelle de son vrai nom Midlands Arts Centre For Young People (pour les jeunes), ce qui, pour son fondateur et directeur, John English, est très important. L'accent est toujours mis sur le fait que les enfants ont une tendance naturelle à s'exprimer par le chant, la musique, la danse, les contes de fées, le dessin, la peinture, le modelage et le jeu théâtral (adaptations à la scène de contes de fées). Il est important de veiller à ce que cette aptitude ne se perde pas, l'expérience ayant montré que beaucoup d'adultes l'ont perdue parce qu'il ne l'ont pas exploitée à temps. Stimuler la joie créatrice des enfants à travers l'art et l'épanouissement artistique est donc l'un des objectifs primordiaux du Midlands Arts Centre.

Die Fabrik : apprendre à vivre à Hambourg

Die Fabrik, à Hambourg, est une ancienne usine d'armements désaffectée, située à « Altona », quartier très pauvre dont la population est constituée d'ouvriers de tous âges. La toile de fond de *Die Fabrik* est entièrement locale et ses activités sont adaptées et organisées en fonction de la population d'Altona, ce qui ne l'a pas empêché d'être devenu un prototype et d'attirer des visiteurs de partout. Ses activités sont devenues de véritables « offres » culturelles qui peuvent se mesurer aux programmes de théâtre et de musique à Hambourg, mais sont beaucoup plus variées.

Cependant, les activités dirigées vers l'extérieur - qui attirent parfois un millier de spectateurs - ne doivent être isolées ni des objectifs ni des autres aspects du travail. Le problème de la communication entre les usagers est toujours au centre de l'activité ; de même, le fait que ces activités attirent les gens, et en particulier les jeunes qui

trainent dans la rue et essaient de traiter les problèmes qui existent dans ce quartier d'Altona. Le « milieu » d'Altona a des lois très dures. Ceux qui n'obéissent pas sont punis. Les blousons noirs et les « Halbstärke » sont une des caractéristiques de la ville, et lorsqu'il y a un grand nombre de jeunes chômeurs, comme cela a été le cas en Allemagne ces dernières années, il est particulièrement important d'offrir une alternative à la rue. Il est difficile d'attirer ces jeunes vers des études ou des distractions organisées. Il faut d'une part les rassembler autour de quelque chose de positif, et d'autre part essayer de leur trouver du travail. *Die Fabrik* fait les deux choses à la fois et donne, en outre, des cours de formation aux jeunes qui ont abandonné l'école. C'est à cet effort, tendant à orienter les activités vers une action sociale, qu'il convient de rattacher le travail des « Selbsterfahrungsgruppen » ; dans ces groupes les membres parlent de leurs problèmes personnels. Chaque matin, l'immense usine se remplit d'enfants, de ménagères et de personnes âgées. Le fait que ces différents groupes d'âge se retrouvent là à la même heure a permis de tirer certaines conclusions : les enfants et les adolescents font de la pâtisserie et servent du café aux personnes âgées. Tout le monde peut aller et venir comme bon lui semble, la maison est ouverte de 11 heures à 18 heures, elle ferme pendant une heure pour reprendre ses activités de 19 heures à 1 heure du matin.

Le bureau social ou Beratungsstelle, auquel on peut s'adresser pour toutes sortes de problèmes, scolaires, médicaux, éducatifs et conjugaux, joue aussi un rôle très important, *Die Fabrik* comprend également des ateliers pour les enfants, les jeunes et les adultes, allant de la céramique au cinéma et à la photo en passant par la musique et le théâtre, sans compter les activités habituelles comme le tennis de table et d'autres

jeux du même type. Le fonctionnement de *Die Fabrik* repose sur un principe fondamental : les activités elles-mêmes sont moins importantes que ce qui se passe pendant qu'elles se déroulent.

Oval House : un théâtre de la communication

Oval House, à Lambeth (Londres) a certains traits commun avec *Die Fabrik*. Le centre se donne pour objectif d'aider chaque individu et chaque groupe pris individuellement, en lui donnant le moyen ici d'assumer un maximum sa liberté et sa responsabilité. C'est pour cette raison que l'on dit que le bar est le centre de toutes les activités. Mais ceci a une signification très particulière. En dehors de ses activités propres, *Oval House* s'attache à mettre ses locaux à la disposition de divers petits groupes afin que les jeunes qui ne font pas partie du centre aient aussi un lieu de rencontre. Les portes sont ouvertes à tous, à une seule condition : celle de ne pas s'isoler et de passer par la cafétéria pour y parler avec d'autres personnes qui n'ont pas les mêmes opinions.

Ce qui est caractéristique de la situation actuelle c'est que *Oval House* ait tant misé sur les activités théâtrales. Les jeunes font preuve d'un intérêt croissant pour toutes les nouvelles formes de théâtre. En effet le théâtre est un type d'activité qui peut aisément transmettre un message et attirer l'attention sur un problème.

Londres ayant une longue tradition théâtrale, *Oval House*, a ainsi pu se spécialiser plus que n'ont pu le faire la plupart des centres d'animation socio-culturelle, et devenir ainsi le catalyseur de tous les théâtres expérimentaux britanniques. Cela est dû principalement au fait que ce

centre a accueilli des groupes théâtraux et a mis à leur disposition des locaux pour répéter leurs pièces. Le centre est constamment rempli de monde, de jour comme de nuit. Cette activité théâtrale a eu pour résultat d'améliorer la qualité du public lui-même, ce qui permet aux directeurs d'affirmer que le club théâtral a aujourd'hui le public le mieux informé, le plus critique et aussi le mieux disposé et le plus enthousiaste de Londres.

Si l'on se réfère aux conceptions traditionnelles du théâtre, on est fort surpris par les installations d'*Oval House*. Les locaux sont simples et les matériaux solides, ce qui est obligatoire dans un endroit où un millier de jeunes se réunissent chaque semaine. Le public ne semble pas avoir des préoccupations particulièrement artistiques ou intellectuelles. Des groupes de rock s'y mêlent aux acteurs et metteurs en scène. Mais cela ne fait que prouver que les conceptions habituelles des rapports entre groupes sociaux et la culture sont désuètes et que l'on peut aisément renverser les barrières si on le veut.

Cette question fait partie de tout un contexte à l'intérieur duquel le théâtre n'est pas considéré uniquement comme un divertissement, même si cet aspect particulier doit également y trouver place. Le public doit se sentir concerné par les pièces qu'il voit. Nous retrouvons là un théâtre de la communication : il est créé par des personnes qui veulent dire quelque chose de bien défini, il soulève des questions qui concernent à la fois les acteurs et le public et le fait que la discussion s'engage sous une forme théâtrale, ajoute une dimension artistique et contribue à développer d'autres aspects de la créativité.

(1) Source : JOR (F.) - Démystification de la culture : animation et créativité. Conseil de l'Europe et Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement.

Les jeunes dans la société

BEJAN (Alexandre) — Le rapport entre statique et dynamique dans la structure de loisir chez certaines catégories de jeunes — (In : *Society and Leisure* n° 3, 1970, pp. 79-84).

CAYRON (Maurice) — Les jeunes de 18 à 20 ans — Paris, Bureau d'Etudes culturelles, 1974, 150 p.

CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DU TRAVAIL (C. G. T.) — Les jeunes ouvriers — Paris, C. G. T., 1974, 311 p.

DUFASNE (Claude et Al.) — Des millions de jeunes — Paris, Ed. Cujas, 1967, 620 p.

ÉDUCATION ET MARKETING — Les jeunes français de 12 à 20 ans — Paris, Education et Marketing, 1973, 14 vol. + 2 vol. de présentation.

GANS (Eric L.) — Critique culturelle de la modernité, — (In : *Cahiers internationaux de Sociologie* ; T. L. II, 1972, pp. 75-92).

HECHT (Alice) — Une enquête sur la perception esthétique des lycéens — (In : *Cahiers JEB* n° 1/2, T. 18, janv. 1974, pp. 39-55).

INSTITUT FRANÇAIS D'OPINION PUBLIQUE (IFOP) — Les jeunes et l'environnement (rapport de M. Fréjean) — Paris, Secrétariat d'Etat à la Jeunesse, aux Sports et aux Loisirs, 1972, 124 p.

JEUNESSE ET SPORTS (Secrétariat d'Etat) — Les lycéens et les collégiens face aux activités sportives, éducatives et culturelles — Paris, Secrétariat d'Etat à la Jeunesse et aux Sports, 1976, 90 p.

KREUTZ (Henrik) — La jeunesse et l'évolution de la société — Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1973, 112 p.

LAGREE (Jean-Charles) — Production culturelle et mouvements sociaux. Bandes, beatnicks, hippies. (Thèse. Doct. 3^e cycle. Paris V, 1975, 520 p.

MIMIAGUE (M.) - PADIOLEAU (J.) — Indicateurs de changements d'opinion et d'attitudes dans les jeunes générations (1957-1970) — Paris, CORDES - CNRS, 1972, 223 p.

PARIZET (M. J.) — Les jeunes ouvriers et la culture — (In : *Society and Leisure* n° 1, 1970, pp. 37-65).

RAYBAUT (Paul) — Activités de loisir et d'auto-culture des bandes de quartier — (In : *Society and Leisure* n° 4, 1970, pp. 73-109).

Sociologie de la jeunesse — (In : *Dossier ADRAC* n° 12, 1969, 57 p.).

SOFRES — Les jeunes et leurs besoins, problèmes et aspirations dans la vie quotidienne — Paris, Secrétariat d'Etat de la Jeunesse et des Sports, 1974, 77 p.

Les jeunes et les médias

INSTITUT FRANÇAIS D'OPINION PUBLIQUE (IFOP) — L'information des jeunes (rapport de L. Mironer) — Paris, Ministère de la Jeunesse et des Sports, 1968, 131 p.

INSTITUT FRANÇAIS D'OPINION PUBLIQUE (IFOP) — Mille jeunes et la musique — Paris, Ministère des Affaires culturelles, 1968 — Note de F. Petitot + 1 vol. de tabl. stat.

La télévision et les jeunes — (In : *Les cahiers de l'animation*, nos 15-16, 1^{er} sem. 1977).

MAUDUIT (Jean) — Les jeunes et le cinéma de violence et d'érotisme — Paris, Secrétariat d'Etat à la Culture, 1975, 47 p.

NAUDIN (Odile) — La presse des adolescents — (In : *Presse - Actualités* n° 115, janv. 1977, pp. 32-39).

ORTF, Service des Etudes d'opinion — Les jeunes téléspectateurs de 15 à 19 ans — Paris, ORTF, 1972, 2 fasc. 43 p. et 57 p.

SOUCHON (Michel) — La télévision des adolescents — Paris, Ed. Ouvrières, 1969, 280 p.

Une politique culturelle pour la jeunesse ?

Enseignement artistique et actions pour la jeunesse — (In : *Bulletin d'Information du Secrétariat d'Etat à la Culture* n° 69, 15 déc. 1975, 27 p.).

FERRIER (Elie) — Mouvements et organisations de jeunesse en France — Paris, la Documentation française, 1972, 59 p.

GALLAUD (Patrick) — Pouvoirs publics et associations de jeunesse (1958-1972) — (In : *Bulletin Express du Conseil Français des mouvements de jeunesse* n° 42, juil. 73, 32 p. et n° 43, nov. 73, pp. 1-28).

HIEBEL (Jean-Luc) — Les projets concernant la jeunesse au Conseil de l'Europe — Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1972, 91 p.

JEUNESSE ET SPORTS (Ministère) — Pour une politique en faveur de la jeunesse et du développement culturel — Paris, Ministère de la Jeunesse et des Sports, 1976, 113 p.

Une Europe pour la Jeunesse — (In : *Education et Echanges* n° 46, 1971, 75 p.).

ENQUÊTES, permettant de comparer les pratiques par classes d'âge

ARCmc — Pratiques culturelles des Français — Paris, Secrétariat d'Etat à la Culture, 1974, 2 vol. 182 p. + 175 p.

DEBREU (Pierre) — Les comportements de loisirs des Français (enquête de 1967) — (In : *Collec-tions de l'INSEE*, série M n° 25 août 73, 198 p.).

Les Français et le Spectacle — Enquête réalisée par la SOFRES pour le journal *Le Pèlerin* — Paris, SOFRES, 1976, 72 p.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 35

Septembre 1977

REPÈRES

LES FRANÇAIS FACE A LEUR TÉLÉVISION

La quasi totalité des Français disposent aujourd'hui de la télévision (on compte 85 % de foyers équipés d'un récepteur, dont 15 % en couleurs (1) et près des deux tiers d'entre eux (65 %) l'écoutent pratiquement tous les jours (2).

Plus de 6.000 heures de programmes sont diffusées chaque année (d'un intérêt culturel inégal) excédant largement les possibilités d'écoute de chaque téléspectateur. La sélection entre ces émissions, quand elle n'obéit pas à des impératifs horaires, dépend fortement de l'information de chaque téléspectateur.

Des téléspectateurs bien informés ?

Le choix du programme se fait en fonction de plusieurs influences (3) :

— magazine spécialisé de radio-TV.	49 %
— journal quotidien	45 %
— habitude, connaissance des jours et heures de programmation...	39 %
— annonces faites à la télévision..	14 %
— ouverture du poste et choix au dernier moment	9 %
— émissions de radio annonçant les programmes	8 %
— choix effectué par une autre personne	7 %

Total supérieur à 100 % en raison des réponses multiples

La majorité des téléspectateurs ont recours pour choisir leurs émissions à une information extérieure, puisée à deux sources principales : les magazines de télévision, qui sont consultés par un français sur deux, et la page TV des principaux quotidiens, dont on oublie trop souvent que l'impact est presque aussi important que celui des magazines spécialisés ; une partie des téléspectateurs s'informe simultanément à ces deux sources. Paradoxalement, la télévision n'informe sur elle-même que 14 % de son public.

Il s'est développé face à la télévision, malgré la diversité des programmes, un phénomène de familiarisation et de fidélité à certaines émissions (39 %) qui peut constituer dans certains cas un nouveau rituel de la vie quotidienne.

L'écoute de la télévision résulte donc presque toujours d'un choix préalable et construit : seule une minorité de téléspectateurs (9 %), une fois le poste allumé, choisit au hasard des images (phénomène beaucoup plus fréquent dans le cas de la radio) ou ne dispose pas personnellement de la maîtrise du choix (7 %).

La demande d'émissions culturelles

Les taux d'écoute enregistrés quotidiennement par les différentes émissions ne suffisent pas pour saisir les préférences culturelles des Français en matière de télévision, et mesurent autant leurs réactions à une offre dont la maîtrise leur échappe qu'une demande effective.

Sollicités de juger globalement leur télévision, les téléspectateurs s'expriment en fait ainsi (3) :

trouvent qu'il y a.....	pas assez	trop
	%	%
— émissions sur l'histoire.....	37	2
— variétés	35	16
— retrans. théâtre de boulevard...	29	7
— dramatiques	27	10
— retransmissions théâtre classique	26	4
— émis. architecture, monuments	26	3
— jeux	25	15
— retransmissions de ballets.....	25	6
— sport	23	12
— émissions peinture, sculpture ..	21	4
— retransmis. théâtre contemp. ..	21	5
— magazines sur le cinéma	21	4
— feuilletons et séries	19	21
— retransmis. concerts classiques ..	18	7
— magazines sur le théâtre	18	4
— retransmissions d'opéra	17	7
— émissions sur les livres	15	7

La demande la plus importante porte sur les émissions à caractère historique ; elle est exprimée par plus du tiers des téléspectateurs.

La trop grande rareté des magazines culturels, qu'ils traitent d'architecture et de monuments, de peinture et de sculpture, de cinéma ou de théâtre, est ressentie par 20 à 25 % des téléspectateurs.

Quant aux retransmissions de spectacles, les plus demandées sont celles de théâtre classique et de ballet (environ 25 %) suivies des retransmissions de théâtre contemporain (21 %). Les retransmissions musicales - concert et opéra - pourtant peu favorisées par la programmation actuelle, sont celles où la demande potentielle reste la moins forte (17 %) ; encore qu'un tel chiffre suffise amplement à justifier un effort supplémentaire.

Sources : (Voir pages 2 et 3).

Le public des retransmissions culturelles

à la télévision française

Le Ministère de la Culture et de l'Environnement contribue, conformément aux cahiers des charges des nouvelles sociétés de programme nées de l'éclatement de l'ORTF, au choix et au financement d'un certain nombre de retransmissions télévisées de spectacles de théâtre, d'opéra et de ballet dont il avait à l'origine soutenu la création.

Après quelques mois de fonctionnement de cette nouvelle politique de diffusion culturelle, il importait de faire un premier bilan de l'impact obtenu par les retransmissions. Cette analyse a porté sur 31 retransmissions diffusées entre juillet 1976 et février 1977 (3).

Une audience beaucoup plus vaste qu'en salles

Une retransmission de théâtre (*), de ballet ou d'opéra à la télévision française touche en moyenne 1,6 millions de téléspectateurs. Chiffre qui peut paraître faible, au regard des « scores » obtenus par la plupart des feuilletons ou des films diffusés habituellement par la télévision ; chiffre considérable si l'on songe que cela représente approximativement, en un seul soir, la totalité de la fréquentation annuelle cumulée de tous les Théâtres Nationaux (Comédie-Française, TEP, TNP, TNS, Odéon) et de tous les Centres Dramatiques Nationaux pour l'ensemble de leur programmation (**). Encore ne s'agit-il ici que d'une moyenne ; les retransmissions les plus appréciées touchaient l'une 5,6 millions de personnes (« le verre d'eau » de Scribe, par la Comédie Française) l'autre 7,8 millions de personnes (« la poudre aux yeux » de Labiche, par la Comédie-Française), tandis que les moins regardées réunissaient encore environ 200.000 personnes...

Le théâtre et l'opéra n'ont pas le même impact

L'audience moyenne des spectacles de théâtre retransmis par la télévision est supérieure d'environ un tiers à celle des spectacles d'opéra.

(*) Il s'agit rappelés-le des seules pièces de théâtre montées initialement avec l'aide du Ministère de la Culture et de l'Environnement, et reprises ensuite à la télévision ; on ne trouve donc ici aucune émission de la série « au théâtre ce soir ».

(**) Année de référence : 1974 / 1975.

La différence que l'on relève ici entre les deux principaux genres de retransmissions n'est pas seulement une différence de niveau ; elle correspond plus profondément à une différence dans la nature de leur impact.

Dans le cas de l'opéra, l'audience varie relativement peu d'une émission sur l'autre ; par contre l'audience du théâtre est soumise à des fluctuations très importantes. Le public du théâtre est donc beaucoup plus sensible à la nature des pièces proposées (genre, auteur, interprètes) et aux conditions de leur programmation (heure, chaîne, programme concurrent) que le public de l'opéra, qui constituerait un noyau stable et motivé. Sans doute faut-il voir là le résultat d'un double phénomène :

- la rareté plus grande de l'offre disponible en matière d'opéra (à la fois à la télévision et en salles de spectacles, qui donne plus de prix encore aux œuvres proposées).
- l'homogénéité plus grande dans l'espace, dans le temps et dans le mode de représentation des opéras diffusés par rapport aux pièces de théâtre.

Le primat de l'interprétation

Nous ne reviendrons pas sur l'influence des conditions objectives de programmation sur l'audience des retransmissions ; ce point a été amplement analysé par M. Souchon dans l'étude citée ci-contre. L'écoute des émissions tardives est effectivement moins importante que celle des émissions de début de soirée (encore que la diffusion à 20 h. 30 n'assure pas automatiquement une audience importante), et la concurrence des autres chaînes joue un rôle non négligeable (ce qui n'empêche d'ailleurs pas qu'à type de programmation équivalent, on relève parfois des différences sensibles). D'autres facteurs interviennent donc, qui touchent plus directement au contenu culturel des émissions proposées :

- la diffusion de spectacles enregistrés en public est acceptée par la quasi totalité des téléspectateurs (seuls 6 % d'entre eux s'y déclarent hostiles). Elle est même préférée explicitement aux autres formes de retransmissions par près de la moitié d'entre eux (43 %), qui attachent une impor-

tance affective particulière à ce que la télévision restitue l'atmosphère de la salle de spectacle et s'en présente comme le substitut, ou le simulacre.

- la notoriété du titre de l'œuvre et de son auteur concourent certes à son succès, mais on voit aussi des œuvres célèbres recueillir une audience médiocre, et d'autres peu connues dépasser le score moyen des retransmissions de ce type.
- Par contre, il semble que la notoriété des interprètes (acteurs ou solistes principaux, troupes) joue à la télévision un rôle primordial. La présence de la Comédie-Française par exemple garantit au spectacle présenté une audience minimum, et est à l'origine des deux plus gros scores enregistrés. De même celle d'acteurs connus. À l'inverse, l'absence de notoriété des interprètes d'un certain nombre de pièces de théâtre pourtant relativement connues ou diffusées dans de bonnes conditions de programmation explique presque certainement leur faible audience (cette constatation faite sur l'analyse des audiences est corroborée par une question du sondage auprès des téléspectateurs ; ceux-ci placent les interprètes au premier rang des éléments qui déterminent leur choix en matière de retransmissions).

Les trois effets de la diffusion télévisuelle

Une constatation s'impose : les profondes inégalités de fréquentation que l'on rencontrait entre les différentes catégories de la population lorsque ces spectacles étaient présentés en salle n'opèrent plus ici de la même manière ni avec la même force. Ce phénomène prend trois formes distinctes :

1. le taux d'écoute reste proportionnellement plus élevé dans

Comment sont programmées les émissions culturelles à la télévision française, et quelle est l'influence des conditions de programmation sur leur audience dans le public ? Pour répondre à cette question souvent posée, Michel Souchon a étudié l'ensemble de la diffusion des trois chaînes nationales pendant les six premiers mois de 1974 soit 5.364 émissions, représentant 3.424 heures d'antenne (4).

Les résultats de cette enquête, la première à ce jour qui s'appuie sur un recensement exhaustif de la production télévisée pendant plusieurs

les catégories privilégiées socialement et culturellement (cadres supérieurs, professions libérales, diplômés de l'enseignement supérieur) que dans les catégories populaires ou disposant d'un bagage scolaire moins important. Cependant, l'écart entre ces différentes couches de la population s'est considérablement réduit.

2. il n'y a plus d'écart entre le taux d'écoute des habitants des différents types d'agglomérations (alors que leur taux de fréquentation des salles de spectacle allait décroissant de Paris aux grandes villes, et des grandes villes aux petites communes) La télévision annule donc bien les inégalités dues à l'effet d'éloignement des salles ; elle ne le compense pas pour autant en provoquant une écoute d'autant plus forte qu'elle serait peu satisfaite localement.
3. par contre il est un domaine où les retransmissions télévisées de spectacles sont bien à l'origine d'un renversement de tendance : leur écoute croît régulièrement avec l'âge. Le phénomène de compensation est ici bien réel, qui permet de « rattraper » la diminution progressive avec l'âge de l'habitude et de la possibilité de sortir le soir.

mois, remettent en cause un certain nombre d'idées reçues et supposent une distinction préalable quant aux rapports entre la programmation et l'audience.

5 % de la télévision « reçue »

Michel Souchon a été amené à distinguer trois niveaux dans l'impact de la télévision :

- la télévision « diffusée » c'est-à-dire la programmation totale offerte par les trois chaînes ;
- la télévision « disponible », c'est-à-dire les programmes que les téléspectateurs peuvent effectivement regarder, compte tenu de leur emploi du temps : « une émission diffusée à une heure et sur une chaîne telles que 10 % seulement des téléspectateurs sont chez eux et libres pour la regarder est deux fois moins « disponible » qu'une émission diffusée à une heure et sur une chaîne telles que le public disponible est de 20 % » ;
- la télévision « reçue », qui correspond à l'audience effective de chacune des émissions.

Contrairement à ce qui était souvent affirmé, les émissions culturelles n'étaient pas en 1974 objectivement défavorisées par leurs conditions de programmation : certes elles ne représentaient que 16 % de la « télévision diffusée », ce qu'on peut trouver trop faible, mais elles occupaient une place correspondante dans la « télévision disponible ».

Par contre, si l'on considère le nombre d'heures d'émissions culturelles effectivement « reçues », c'est-à-dire regardées, on note une désaffection à leur égard dont l'ampleur n'était atteinte par aucune autre catégorie d'émissions : elles ne représentaient en effet que 5 % de la « télévision reçue ».

Il faut bien se rendre à l'évidence : ce désintérêt ne constitue pas, comme on l'a cru longtemps, un effet mécanique d'une programmation défavorable ; il pose en fait le problème plus général, propre à toutes les entreprises de diffusion culturelle, de l'accessibilité de la culture : il ne suffit pas de proposer des biens culturels pour voir automatiquement se manifester des utilisateurs de ces biens. La télévision n'échappe pas à la règle ; elle sanctionne des écarts culturels qui se sont creusés ailleurs, et qui ne peuvent donc pas être comblés par sa seule intervention.

Les conditions optimales de diffusion des émissions culturelles

Certes une émission quelle qu'elle soit (aussi bien film que variétés) est mal reçue si elle est diffusée à une mauvaise heure ; c'est encore plus vrai pour les émissions culturelles qui ont par nature des difficultés à trouver un public. D'autre part, quel que soit l'horaire, certaines situations de concurrence sont plus difficiles à affronter que d'autres : ainsi la concurrence des films, des variétés et du sport.

Deux remarques valent ici suggestion :

- la programmation d'émissions culturelles en début de semaine donne de meilleurs résultats que leur programmation pendant le week-end ;
- la présentation de la culture sous forme d'un magazine réalisé en direct avec des invités, ou la diffusion d'un film suivi d'un débat attire plus de public.

L'évolution récente

La comparaison de la situation en 1977 avec la situation de 1974 devrait être faite. Une évolution de la télévision « disponible » semble se dessiner, effet direct de la compétition commerciale qui se développe entre les deux principales chaînes et qui est marquée par :

- l'existence de plus en plus fréquente de situations de concurrence entre des produits semblables, aux mêmes heures, entre plusieurs chaînes, au détriment de situations de complémentarité qui étaient en principe plus faciles à organiser à l'époque de l'Office ;
- le rejet croissant des émissions « culturelles » hors des heures d'écoute maximum (même si globalement ces émissions sont toujours aussi nombreuses) ;
- la raréfaction des créations de fiction, trois fois plus coûteuses que les autres émissions.

À cet égard les mesures prises récemment pour fixer un quota minimum d'émissions de qualité culturelle constituent une amélioration nécessaire qui tend à corriger certains effets négatifs de la concurrence.

Sources : (1) Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE). Enquête sur l'équipement des ménages français, 1976.

(2) A. R. C. et Service des Etudes et de la Recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement. Enquête sur les pratiques culturelles des Français, 1974.

(3) Etude du Service des Etudes et de la Recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, et du Centre d'Etudes d'Opinion.

- Première partie - Analyse d'un sondage auprès des téléspectateurs (96 pages).

- Seconde partie - Analyse de l'audience de 31 retransmissions télévisées et synthèse (à paraître). 1977.

(4) Etude de Michel Souchon et Solange Poulet avec la collaboration de M. Seladin et E. Morin - DGRST/INA. 1976. - 233 pages.

QUELQUES TRAVAUX RÉCENTS

- CAZENEUVE (Jean) — Les pouvoirs de la télévision — Paris, Gallimard, 1975, 382 p.
- CENTRE D'ÉTUDES D'OPINION — Les retransmissions culturelles à la télévision — Paris, Secrétariat d'Etat à la Culture, 1977, 96 p.
- COLLOQUE INTERNATIONAL — Bruxelles, 26-29 novembre 1969 — Télévision et Culture. Colloque international organisé par l'Institut des émissions françaises de la Radiodiffusion-Télévision Belge — Bruxelles, Publications R.T.B., 1970, 307 p. (*Les Cahiers R.T.B. Etudes de radio-télévision*, 17, 1970).
- DESAINT (Claire) — Rapport de synthèse sur les inter-relations entre la télévision et les expressions culturelles traditionnelles — Paris, 1971, 50 p.
- LA GAUCHE ET LA TÉLÉVISION — *Téléciné*, n° 208, mai 1976, pp. 4-10 (interviews de Jacques CHAMBAZ, Michel MOUSEL, Dominique TADDEI).
- GAUTHIER (G.) — PILARD (P.) — Télévision passive, télévision active — Paris, Tema Editions, 1972, 303 p.
- GRYSPEERDT (Axel) — Télévision et participation à la culture — Bruxelles, *Vie Ouvrière*, 1972, 188 p.
- OFFICE DE RADIODIFFUSION TÉLÉVISION FRANÇAISE (O. R. T. F.) — Service des Etudes de Marchés — Les téléspectateurs et les émissions musicales — Paris, O.R.T.F., 1971, V-26 p., stat.
- OPPENHEIM (Roy) — Les méthodes de diffusion de l'art par la télévision. Les méthodes d'utilisation de la télévision considérée comme source et création de nouvelles formes d'art — Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1972, 34 p.
- SALADIN (Monique) — TRANCHEFORT (François) DIDIER (Louis) — La programmation culturelle à la télévision. Théâtre et télévision 1972 - 1973 - 1974, Paris, Centre National pour l'Animation Audiovisuelle (C.N.A.A.V.), 1975, 3 vol., 188 + 169 p.
- SOUCHON (Michel) — POULET (Solange) — Institut National de l'Audiovisuel — Les émissions culturelles à la télévision française : place, programmation, audience, Paris, Délégation Générale à la Recherche Scientifique et Technique, 1976 - 234 p.
- Théâtre et Télévision — Colloque d'Yerres, 6-8 mars 1975. Résumé des débats. Document établi sous la direction d'A. Clavé, par S. Didelot en collaboration avec Pierre Friloux, Paris, Fondation pour le Développement Culturel, 1975, 22 p.
- THOVERON (Gabriel) — Radio et télévision dans la vie quotidienne — Bruxelles, Université libre de Bruxelles, Ed. de l'Institut de Sociologie, 1971, 828 p.
- U. N. E. S. C. O. Paris — Théâtre et télévision — Unesco, 1973, 208 p.
- WILLEMER (A.) — BEAUD (P.) — Nouvelles tendances de la consommation culturelle ; « vers une troisième culture » — Paris, C. O. R. D. E. S., 1972, 2 vol. 250 + 267 p., tabl., stat.

La télévision et ses différents publics

Attitude (L') des jeunes devant la télévision — (In : *Bulletin Express* n° 56-57, mars-mai 1976, 34 p).

CAZENEUVE (Jean) — L'homme téléspectateur. Homo telespectator — Paris, Ed. Denoël / Gonthier, 1974, 224 p.

GEERTS (Claude) — Télévision en milieu ouvrier — (In : *Etudes de radio-télévision, Cahiers R.T.B.*, n° 18, pp. 74-91, 1972).

GODET — Les jeunes et la musique à la radio-télévision — Paris, 1971, 127 p. (Maîtrise, Lettres — Paris V, 1971).

OFFICE DE RADIO-TÉLÉVISION FRANÇAISE — Service des Etudes d'Opinion — Le troisième âge, comportement et préférences des personnes âgées face à la radio et à la télévision, Paris, O.R.T.F., 1972, 18 p.

OFFICE DE RADIODIFFUSION TÉLÉVISION FRANÇAISE (O. R. T. F.) — Service des Etudes d'Opinion — Les jeunes téléspectateurs de 15 à 19 ans — Paris, 1972, 2 fasc., graph. tabl., stat.

1^{re} partie : comportements et préférences, 43 p.
2^e partie : images et attitudes, 57 p.

OFFICE DE RADIODIFFUSION TÉLÉVISION FRANÇAISE (O. R. T. F.) — Service des Etudes de marchés — Attitudes et opinions des agriculteurs à l'égard de la télévision et de l'information — Paris, 1970, IV, 44 p.

RIPERT (Aline) — Le public et sa télévision — 195 p., bibliographie. (Thèse. 3^e cycle. Sociologie. Paris V. 1972).

Travaux bibliographiques

CALLEY SAINT PAUL de SINCAY (Y.) — Rôle de la télévision dans la vie culturelle des français — 40 p. (Mémoire pour l'Institut National des Techniques de Documentation, 1973).

VIENT DE PARAÎTRE :

Annuaire statistique de la culture, données de 1970 à 1974, Tome I : Dépenses culturelles des administrations centrales et des ménages, équipement et pratiques culturelles des ménages. - Ministère de la Culture et de l'Environnement, Service des Etudes et de la Recherche, - 88 p.

A PARAÎTRE EN DÉCEMBRE 1977 :

Tome II : Domaines de l'activité culturelle.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 36

Décembre 1977

REPÈRES

La vie culturelle en province

La fréquentation des spectacles diminue avec la taille des villes

85 % des provinciaux restent à l'écart des spectacles (sauf cinéma). L'écart entre les taux de fréquentation dans les petites communes et dans les grandes villes est de 1 à 2 pour le cinéma, de 1 à 3 pour les concerts de grande musique, de 1 à 4 pour les concerts de musique pop et de jazz, et atteint son maximum (de 1 à 5) avec le théâtre.

Ainsi que la lecture de livres ou l'écoute de disques

Toutes deux croissent régulièrement au fur et à mesure que l'on va vers des zones où le tissu urbain est plus dense. C'est pour le livre que les différences de pratique sont les plus flagrantes : l'écart entre ruraux et parisiens est de 1 à 2 pour les taux de lecture annuelle d'au moins 5 livres, mais il est de 1 à 3 si l'on considère la lecture d'au moins 25 livres dans l'année. La lecture régulière d'un quotidien est cependant plus fréquente en province qu'à Paris (62 % des habitants des petites villes, contre 53 % des parisiens le lisent tous les jours). C'est également dans les communes rurales et les petites villes que la lecture des magazines féminins ou familiaux est la plus répandue.

Mais les fêtes restent plus suivies en province qu'à Paris

Les fêtes foraines sont un événement familier de la vie des provinciaux. La participation à ces fêtes, comme à d'autres, est plus spécialement le fait des habitants des petites villes.

Et la télévision plus regardée

C'est dans les villes de moins de 100.000 habitants que l'on regarde le plus la télévision, et ceci est vrai de la fréquence comme de la durée de l'écoute (36 % des téléspectateurs ruraux regardent la télévision plus de 20 h. par semaine, contre 28 % des habitants des grandes villes). L'écoute de la radio est globalement moins importante en province qu'à Paris.

Les pratiques amateurs sont partagées également entre provinciaux et parisiens

C'est particulièrement le cas de la musique (fanfare, orchestre, groupe folklorique, etc...) et de la participation aux associations culturelles et artistiques. Par contre la pratique effective d'une activité telle que la poterie, la reliure, la danse, la poésie, etc..., largement tributaire de l'existence d'équipements socio-culturels, varie selon l'importance de la ville.

La province... ou des provinces ?

Les disparités observées entre le niveau des pratiques culturelles à Paris et en province sont très importantes, mais celles que l'on peut relever entre les catégories d'agglomération ne le sont guère moins. C'est que la province ne constitue pas un ensemble homogène : l'offre des services culturels n'est pas la même, ni l'utilisation qui est faite de cette offre, selon que l'on habite une commune rurale, une petite ville, une ville moyenne, ou une grande ville de plus de 100.000 habitants.

Le processus cumulatif du développement culturel apparaît clairement : plus il y a d'offres culturelles extérieures et plus grande est la probabilité de pratiques culturelles, y compris à domicile.

	Communes rurales (1)	Ville de moins de 20.000 h.	Villes de 20.000 à 100.000 h.	Villes de plus de 100.000 h.	PARIS
Ont assisté au moins une fois dans l'année à :					
- une représentation théâtrale	3	7	13	15	33
- un concert de grande musique	3	7	6	10	16
- un concert de pop music ou de jazz	2	5	4	8	18
- une séance de cinéma	33	48	52	62	83
- une fête foraine	52	61	48	41	24
- un match sportif	22	30	22	28	11
- un bal public	29	29	21	24	16
- un spectacle de danse folklorique	9	16	10	15	8
- un spectacle de cirque	8	14	12	12	10
Regardent quotidiennement la télévision	69	68	70	62	54
Ont lu au moins 5 livres dans l'année	38	51	60	66	77
Écoulent disques au moins 1 fois par mois	36	47	48	54	61

(1) Pourcentage de personnes pratiquant telle ou telle activité, par rapport aux habitants de chaque catégorie d'agglomération.

Source : Ministère de la Culture et de l'Environnement. Service des études et de la recherche. Les Pratiques culturelles des français, Paris 1974, 2 vol.

Le public du musée des beaux-arts de Grenoble

La plus forte croissance de fréquentation depuis 15 ans

De toutes les institutions culturelles, ce sont les musées qui ont connu depuis 15 ans la plus forte croissance de leur public : + 66 % pour les seules entrées payantes dans les Musées nationaux, tandis que dans le même temps la fréquentation des Monuments Historiques n'augmentait que de 30 %, celle de l'opéra stagnait, celle du théâtre diminuait de 40 % et celle du cinéma de 50 % (1).

Mais deux français sur trois ne pénètrent jamais dans un musée

Il ne faudrait pas pour autant déduire de l'augmentation du nombre des entrées que les musées, corrigeant le lourd handicap qui faisait de la plupart d'entre eux des « temples » entr'ouverts presque uniquement fréquentés par les couches sociales les plus favorisées ou les plus instruites, touchent aujourd'hui tous les Français, ou ont un impact équivalent dans toutes les catégories de la population. Les deux tiers des français (64,5 %) ne pénètrent jamais ou pratiquement jamais dans les musées (2), et le taux de fréquentation reste sensiblement plus élevé chez les cadres supérieurs ou les cadres moyens que chez les ouvriers, chez les titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme d'études supérieures que chez les titulaires du certificat d'étude ou du BEPC. Cependant, l'écart qui sépare les différentes catégories de la population dans leur rapport au musée tend aujourd'hui à se réduire, sous l'effet d'une double évolution :

- l'élévation progressive du niveau d'étude d'une partie de la population (croissance des effectifs scolarisés dans l'enseignement secondaire et l'enseignement supérieur).
- le développement des vacances prises hors du domicile, et plus particulièrement des déplacements effectués à cette occasion ; il faut rappeler que la visite des musées est une pratique étroitement liée au tourisme, et que les deux tiers de ceux qui ont visité des musées au cours de l'année l'ont fait ailleurs que dans la commune qu'ils habitent ou ses environs (2).

Mais on ne saurait poser le problème de la fréquentation des musées seulement en termes globaux. L'étude du Musée de peinture et de sculpture de Grenoble, que vient de réaliser le Service des études et de la recherche (3), nous donne l'occasion d'analyser de manière plus approfondie les rapports concrets, quotidiens et vécus qui s'établissent entre les musées et leur public :

Un public jeune

L'importance particulière des jeunes dans le public n'est pas un phénomène propre au musée de Grenoble, ni même aux musées en général : il en est de même dans la plupart des équipements culturels. La répartition par âge du public mérite cependant d'être rappelée ici, dans la mesure où elle constitue une pyramide des âges sensiblement différente de la pyramide des âges de l'ensemble de la population française. Les 18-21 ans sont proportionnellement trois fois plus nombreux dans le public du musée de Grenoble que dans la population, les 22-25 ans deux fois plus, tandis que les 26-40 ans ont une représentation à peu près équivalente. A l'inverse, les 41-60 ans sont deux fois moins nombreux et les plus de 60 ans cinq fois moins.

Les professeurs, les artistes, les étudiants et les autres...

Par ailleurs, le musée de Grenoble n'échappe pas à la règle générale, qui veut que la fréquentation des musées soit principalement le fait des couches les plus favorisées de la population, des plus instruits, et des étudiants ou des élèves. Mais relever l'existence de ce phénomène, si fondamental et si connu soit-il (*) est insuffisant. Il est intéressant d'isoler au sein du public certains groupes spécifiques importants, soit pour l'influence qu'ils exerceront ultérieurement auprès des visiteurs potentiels du musée vis-à-vis de qui ils jouent le rôle de « leader d'opi-

(*) On se reportera en particulier à l'importante étude qui a été réalisée en 1964 sous la direction de Pierre Bourdieu avec le concours du Service des études et de la recherche du Ministère des Affaires Culturelles, et dont les conclusions restent d'actualité : « L'amour de l'art : les musées et leur public » - Editions de Minuit, Paris 1966.

nion » : les enseignants (11 %) et les personnes qui exercent des professions intellectuelles diverses (journalistes, chercheurs, animateurs) 6 % ; soit pour le bénéfice qu'ils retireront de leur visite au musée pour leur propre activité créatrice : les artistes (3 %) et les étudiants des beaux-arts (2 %).

La conquête d'un public nouveau

Qu'il soit d'origine locale (67 % de la fréquentation) ou nationale (33 % de la fréquentation), le public du musée de Grenoble reste essentiellement un public déjà initié à la pratique des musées, si ce n'est un public d'habités : 84 % des personnes interrogées ont reconnu qu'elles visitaient fréquemment ou au moins de temps en temps d'autres musées. Une fois de plus joue une autre règle des comportements culturels : le cumul des pratiques ; la visite des musées appelle d'autres visites, tandis que l'absence de visite fortifie le sentiment inconscient que « le musée n'est pas un lieu pour nous ». Nous avons essayé cependant de voir, au delà de ces déterminismes fondamentaux, si le musée ne restait pas pour quelques uns l'objet d'une découverte. C'est ce « nouveau public », faible en nombre mais combien important pour l'avenir de toute entreprise de diffusion culturelle, que nous avons pu isoler à travers la combinaison de deux questions, l'une portant sur la fréquentation du musée de Grenoble et l'autre sur la fréquentation des musées en général (voir tableau).

De la notoriété du musée à sa fréquentation

Il ne suffit pas que l'existence du musée soit connue pour que celui-ci soit perçu comme l'objet possible d'une visite. Connaissance d'ailleurs toute relative, et qui revêt des degrés différents selon les individus : interrogés sur les endroits où l'on peut voir exposées des œuvres d'art, les Grenoblois se partagent entre ceux qui répondent spontanément « le Musée de peinture et de sculpture » (32 %), ceux qui répondent « le Musée » sans précisions (12 %), ceux qui ne se souviennent du musée que quand on leur en a

rappelé l'existence (28 %) et ceux qui ignorent qu'il en existe un dans leur ville (28 %). On peut donc situer les habitants d'une ville en fonction d'une sorte d'« échelle de notoriété » à quatre niveaux ; seuls ceux qui se situent au premier niveau constituent réellement le « public potentiel » du musée.

Le passage de la connaissance du musée à sa fréquentation peut avoir une triple origine : 34 % des visiteurs se réfèrent à une information directe prise à diverses sources (presse, guide, affiche), 28 % à une information médiatisée, c'est-à-dire transmise sous forme de conseil par un ami, un professeur, un animateur, etc..., et 38 % ne se réfèrent à aucune stimulation précise (entrée « par hasard » ou parce que l'on connaissait déjà le musée).

Presse et affiches ne touchent guère le non-public

Ces différentes incitations ne touchent d'ailleurs pas les mêmes fractions du public : affiches et presse touchent plus efficacement les personnes qui disposaient déjà de beaucoup d'information sur le plan culturel, alors qu'elles ont moins de prise sur le « non public », à qui elles sont pourtant souvent destinées. Par contre le « bouche à oreille », s'il atteint lui aussi d'autant plus facilement les gens qu'il rencontre leurs attentes (liées à une pratique effective déjà existante), touche cependant en même temps plus efficacement d'autres catégories de personnes : il est en particulier à l'origine de la fréquentation de la plupart de ceux que nous avons appelé plus haut le « nouveau public ».

Comprendre ce que l'on voit

Une autre forme d'information doit être mentionnée, qui ne porte plus cette fois sur le musée en général mais sur son contenu même : il s'agit de l'information diffusée à l'intérieur du musée : son objectif immédiat n'est pas d'en accroître la fréquentation, mais d'améliorer la satisfaction et l'intérêt qu'en retirent ceux qui y ont pénétré. Dans cet esprit, le musée de Grenoble a mis à la disposition de son public des feuilles de commentaire. Si celles-ci sont largement utilisées (58 % les ont lues ou parcourues), il n'est pas certain qu'elles correspondent toujours à ce que souhaitent trouver les visiteurs ; parmi les différentes formules possibles, c'est le commentaire sous le tableau qui emporte les préférences (40 %), suivi des feuilles volantes (29 %), du guide disponible pour répondre aux demandes d'information (19 %), et du guidage par magnétophone portatif (14 %). Rappelons enfin que 30 % des visiteurs n'expriment pas le souhait d'avoir des moyens d'information à leur disposition pour parcourir le musée, préférant se fier à leurs seules connaissances ou à leur seule subjectivité.

Les expositions temporaires

Quant aux expositions temporaires, que l'on croit souvent capables de drainer vers le musée un autre public, qui serait alerté par la publicité qui leur est donnée ou attiré par leur thème, elles touchent paradoxalement beaucoup plus les visiteurs les plus assidus, faisant revenir les anciens plutôt que venir les nouveaux. Il faut cependant nuancer ce propos et faire la distinction entre deux types d'expositions : en effet, la proportion de personnes qui ont

dit être venues plus particulièrement pour voir l'exposition temporaire a varié très sensiblement selon la nature de cette exposition : 31 % pour l'exposition « Acquisitions du musée de Grenoble », 54 % pour l'exposition « peintres Dauphinois ». On peut faire l'hypothèse que l'exposition des peintres dauphinois a exercé l'effet d'attraction le plus fort parce qu'elle empruntait ses références à l'univers du quotidien et du concret (sur un double registre : peintre de la vie quotidienne et dimension régionale et locale), et non pas seulement à l'univers culturel au sens strict. A l'inverse, l'exposition « Acquisitions » ne renvoie dans son intitulé qu'à elle-même et à l'univers muséal, puisque c'est une procédure même de l'institution, l'acquisition, qui est prise pour thème. Son existence risque de ce fait de n'être perçue que par les fractions les plus informées et les plus « savantes » de la population.

Le public des musées n'existe pas, nous ne l'avons pas rencontré. Par contre il existe des publics spécifiques nettement différenciés, qui se distinguent par l'âge, l'appartenance sociale, l'origine géographique ou leur familiarité même avec les musées en général.

Allons plus loin : s'il n'y a pas un public mais plusieurs, nous serions tentés maintenant de dire qu'il n'y a pas, pour reprendre le cas que nous avons analysé plus précisément ici, un musée de Peinture et de Sculpture de Grenoble mais bien plusieurs : le musée n'existe pas « en soi », mais il est bel et bien construit par la démarche même de celui qui le visite. Tant il est vrai qu'une pratique culturelle commune n'annule pas la diversité des cultures des différents groupes sociaux, ou en d'autres termes que la diversité des cultures confère un sens différent à une pratique commune.

- (1) Annales statistiques de la culture. M. C. E. Service des études et de la recherche 1960 - 1974.
(2) Les pratiques culturelles des français. M. C. E. Service des études et de la recherche, 1974.
(3) Cette étude s'inscrit dans l'ensemble des travaux portant sur la vie culturelle à Grenoble : Le public du musée : fréquentation, comportement, attitudes, M. C. E. Service des études et de la recherche, 1977, 106 p.

VISITENT LE MUSÉE DE GRENOBLE	VISITENT LES MUSÉES EN GÉNÉRAL			
	rarement ou jamais	de temps en temps	souvent	très souvent
Pour la 1 ^{re} fois.	le nouveau public 10 %	les visiteurs épisodiques 26 %	les habitués 34 %	
Pour la 2 ^e fois ou plus. .	les visiteurs 66 %		les amateurs de musées 30 %	

cultures régionales

GÉNÉRALITES

ARPITAUER (R.) — Quel sexe a la Bretagne ?... ou contribution à une psychanalyse du mouvement breton — *Sav-Breizh*, janv.-fév. 1974 et mars-avril 1974, pp. 5-11 et 22-27.

ASSOCIATION PROVENÇALE D'ÉTUDES RÉGIONALES — La langue et la culture régionales en Provence-Alpes-Côte d'Azur — Etude réalisée pour le compte de l'Etablissement Public Régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur, sous la direction de Y. Barelli, s. l., 1976, 138 p.

Cinéma des minorités ethniques — *Image et son*, n° 293, fév. 1975, pp. 17-86.

Sommaire :

— CORNAND (André) - Un cinéma parisien existe-t-il ?
— GRELIER (Robert) — Un cinéma décentralisé ?
— DURAND (Philippe) — Naissance du cinéma breton.
— GRELIER (Robert) — Entretien avec René Vauthier.
— HAUDIQUET (Philippe) — Occitanie et cinéma.
— LAJEUNESSE (Jacqueline) — BEAUFILS (Alain) — Des stages et des films pas comme les autres.

DUBET (François) — Sur l'analyse sociologique du mouvement occitan — *Sociologie du travail*, n° 3, juil.-sept. 1976, pp. 302-321.

GUILCHER (Yvon) — Stivell, le folk et l'exotisme — *Gigue*, n° 8, nov. 1975, pp. 24-28.

LE BRIS (Michel) — Occitanie : volem viure — Paris, Gallimard, 1974, 336 p. (Coll. "France sauvage").

MARTI (Claude) — Homme d'oc. — Paris, Stock, 1975, 272 p. (Coll. "Dire / Stock 2").

Les minorités nationales — *Infodoc-Dossiers*, n° 325, mars 1976, pp. 1-10.

NETTER (Marc) — Le développement culturel de la Corse — Ministère de la Culture et de l'Environnement, Service des études et de la recherche, 1975, 3 vol. ronéo.

Le régionalisme : une chance pour l'Europe de demain — Les dossiers de l'histoire, n° 4, juillet-août-septembre 1976, 135 p.

Sommaire :

— SERANT (Paul) - Les communautés ethniques face à l'état national — ESCAICH (René) - BORDAS (Thierry) - Le réveil de l'occitanie — MOURREAU (Jean-Jacques) - Les problèmes de l'Alsace d'aujourd'hui — CASSARD (Jean-Christophe) - LERHUN (P. Y.) - Bretagne : un trop long sous-développement — CORNU (Daniel) - Suisse : le 23^e canton sera jurassien — MEAN (André) - La Wallonie à la recherche d'un équilibre — SCHOONBROODT (Joseph) - Une région... en voie de sous-développement — DORANDEAU (Joan) - A propos des langues régionales.

SIFFER (Roger) — Les Alsaciens sont-ils les derniers indiens d'Europe ? Propos recueillis par Jean-Paul Liégeois — *L'Unité*, n° 207, 28 mai 1976, pp. 19-21.

STEFANI (Arlindo) — Une culture vivante dans le mont Lozère — Marly, INEP, 1974, 143 p. (Coll. "Travaux du CERD, Documents de l'INEP").

ENSEIGNEMENT DES LANGUES RÉGIONALES

L'enseignement des cultures et langues locales — *Le Courrier de l'Education*, n° 24, 16 février 1976, pp. 4-5.

MARCILLES (Jean-Baptiste) — Langues et cultures régionales — *L'école et la nation*, n° 257, janvier 1976, pp. 27-31.

Le réveil des langues régionales — *Le Monde de l'Education*, n° 20, sept. 1976, pp. 3-19.

Sommaire :

— DENIEUL (Michel) - Des patrimoines à conserver
MEURY (André) - Breton : le nouveau chant des binious — RICHARDOT (Jean-Pierre) - Occitan : les bacheliers de Montségur — CHABROL (Jean-Pierre) - Le patois dans le temple — CELLARD (Jacques) - Alsacien : la langue du foyer — CELLARD (Jacques) - Corse : Une reconnaissance tardive ; Basque : L'œuvre d'une communauté ; Flamand : Une survivance.

ANIMATION CULTURES RÉGIONALES

COMTE (Nicole) — « La Geste Paysane » ou l'envers de l'histoire — *Espace 90*, n° 65, sept. 1976, pp. 20-23.

Dastum, magnétothèque nationale bretonne — Propos recueillis par Michel Renaudin auprès de Michel Prémorvan — *Gigue*, n° 4-5, 1973, pp. 47-49.

HUMBLLOT (Catherine) — Cultures à Martigues — *Le Monde*, 31 août 1977.

HUMBLLOT (Catherine) — La fête occitane de Bédarieux — *Le Monde*, 26 août 1977.

RICHARDOT (Jean-Pierre) — L'école occitane de Villeneuve-sur-Lot — *Le Monde*, 14 sept. 1977.

STREICHER (Jean-Claude) — Alsace : la démultiplication — *Politique Hebdo*, n° 216, 1-7 avril 1976, pp. 11.

Lo teatro de la Carriera : « Nous voulons redonner un carnaval au peuple et à l'Occitanie » — Entretien de Jean-Paul Liégeois avec les animateurs du Teatro de la Carriera — *L'Unité*, n° 194, 27 février 1976, pp. 24-26.

« Ziberuko Zohardia » — Une association basque — *Bulletin d'information de la mutualité agricole*, n° 268, mai 1976, pp. 32-33.

A PARAÎTRE

Développement culturel, répertoire bibliographique des études françaises parues de 1970 à 1975 (1.000 références) par Geneviève Gentil, Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 45 F.

Développement culturel, répertoire bibliographique des livres et articles parus en 1976 (650 références) réalisé par le Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 30 F.

En vente à la Documentation Française, 29-31, quai Voltaire, 75340 Paris

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de l'Environnement, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 37

Février 1978

REPÈRES

Le livre en 1976

23 363 titres publiés en 1976

1975 = 21 969	1973 = 23 013
1974 = 20 374	1972 = 22 261
	1966 = 16 242

Après la chute brutale de la production en titres de 1974, celle-ci dépasse maintenant le niveau atteint en 1973. La publication de nouveautés, qui stagnait depuis 1971 à 10 000 titres environ, progresse à nouveau (10 729 nouveautés en 1976). La « reprise » est due surtout aux réimpressions dont le nombre avait fortement diminué en 1974.

325 millions d'exemplaires

production	dont nouveautés	production	dont nouveautés
1975 = 310	132	1973 = 309	135
1974 = 302	136	1972 = 337	137
		1966 = 248	113

Les nouveautés (137 millions en 1976) ne progressent pas par rapport à 1971. Comme pour les titres, les fluctuations - et la reprise - sont surtout imputables à l'évolution des réimpressions.

Des tirages moyens en baisse

Par rapport à 1975, la production de titres à progressé de plus de 6 % contre 5 % seulement pour la production d'exemplaires soit depuis 10 ans une augmentation de 44 % des titres et de 31 % des exemplaires : on assiste donc à une nouvelle diminution des tirages moyens : ceux-ci sont de 13 913 pour l'ensemble de la production, de 12 796 pour les nouveautés et 14 733 pour les réimpressions. Ceci s'inscrit dans un mouvement à long terme : depuis plus de 15 ans, les tirages tendent à rester stationnaires sinon à décroître légèrement.

Une reprise sélective :

Livres pratiques d'abord

Deux catégories d'ouvrages ont fortement progressé quant au nombre de titres publiés en 1976 : les livres pratiques et les ouvrages de sciences humaines - en particulier pour les nouveautés ; l'expansion est encore plus forte en nombre d'exemplaires (34 % et 15 % respectivement par rapport à 1975).

4 milliards de chiffre d'affaires

Il s'agit du chiffre d'affaires hors taxe des 386 éditeurs ayant réalisé un chiffre d'affaires annuel supérieur à 200 000 F.

La progression de 11,3 % en francs courants par rapport à 1975 (3,6 milliards) correspond pratiquement à une stagnation en francs constants (+ 0,2 % par rapport à 1975). Ainsi depuis 5 ans le chiffre d'affaires en francs courants a augmenté de plus des 3/4 et de 13,6 % en francs constants.

Littérature, encyclopédies et dictionnaires en tête

Le chiffre d'affaires de la littérature est de 947 millions de F. (24,2 % du total), celui des encyclopédies et dictionnaires de 797 millions de F. (20,4 % du total).

Les autres catégories d'ouvrages se classent ensuite par importance :

Livres pratiques	12,5 %
Livres scolaires	11,9 %
Livres de jeunesse	8,3 %
Livres de sciences humaines	7,9 %
Beaux livres, livres d'art	6,8 %
Livres scientifiques et techniques	6,4 %

Une production concentrée en titres et en chiffre d'affaires

25 maisons d'édition déposent 200 titres ou plus chacune et produisent la moitié des titres : chez elles, les réimpressions prédominent (62 % de leur production). Par contre plus de la moitié des maisons (53,4 %) publient moins de 20 titres et éditent au total 6,6 % des titres : les nouveautés sont majoritaires (55 % de leur production). La concentration du chiffre d'affaires est du même ordre.

Distribution directe et indirecte

Près des 3/4 du chiffre d'affaires des éditeurs (72 %) est réalisé avec des intermédiaires (grossistes, diffuseurs, clubs) ou des détaillants (libraires, ...). Les ventes aux diffuseurs représentent à elles seules 33 %. La vente directe par les éditeurs (28 %) se fait par courtage (10 %) correspondance (15 %) et vente directe aux collectivités et administrations (1 %).

Une industrie culturelle : le disque

Une croissance forte apparemment insensible aux fluctuations économiques récentes

Depuis 1968, les ventes de disques sur le marché français n'ont cessé d'augmenter et leur taux annuel moyen d'accroissement est de l'ordre de 15 % en quantité et de 17 % en valeur.

Il en est de même pour le marché des bandes magnétiques dans lequel les cassettes, connaissent depuis la même date un essor très rapide. Leur production représentait en 1975 6 % de la production totale d'enregistrement sonores. Le pourcentage est d'autant plus remarquable que leur apparition sur le marché est relativement récente (1967). Par contre, les bandes préenregistrées ont des chiffres de production très faibles et les cartouches semblent n'avoir eu sur le marché qu'une existence éphémère.

Cette croissance se traduit par une standardisation des produits avec disparition quasi-totale des 78 et 16 tours, des 33 tours 17 et 25 cm au profit des 45 tours simple et du 33 tours 30 cm qui représentent chacun 45 % des ventes.

On assiste aussi à l'élargissement rapide du public des consommateurs puisque le chiffre total de la production française a été multiplié par 2,32 entre 1968 et 1973 alors que le nombre de titres enregistrés à la Phonothèque Nationale n'a été dans le même temps que multiplié par 1,34.

Parallèlement les producteurs prévoient pour les prochaines années un taux d'équipement en électrophones voisin de 100 % alors que celui-ci n'était que de 32,5 % en 1969.

Notons enfin que les deux produits qui connaissent sur le marché français la croissance la plus rapide (le 33 tours 30 cm et la cassette) sont aussi ceux qui donnent lieu au maximum d'échanges croisés avec l'étranger puisqu'ils présentent simultanément les pourcentages les plus élevés à l'exportation et à l'importation.

Il convient de mentionner également l'excédent de la balance commerciale et le fait que les pays francophones et la C. E. E. absorbent 90 % des exportations françaises.

L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE EN 1976

- 154 millions de disques pressés (plus 8 pour cent par rapport à 1975).
- 13 millions de bandes magnétiques préenregistrées pour cassettes, cartouches et bobines produites (plus 34,20 pour cent par rapport à 1975).
- 141 millions de phonogrammes vendus. Pour la première fois, plus de 33 tours 30 cm que de 45 tours.
- 2.500 millions : montant estimé des achats de disques et cassettes par le public.
- 122 millions de droits versés aux auteurs.
- 117 millions de salaires et royalties aux artistes interprètes et exécutants.
- 6.296 personnes employées à titre permanent.

Source : SNEPA

La concentration au stade de la phase industrielle de la production est plus accentuée que dans les phases où intervient l'artiste

On compte actuellement sur le marché français 250 éditeurs environ ; une dizaine de studios d'enregistrement importants (indépendants ou non) et un grand nombre de petits studios ; six usines de pressage importantes et une vingtaine de petites ; une quinzaine de firmes pourvues d'un réseau commercial, et à peu près autant d'unités de messageries.

Au niveau de l'édition *stricto sensu* la branche se structure en deux groupes distincts avec peu de firmes intermédiaires. D'une part les gros éditeurs, environ une quinzaine de firmes, en général auto-distribuées, occupent plus de 90 % du marché. D'autre part, les petits éditeurs spécialisés distribués par les précédents, qui produisent quelques dizaines de titres par an ou moins, comprennent en particulier les petites firmes éditrices de musique classique. La concentration dans le domaine de la musique classique est plus forte que dans l'ensemble de l'édition ; ceci s'explique par l'absence d'éditeurs moyens dans ce secteur et par la relative faiblesse des groupes américains en classique.

Le marché français résiste aux influences musicales étrangères

Le marché français présente, par rapport aux marchés étrangers les plus importants, certaines particularités notables.

On note d'abord un certain retard de la consommation par habitant par rapport à des marchés comme ceux des États-Unis, de la Grande-Bretagne, ou de l'Allemagne Fédérale. En outre, la structure de la consommation est sensiblement

différente : le 45 tours se maintient bien sur le marché français alors que ce format est devenu très minoritaire ailleurs ; par contre, le 30 cm s'est développé en France plus tard et moins vite qu'à l'étranger, et il semble en être de même pour les cassettes préenregistrées. (Notons que contrairement à l'Europe où les cassettes se développent très vite et représentent la quasi-totalité des ventes de bandes préenregistrées, la vente de cartouches aux U. S. A. est en gros 6 fois plus forte que celle des cassettes).

Surtout, le marché français est résistant aux influences musicales étrangères en général, et anglo-saxonnes en particulier. Ce trait le distingue radicalement des marchés britannique, allemand, et scandinave, sur lesquels les productions locales sont largement minoritaires par rapport aux variétés d'importation américaine ; il le rapproche au contraire de marchés comme l'espagnol, où la production discographique semble constituer l'expression directe d'un particularisme culturel national. Ceci n'est d'ailleurs vrai que de la musique de variétés ; elle représente 80 % des ventes en France, au sein desquelles la variété française populaire se taille la part du lion. A tel point que les firmes étrangères doivent, pour pénétrer sur le marché français, totalement franciser leurs structures, leur personnel et leur production : en rachetant par exemple de petits producteurs locaux connaissant bien le public et les ressources artistiques du cru. Inversement, la musique de variétés française s'exporte très bien à l'étranger, y compris dans des pays non latins et culturellement éloignés, comme le Japon (2,16 % du marché) ou la Suède (1,12 %).

SOURCE : L'économie du disque en France par A. HENNON et J. P. VIGNOLLE, Centre de Sociologie de l'Innovation, Ecole des Mines de Paris. Recherche financée par le C. O. R. D. E. S., la D. G. R. S. T. et le Ministère de la Culture et de l'Environnement.

Un autre trait distinctif du marché français consiste en la part plus importante qu'y détient la musique classique : de 13 à 15 % des ventes, soit un pourcentage voisin de l'allemand, et nettement supérieur à ceux de la Grande-Bretagne ou des États-Unis. Toutefois, les ventes de musique classique croissent moins vite que celles de variétés, si bien que la part du classique tend à décroître lentement.

On peut donc se demander si les particularismes du marché français relèvent de la stabilité d'une culture spécifique, qui serait méditerranéenne et latine par opposition aux traditions anglo-saxonnes et américaines, ou si la structure de la consommation française est appelée à s'aligner sur celle des pays occidentaux développés, auquel cas elle participerait de la conjoncture générale d'entrée du disque dans la consommation de masse et d'internationalisation des marchés, des musiques, et du goût.

35.000 chansons créées, 25.000 éditées, 8.000 disques lancés, 1.200 passés sur les ondes, 50 succès nationaux, 10 succès internationaux

Ces chiffres suffisent à donner une idée de la sélection draconienne qui s'opère, « en entonnoir », de façon délibérée ou inconsciente, entre le tout-venant de la production musicale et les quelques enregistrements donnant lieu à une consommation massive.

Des chiffres d'origine américaine indiquent par ailleurs que 70 % des disques produits chaque année sont déficitaires. Le pourcentage serait du même ordre en France. Une telle « surproduction » n'est possible que du fait de la faiblesse des investissements initiaux tant au niveau des frais artistiques que des coûts d'enregistrement. Une stratégie de surproduction délibérée, constitue ainsi pour les firmes importantes une réaction efficace aux aléas d'un

produit incertain, tant du point de vue des critères de qualité artistique que du point de vue des variations imprévisibles et rapides qui peuvent affecter les goûts du public.

Il n'est cependant pas aisé d'élucider le système complexe des rapports de pouvoirs qui mettent aux prises, non seulement les mass-media, mais aussi les milieux musicaux eux-mêmes et les différentes catégories de publics. Paradoxalement, le langage le plus couramment tenu par les diverses parties prenantes est celui de l'impuissance : nombre d'artistes font endosser aux firmes éditrices la responsabilité de ce qu'ils considèrent comme un appauvrissement du répertoire et se considèrent comme les victimes d'une certaine censure ; les firmes, quant à elles, rejettent sur les mass-media (radio et télévision essentiellement) l'initiative de l'élimination ou de la standardisation des produits ; les media, enfin invoquent les sondages quotidiennement réalisés auprès de leurs auditeurs et se retranchent derrière l'argument ultime de la démocratie et des goûts du public. Quant au public, s'il manifeste rarement son insatisfaction, il arrive souvent que son engouement inattendu pour telle ou telle musique nouvelle sortant des sentiers battus et rebattus de la consommation de masse révèle *a contrario* une sorte de besoin latent dont l'existence n'était, jusque là, ni soupçonnée ni exploitée. Ces quelques considérations semblent dessiner l'image d'un procès sans sujet, ou un équilibre des pouvoirs qui autoriserait les différents acteurs, plus conscients des limites de leur influence que de ses possibilités réelles, à se renvoyer indéfiniment la balle.

S'il est vrai que le soutien des média est la condition nécessaire à la formation d'un « tube », le « matraquage » d'une chanson sur les ondes ne suffit pas nécessairement à en faire un succès. D'autant que l'audience des média n'est pas identique au public des acheteurs de disques. En outre, les choix des média sont déjà largement pré-déterminés par les possibilités qu'offre la sélection déjà faite par les maisons de disques. Les firmes éditrices pré-déterminent ainsi les contenus de la consommation musicale et influencent sensiblement les courants de la création artistique, les modes et les goûts du public.

TUBES ET FONDS DE CATALOGUES

La durée de vie d'un « tube » est de l'ordre de 3 à 6 mois pendant lesquels les ventes peuvent aller de 500.000 à 1 million ou 1,5 million d'exemplaires. L'apparition d'un tube est très généralement liée au « matraquage » par les mass-media mais c'est un phénomène relativement limité car on ne compte qu'une vingtaine de titres qui chaque année dépassaient les 500.000 exemplaires sur le marché français.

Le « tube » est en outre un phénomène typique du domaine des variétés. On peut cependant noter deux types d'exception :

- a) « Variétisation » d'un morceau de musique classique : un extrait d'une œuvre classique, transformé pour les besoins de la cause (nouvelle orchestration, accentuation de certains effets, etc.), est lancé par voie de « matraquage » radiophonique et atteint des chiffres de ventes très élevés.

Exemple : « Nabucco » de Verdi, « arrangé » par Valdo de los Rios. Ce disque, sorti en septembre 1973, végète pendant un an environ sans qu'on en parle nulle part. Après un matraquage radio survenu pendant l'été 1974, le disque se vend à plus d'un million d'exemplaires alors qu'il semble que le personnel de la maison d'origine lui-même l'avait complètement oublié.

- b) Matraquage d'une œuvre classique telle quelle. Ce phénomène est assez rare, mais peut se produire.

Exemple : les concertos pour mandoline de Vivaldi, « matraqués » dix jours durant par RTL. En quelques semaines se sont vendus 50.000 45 tours et 10.000 30 cm, ce qui est bien supérieur aux chiffres de ventes habituels en classique, quoique nettement inférieur aux possibilités du tube de variétés.

La popularisation de tout ou partie d'œuvres classiques par intervention des mass-media, avec ou sans « variétisation » de l'œuvre elle-même, peut être illustrée par de nombreux exemples : succès populaire du 21^e concerto pour piano de Mozart utilisé comme fond sonore de la publicité pour l'eau d'Evian ; « variétisation » par Valdo de los Rios de Nabucco de Verdi et de la 40^e symphonie de Mozart ; succès de « Carmina Burana » de Karl Orff utilisé comme indicatif de l'émission de Pierre Bellemare ; il y a toujours quelque chose à faire, sur Europe n° 1 ; popularisation du « Requiem » de Verdi grâce au film « Les Misérables » du « Messie » de Haendel grâce à « Viridiana » ; du « Requiem » de Mozart grâce à « Don Juan » 1973 ; de la 9^e symphonie de Beethoven (« arrangée ») grâce à « Orange mécanique » ; de l'adagietto de la 7^e de Beethoven grâce à « Lola » ; de la « Flûte enchantée » de Mozart grâce au film de Bergman ; de la 5^e symphonie de Mahler grâce au film de Visconti « Mort à Venise » (en sortant un disque dont la pochette portait une photo extraite du film, Pathe-Marconi a vendu 30.000 45 tours en un mois).

En opposition au « tube » typique, on peut d'abord souligner la relative modicité des ventes sur la plupart des articles de variétés habituels. Cependant il y a des artistes consacrés, des valeurs sûres, qui permettent de réaliser régulièrement des ventes stables : Bécoud, Brassens, vendent environ 100.000 30 cm par an, depuis de nombreuses années.

Pour ces mêmes chanteurs, les ventes peuvent atteindre 200.000 exemplaires annuels en cas de sortie d'un nouveau 33 tours. Les artistes de plus grand rapport ne sont pas nécessairement ceux auxquels on penserait a priori : Yvette Horner a vendu plus de 12 millions de disques depuis le début de sa carrière ; « Petit Papa Noël » de Tino Rossi, enregistré en 1946, s'est vendu à plus de 10 millions d'exemplaires et on en vend encore 100.000 exemplaires chaque année dans la période des fêtes. Tino Rossi est peut-être le record absolu des ventes sur le marché français, à égalité, semble-t-il, avec Johnny Halliday.

Quelques travaux récents du service des études

ATLAS CULTUREL — Ce recueil cartographique met en lumière les actions et les équipements du ministère responsable de la culture au niveau central, régional et départemental. Il mentionne aussi les organismes placés sous tutelle et les activités subventionnées. En ce sens, l'Atlas constitue non seulement un document d'actualité, mais aussi un instrument pour les décisions futures. — 150 F.

SOMMAIRE — Données générales : directions régionales, conservateurs et agences des bâtiments de France, conseillers artistiques, délégués musicaux... — Action culturelle : maisons de culture, centres d'animation culturelle, interventions du Fonds d'intervention culturelle... — Théâtre : Théâtres subventionnés, compagnies dramatiques, festivals... — Musique : Orchestres régionaux, compagnies lyriques, chorales... — Cinéma : Salles cinéma, salles art et essai, nombre d'entrées dans les salles... — Arts plastiques : artistes affiliés à la Sécurité sociale, réalisations au titre du 1 %... — Bibliothèques publiques : B. C. P., bibliothèques municipales, bibliobus... — Musées : acquisitions, opérations de restauration, expositions... — Patrimoine architectural : monuments historiques et sites classés et inscrits, secteurs sauvegardés... — Fouilles - Inventaires - Archives : dépôts, ateliers de microfilmage, services éducatifs...

LIVRES ET ARTICLES PARUS EN 1976, répertoire bibliographique — 30 F.

200 revues ont été consultées pour établir les 612 références. Six index et des notices facilitent la consultation du répertoire.

SOMMAIRE — Culture et société, comportements culturels — politiques culturelles : action de l'Etat, position des partis politiques — les équipements culturels — l'animation et les animateurs — l'architecture — les archives — le cinéma — la radio-télévision — l'action culturelle scolaire — le livre et la lecture publique — les monuments historiques — les musées — la musique — le théâtre.

ETUDES PARUES DE 1970 A 1975, répertoire bibliographique — 45 F.

Une centaine de centres de recherche ont été interrogés pour établir ce répertoire qui comprend plus de 1.000 références d'études achevées ou en cours.

SOMMAIRE — Les comportements culturels — les jeunes et les apprentissages culturels — les équipements culturels — le livre — la radio, la télévision et les nouveaux médias — le cinéma — le théâtre — la musique — les monuments historiques — le statut socio-économique des artistes — l'animation — politique et planification culturelles.

ANNUAIRE STATISTIQUE DE LA CULTURE

Les deux tomes de l'annuaire 1970 - 1974 partent d'une conception élargie du champ culturel et ne se limitent pas à des informations sur la seule action de l'administration dont relève la culture.

C'est pour cela qu'à côté de données détaillées sur des domaines proprement culturels tels que les arts plastiques, le théâtre, la musique ou la danse, l'annuaire statistique de la culture présente un grand nombre d'information sur des domaines aussi divers que l'édition de livres, l'édition de disques, l'animation socio-culturelle, le commerce des objets d'art, etc...

Tome I — Dépenses culturelles — Equipement et pratiques culturelles des ménages — 35 F.

Tome II — Les domaines de l'activité culturelle — 90 F.

NOUVEAUX ELEMENTS SUR LE PUBLIC DES MUSEES

Le public du musée de peinture et de sculpture de Grenoble : fréquentation, comportement, attitudes — 30 F.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de la Communication, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 38

Juin 1978

RBPÈRES

Création et diffusion musicales

810.000 entrées aux concerts des grandes formations musicales pendant la saison 1974 / 1975

Orchestre de Paris.....	181.000 entrées
Orchestres régionaux.....	539.000 entrées
Associations symphoniques.....	98.000 entrées

1.400.000 entrées aux spectacles lyriques et chorégraphiques pendant la saison 1974 / 1975

Il s'agit des spectateurs de l'Opéra et de l'Opéra Studio ainsi que ceux des Théâtres de la Réunion des théâtres lyriques municipaux de France (RTLMF).

L'Opéra seul a enregistré 524.000 entrées pour 266 représentations données à l'Opéra (330.000 entrées dont 39.300 sur abonnement) ainsi que dans des lieux extérieurs (Palais des Congrès, Palais des Sports, Théâtre des Champs-Élysées, Cour Carrée du Louvre).

Près de 6.000 concerts de musique classique et contemporaine (1) et 50.000 spectacles de variétés en 1975

Le nombre de concerts de musique classique et contemporaine a doublé depuis 1970, celui des spectacles de variétés est resté stable. Les droits d'auteur perçus sur les recettes « entrées » ont triplé dans le même temps, permettant de conclure à l'accroissement du public de ces deux types de diffusion musicale.

Sur les 50.000 spectacles de variétés, 5.000 ont été organisés dans le cadre de tournées et 45.000 par des comités, associations... le plus souvent bénévoles.

(1) Il s'agit de concerts au cours desquels au moins une œuvre de musique symphonique, de chambre, chorale, etc... non tombée dans le domaine public a été jouée.

Sources : L'Édition Sonore. Février - mars 1978. SNEPA
Annuaire Statistique de la Culture. Tome 2, édité à la Documentation Française
Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique.

1.000 œuvres symphoniques, de musique de chambre ou électro-acoustiques sur 50.000 œuvres déposées chaque année à la SACEM

	1971	1972	1973	1974	1975
Œuvres déposées	41.691	48.394	48.844	49.784	56.498
dont œuvres symphoniques, de musique de chambre ou électro-acoustique	1.581	1.646	1.265	864	825

La croissance du nombre d'œuvres créées est due principalement aux dépôts de chansons, de musiques de films, d'illustrations sonores, de sketches... Par contre la musique « classique » contemporaine semble connaître une crise de production.

1.500 auteurs compositeurs et éditeurs de musique ont adhéré en 1975 à la SACEM

Les créateurs sont libres d'adhérer ou non à la SACEM (1), c'est-à-dire de lui faire apport ou non de leurs œuvres et du droit d'autoriser leur utilisation publique ou leur reproduction mécanique moyennant une redevance, le droit d'auteur. La très grande majorité d'entre eux y ont adhéré. Le nombre annuel des adhésions a doublé depuis 1970.

600 auteurs environ reçoivent plus de 100.000 F de droits d'auteur

5.000 créateurs touchent plus de 3.000 F et environ 17.000 comptes de membres de la SACEM sont crédités chaque année.

(1) Créée en 1851, la SACEM est un organisme professionnel d'auteurs qui a pris la forme d'une société civile. Elle a pour objet la protection des droits patrimoniaux des créateurs en cas d'utilisation publique et de reproduction mécanique de leurs œuvres.

Elle regroupe près de 40.000 membres (auteurs, compositeurs et éditeurs) et protège aussi en France les créateurs membres de sociétés étrangères avec qui la SACEM a conclu des accords de réciprocité soit au total un répertoire de plusieurs dizaines de millions d'œuvres dont près de 4 millions de titres français. (Ce répertoire est protégé pendant 64 ans après la mort de l'auteur qui en fait l'apport à la société).

La politique culturelle locale

Quand une grande ville choisit la culture

Le Livre Blanc sur la situation culturelle lyonnaise « *choisir la culture* » a été rendu public à la fin de l'année 1977. Il témoigne d'une double détermination, encore peu fréquente : appréhension globale du fait culturel, par delà les structures qui le morcellent ou qui en laissent de côté des fragments essentiels ; reconnaissance de la culture comme une donnée de politique municipale et non comme une charge inévitable, héritée de rites plus ou moins élitaires.

La démarche

Une vaste consultation

En dehors des dirigeants et utilisateurs des établissements et services culturels de la Ville ou de l'Etat, les auteurs du Livre Blanc ont associé à leur démarche de nombreux services administratifs : Education et Universités, Jeunesse et Sports, Tourisme, responsables de l'action sociale, de l'économie et de l'urbanisme, les associations privées, animateurs et créateurs de toutes orientations, les organisations consulaires, groupements commerciaux et professionnels, syndicats, les représentations étrangères à Lyon, les élus des collectivités locales voisines ou des grandes villes de la région (1).

Une analyse fonctionnelle

Le répertoire impressionnant des ressources financières, techniques, historiques et humaines dont dispose la deuxième agglomération urbaine française est dressé suivant une analyse sectorielle classique (arts plastiques, musées, théâtre, monuments...). Cependant, inventaires et organigrammes ne sont pas exposés pour leur seule justification, mais pour servir une démarche dynamique et prospective : l'analyse complémentaire de ces ressources par fonctions (formation, animation, conservation, création...) fournit en effet un éclairage cohérent à l'exposé des actions engagées ou projetées, et des choix politiques à définir compte tenu des équipements et des masses budgétaires en jeu.

(1) Cette concertation semble avoir seulement laissé de côté les responsables des centres sociaux ou socio-culturels, foyers de travailleurs, clubs de 3^e âge, et par voie de conséquence leurs usagers avec leurs motivations spécifiques. On souhaite que les mises à jours à venir soient l'occasion d'intégrer aux constats et aux orientations ces outils de culture et leurs publics, ce qui répond à la volonté d'ouverture constamment présente dans les pages du Livre Blanc.

Un bilan objectif

La nomenclature des équipements et des interventions est dressée sans complaisance et ne laisse à aucun moment dans l'ombre les points faibles d'une politique municipale, portée parfois aux choix somptuaires, rarement aux consultations ouvertes. L'expérience particulière de Lyon n'est jamais dissociée du contexte national ou local dans lequel elle s'exerce et devra s'exercer, prenant ainsi en compte la pression culturelle nationale (avec les risques de centralisation excessive des foyers de création), l'équilibre régional à inventer en fonction des initiatives, parfois considérables, d'autres villes de Rhône-Alpes, l'appel des onze communes satellites et du département sur la capacité d'initiative et les ressources de la Ville-Centre, enfin les expériences sectorielles engagées par des métropoles étrangères.

Les orientations

Le budget de fonctionnement de la Ville de Lyon a été consacré à la Culture dans une proportion de 10 % en 1968, de 15 % en 1970, de 20 % aujourd'hui. C'est dire que les gestionnaires municipaux sont conscients de la dimension politique que revêt la face « qualitative » de l'existence de leurs administrés. Ce cinquième du budget, alimenté par l'effort de toute la population, devrait idéalement bénéficier à tous. On en est loin malheureusement, à Lyon comme partout ailleurs : moins de 10 % de la population font un usage régulier des ressources culturelles ainsi prises en charges ; 30 % au plus y font occasionnellement appel.

Tous les lieux et tous les publics

La volonté de la municipalité est de renverser la tendance en accentuant la vocation culturelle des lieux les plus divers, sans oublier le décor et le mobilier urbains, et parallèlement en reconnaissant le poids culturel d'institutions et de groupes qui sortent des nomenclatures courantes : traditions populaires, traditions industrielles comme l'imprimerie et le tissage, entreprises commerciales à caractère culturel ou non (cinémas et librairies, mais aussi centres commerciaux et leurs modes d'animation des quartiers), cultures des résidents étrangers. Les actions envisagées dans ces domaines ne font

pas l'objet de programmes spécifiques, car il s'agit d'imbriquer dans les supports et les pratiques culturels classiques les expressions populaires ou techniques de la vie de la cité, en vue d'un enrichissement réciproque et d'un élargissement des catégories de populations impliquées.

Toutes les cultures

Pour y parvenir, le principe du pluralisme culturel (le droit à la différence) et celui de l'indépendance indispensable des créateurs sont posés en postulat, avec pour contrepartie l'appel au loyalisme des responsables culturels vis à vis de leur ville, qui n'entend pas laisser « confisquer » un secteur de la vie culturelle par quelque minorité que ce soit.

Cette volonté se traduit dans un programme amplement développé par objectifs généraux, analyse des réformes à introduire par secteurs, et des moyens financiers, techniques et politiques correspondants. Les objectifs apparaissent étroitement complémentaires, et convergents :

- 1 — Lutter contre les inégalités d'accès à la culture ;
- 2 — Elargir le domaine culturel : audiovisuel, culture scientifique, technique, écologie, environnement urbain ;
- 3 — Intégrer la culture à la vie de la Ville, en l'ouvrant notamment à l'activité économique et sociale, sur l'étranger ;
- 4 — Promouvoir la création.

Un but : la création

L'effort de réflexion et la volonté de redéploiement culturel manifestés par les auteurs du rapport n'auraient aucun sens à leurs yeux s'ils n'aboutissaient au réveil de la création, bain originel de toute forme de culture. Ils voient là le « cœur du débat », et se garderont d'étouffer la création sous la diffusion et l'animation que ce soit par conformisme ou par manque de moyens. Ce fil conducteur mène de chapitre en chapitre l'argumentation du Livre Blanc, imposant des choix de répartition budgétaire et ouvrant des perspectives dans tous les secteurs : arts lyrique et chorégraphique, théâtre, musique, création industrielle et technique (en liaison par exemple avec l'Espace Lyonnais d'Art Contemporain, au bénéfice de créateurs utilisant la fibre et le

tissu), arts plastiques. Le Festival de Lyon peut d'ores et déjà être une institution motrice dans ces perspectives. Un « marché de la création » hebdomadaire pourrait aussi voir le jour : le peintre et le sculpteur, l'écrivain, le poète, le chanteur viendraient y vendre ou... « faire la manche », aux côtés du bijoutier, du potier, du photographe, sans autre forme de procès que la perception de la taxe d'emplacement municipale, tout comme sur le marché aux primeurs ; dans un autre domaine, il est préconisé de généraliser la procédure du « 1 % » des constructions publiques ; enfin une télévision régionale autonome étayée par un centre régional de productions audiovisuelles devrait drainer les potentiels d'information culturelle et de diffusion des très nombreux pôles de créativité de Rhône-Alpes, et assurer une activité propre de création télévisée.

L'impératif de coordination

Autant la concertation a été de règle au stade de la définition des objectifs, autant elle devient impérative pour

leur réalisation cohérente. Elle doit impliquer les organismes administratifs et politiques, les structures techniques et les hommes dont dépend leur utilisation.

Avec l'Etat, il faudra profondément amender la Charte Culturelle de 1976 dans le sens des propositions du rapport et de l'évolution de la politique nationale. Avec la région Rhône-Alpes, il convient d'instaurer un programme culturel à partir d'accords sur la vocation interdépartementale des équipements lourds, la coordination des programmes, la diffusion.

Aux niveaux du Département du Rhône et de l'agglomération urbaine, il faut un schéma cohérent d'urbanisme culturel, des co-productions, une gestion technique commune, un meilleur équilibre des charges. Enfin, au sein même de la Ville on devra concilier les exigences du patrimoine et celles de ses utilisateurs, l'appel international et les besoins d'animation au niveau des quartiers, le respect de la demande culturelle usuelle et les exigences des créateurs ou l'attente des nouveaux publics.

Une pyramide d'institutions nouvelles vouées à la coordination des orientations, de la gestion et de l'intervention financière est proposée en vue de faciliter le décloisonnement des services et la participation des citoyens. Le Livre Blanc ne s'illusionne pas pour autant sur l'infailibilité des planifications, quelles que soient les bonnes intentions et la compétence de leurs auteurs. Ainsi sont citées deux réalisations récentes (l'Espace Lyonnais d'Art Contemporain et le Théâtre des Ateliers) considérées aujourd'hui comme des réussites d'intérêt général et qui doivent tout à la conjonction de circonstances matérielles favorables et d'initiatives individuelles.

N. B. : Pour prendre connaissance du Livre Blanc sur la situation culturelle lyonnaise, on peut s'adresser directement au Secrétariat de l'Adjoint au Maire de Lyon, chargé des Affaires Culturelles.

La politique culturelle des conseils généraux : l'expérience de l'Essonne

L'analyse des dépenses culturelles des départements menée actuellement par le Service des études et de la recherche montre l'intérêt croissant qu'un grand nombre de départements portent aux problèmes culturels. La part des dépenses culturelles dans l'ensemble des dépenses de fonctionnement des départements peut varier de 0,2 à 3,4 % mais s'établit le plus souvent autour de 0,8 à 1,5 %. La masse totale des dépenses culturelles des départements représentait en 1970 (on peut estimer que cet ordre de grandeur reste valable) 4 % des dépenses culturelles des administrations publiques (celles des communes étaient évaluées à 32 %).

Les conseils généraux n'ont pas souvent une vue d'ensemble de la politique culturelle qu'ils pourraient mener. Au niveau d'une politique départementale, il ne s'agit pas seulement de financer des opérations lourdes (centres culturels, festivals, restaurations des monuments...), d'apporter des subventions complémentaires de celles des communes et de l'Etat pour des maisons de jeunes, associations, etc... La poli-

tique culturelle d'un département pourrait avoir des objectifs d'incitation et de rééquilibrage par le soutien d'actions menées dans des communes aux ressources limitées.

Une connaissance insuffisante des attentes

Or l'absence de politique culturelle départementale donne un caractère partisan aux débats sur les demandes de subvention, ce qui rend aléatoires l'action des bénéficiaires de subventions. En même temps la reconduction des subventions d'année en année a des inconvénients : elle ne favorise pas la réflexion sur le bilan des actions, institutions et associations financées ; elle tend à éliminer les demandes qui ne correspondent pas aux découpages du budget départemental ou les demandes nouvelles, notamment celles des communes démunies.

Le circuit des demandes de subventions au conseil général (transmission par l'intermédiaire du maire, instruction par les services de la préfecture, examen des propositions du

préfet par la commission du conseil général chargée des affaires culturelles, enfin vote par les conseillers généraux) ne permet guère des échanges de vues entre élus départementaux et responsables d'actions. Les agents culturels et même les communes sont parfois mal informés des possibilités de financement qui existent dans le budget départemental et n'ont guère d'interlocuteurs pour poser leurs problèmes. Les élus départementaux et les services administratifs ont rarement une vue d'ensemble des problèmes qui se posent sur le terrain.

Le Conseil général de l'Essonne est l'un des premiers conseils généraux qui ait voulu engager une réflexion sur le rôle culturel propre qu'il peut avoir par rapport à ses partenaires (Etat, communes, associations...). Il a demandé au Service des études et de la recherche de concevoir une étude qui lui permette de mieux connaître la vie culturelle et les attentes dans ce département. La démarche délibérée de l'équipe chargée de l'étude a été d'associer

(Suite page 4)

étroitement tout au long de l'étude les conseillers généraux, les services départementaux et la Direction régionale des affaires culturelles. Elle a donné une grande place à des réunions locales où se sont rencontrés des représentants des municipalités, des responsables d'institutions socio-culturelles et de nombreux bénévoles.

Quelques résultats

La géographie des pratiques culturelles dans l'Essonne a montré que les habitants d'une commune bénéficient dans la plupart des cas des activités d'autres communes et que les institutions et associations des différentes communes entretiennent souvent des relations entre elles.

Elles souhaitent développer des projets communs, d'ailleurs très diversifiés d'un groupe de communes à un autre, ce qui pose des problèmes d'organisation et de financement auxquels le département doit être attentif.

Les demandes des agents culturels au département concernent notamment la prise en charge par le département de la rémunération d'animateurs professionnels, des possibilités de formation pour les animateurs bénévoles, des moyens en matériel qui pourraient être prêtés ou loués aux organismes pour un usage temporaire, des moyens de transport, et la circulation de l'information. Ce constat a amené l'administration

et les élus départementaux à discuter de la façon dont le département pourrait organiser les services souhaités en ce qui concerne l'information, la formation, etc... et à poser la question de la création d'organismes de coordination où pourraient être représentés les dynamismes locaux, les grands équipements, les élus départementaux et l'administration.

Source : URBACTUEL. « Pour une politique départementale du développement culturel en Essonne ». Etude effectuée à la demande du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de la Communication, 1977.

DIX ANS D'ACTION CULTURELLE A GRENoble (1)

Le bilan de la politique culturelle menée à Grenoble était prévue dans la charte signée en 1975 entre le Ministère de la Culture et la ville de Grenoble.

Cette étude menée conjointement depuis 3 ans par le Service des études et de la recherche du Ministère et le Service évaluation de la ville de Grenoble sous la direction de Bernard Gilman, maire adjoint aux affaires culturelles jusqu'en 1977, vient d'être publiée à l'occasion du 10^e anniversaire de la Maison de la Culture.

Ce bilan comprend 10 documents (1) :

- la chronologie de la vie culturelle de la ville
- l'analyse de l'évolution de son budget culturel
- un interview du maire adjoint chargé des affaires culturelles
- une série de monographies sur différents secteurs ou activités culturelles
- la vie musicale
- le public du musée de peinture
- la population et le discours des animateurs (2 doc.)
- une bibliographie très complète (coupures de presse, livres, etc... depuis 1965)
- enfin Grenoble est la première ville française à avoir fait effectuer une enquête par sondage pour connaître l'impact de son action dans le domaine culturel. C'est pourquoi il nous a semblé nécessaire d'attirer l'attention sur cette partie de l'étude dont on trouvera ci-après quelques conclusions.

L'IMPACT DE LA MAISON DE LA CULTURE

Depuis 10 ans qu'elle existe, la Maison de la Culture fait désormais partie du paysage familier des grenoblois. 60 % d'entre eux y sont déjà venus, ne serait-ce qu'une fois, « pour voir » ; ce qui n'est pas un mince résultat quand on connaît l'effet dissuasif qu'exercent souvent les gros équipements culturels auprès d'une grande partie de la population.

Mais il reste que le public habituel de la Maison de la Culture se recrute principalement dans les couches instruites et jeunes de la population. Son image dans l'esprit des Grenoblois est d'ailleurs tributaire de cet état de fait : si en général cette image est favorable (c'est un lieu gai, où l'on ne s'ennuie pas), il reste qu'un certain nombre d'entre

eux ne reconnaissent pas que c'est un lieu destiné à tout le monde.

Cependant, l'existence de la Maison de la Culture a progressivement introduit une dynamique nouvelle dans l'ensemble de la vie culturelle ; non seulement dans des secteurs nouveaux comme l'animation, mais aussi dans des secteurs traditionnels de la diffusion culturelle, dont les établissements spécialisés cessent désormais d'apparaître comme le centre ou le pivot : sollicités de dire où l'on pouvait voir du théâtre, écouter des concerts ou regarder une exposition de peinture, les habitants de la ville ont toujours cité en tête la Maison de la Culture, avant le théâtre municipal (71 % contre 69 %), avant les églises (20 % contre 7 %) et avant le Musée de peinture et de sculpture (38 % contre 32 %). Une véritable redistribution de la « carte culturelle ».

L'INFORMATION SUR L'OFFRE

Tout ce que propose la ville de Grenoble n'est pas connu par tous : les Grenoblois qui n'ont jamais entendu parler de la Maison de la Culture sont relativement rares (6 %), mais ceux qui ignorent l'existence du Conservatoire de musique ou du Théâtre Municipal, pour être peu nombreux, n'en représentent pas moins près de 20 % de la population ; chiffre qui passe à 25 % pour le Musée dauphinois, et à 40 % pour le Musée de peinture.

L'information sur les activités culturelles de la ville, et plus particulièrement sur les spectacles, passe principalement par la presse quotidienne locale, qui est lue à Grenoble par plus de la moitié de la population. Les affiches occupent également une place importante. Mais il ne suffit pas qu'une information s'offre à la vue de tous pour qu'elle soit pour autant perçue comme s'adressant à chacun ; ainsi, près de 6 grenoblois sur 10 étaient lors de l'enquête dans l'incapacité de citer le titre d'une pièce, d'un ballet, d'un concert ou d'une exposition qui avaient fait l'objet d'une affiche, parmi toutes celles placardées récemment dans la ville.

Cette information ne devient finalement pleinement efficace que si elle est relayée par l'incitation directe d'un parent ou d'un ami : sur les 55 % de personnes à qui on avait conseillé dernièrement d'aller voir un film, une pièce, un concert ou une exposition, 25 % avaient déjà suivi ce conseil et 17 % en exprimaient l'intention.

(1) Les documents sont disponibles au Service des études et de la recherche.

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de la Communication, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Tél. : 296.10.40

n° 39

Septembre 1978

REPÈRES

Cinq heures par jour avec les machines culturelles ?

Radio : Plusieurs postes par foyer 17 heures d'écoute par semaine

93,8 % des Français disposaient d'un récepteur radio chez eux en 1974 contre 92,4 % en 1967 ; l'équipement des foyers a atteint la saturation et ne croît plus que lentement, mais la consommation continue de progresser fortement car posséder plusieurs récepteurs dans le même foyer est devenu courant : le nombre moyen de récepteurs par ménage équipé serait proche de 2.

	1960	1965	1970	1976
ventes annuelles en millions de récepteurs	1,9	2,2	2,5	6,5
dont autoradios..	—	0,2	0,8	1,5

Le développement de l'autoradio est rapide : le parc s'élevait déjà en 1976 à 5,6 millions d'appareils.

72 % des Français âgés de 15 ans et plus écoutent la radio tous les jours. 11,4 % seulement ne l'écoutent pratiquement jamais ; l'écoute de la radio dure en moyenne 16,9 heures par semaine.

Télévision : Neuf foyers sur dix équipés 16 heures de spectacle par semaine

Le taux d'équipement des ménages en récepteurs TV rejoint rapidement celui qui est atteint depuis dix ans par les récepteurs de radio :

	1954	1962	1965	1970	1976	1977
pourcentage des ménages équipés de la télévision ..	1,0	22,8	40,0	68,6	84,5	87,5
dont couleur	—	—	—	—	15,3	21,8

65,1 % des Français regardaient la TV tous les jours en 1974 contre moins de 50 % en 1967 ; 12,6 % seulement (contre 31,6 % en 1967) la regardent moins d'une à deux fois par semaine : la durée hebdomadaire d'écoute s'établit en moyenne à 15,7 heures.

Electrophones : Dans deux foyers sur trois

60,5 % des Français possédaient un électrophone à leur domicile en 1974 contre 44,9 % en 1967.

Le parc de 10,5 millions d'appareils en 1976 s'accroît de plus d'un million d'unités neuves par an :

	1960	1966	1970	1976
en millions d'unités ..	0,43	0,57	0,85	1,18

Le relais est partiellement pris par les chaînes électro-acoustiques dont le parc se constitue rapidement et compte 2,1 millions d'appareils en 1976 :

	1962	1970	1976
vente annuelle de chaînes électro-acoustiques (en millions d'unités)	0,02	0,1	0,6

Le taux de possession avoisinerait 10 %.

Près des deux tiers des Français (62,2 %) possèdent des disques.

Magnétophones : Un foyer sur quatre

27,2 % des Français possèdent à leur foyer un magnétophone ; pour 14,8 %, il s'agit d'un appareil à cassettes et pour 12,5 % d'un appareil à bandes.

Le parc est de 8,35 millions d'appareils (6,27 millions à cassettes et 2,08 millions à bandes) ; l'achat d'appareils neufs progresse rapidement, principalement à cause des lecteurs de cassette.

	1961	1966	1970	1976
ventes annuelles..	0,065	0,310	0,703	1,635
ensemble	—	—	0,469	1,542
à cassettes	—	—	0,234	0,093
à bandes	—	—	—	—

en millions d'appareils

Par ailleurs, 20 % des Français possèdent des bandes enregistrées.

Au total, les 2/3 des Français écoutent de la musique enregistrée sur disque, bande ou cassette et la moitié le fait plus d'une fois par semaine.

Source : Les comportements de loisirs des Français, 1967, INSEE série M 2
L'équipement des ménages, 1977, INSEE série M 61
Pratiques culturelles des Français, 1974, Service des Etudes et de la Recherche, Ministère de la Culture et de la Communication.
Etude « Industries culturelles », voir page suivante.

Importance des industries culturelles

Les études récentes sur la vie culturelle de l'ensemble de la population (statistiques sur les pratiques culturelles, sur la consommation des ménages, essais sémiologiques ou sociologiques) font de plus en plus ressortir l'importance qu'ont les produits culturels fabriqués industriellement sur l'accès du plus grand nombre aux biens culturels (1).

On peut dire que les « machines culturelles » ont plus transformé la vie culturelle de la très grande majorité de la population - intelligentsia exclue - au cours des trente dernières années qu'au cours des trois cents années précédentes. En janvier 1978, une interprétation de la Neuvième Symphonie de Beethoven par l'Orchestre philharmonique de Berlin a eu le même soir 120 millions d'auditeurs. Chaque année le public de plusieurs livres, de plusieurs films et de plusieurs disques dépasse le million de lecteurs, d'auditeurs, de spectateurs. Chaque soir, en France, plusieurs millions de personnes sont touchés par une œuvre filmique, une œuvre dramatique ou une œuvre musicale.

Pourtant l'analyse des politiques culturelles qui s'est développée depuis une dizaine d'années a presque exclusivement porté sur l'effort que déploient les pouvoirs publics à partir d'un petit nombre d'institutions et a négligé le développement considérable du secteur marchand de la culture.

La nouvelle donne de la démocratisation culturelle

On assiste depuis quinze ans à trois phénomènes concomitants :

- multiplication par deux, cinq ou dix selon les pays, des dépenses publiques en faveur de la vie culturelle ;
- stagnation cependant ou progression marginale de la fréquentation des institutions culturelles ;
- multiplication par dix, vingt, cent ou mille des contacts entre les œuvres et le public grâce à des produits culturels industriels.

Ces trois phénomènes simultanés posent problème aux responsables culturels car toute politique culturelle est, entre autres, une politique d'élargissement de l'accès du public à la culture : démocratisation et décentralisation sont les deux mots d'ordre partout où un effort explicite est mené par les pouvoirs publics en faveur du développement culturel.

Or le triple phénomène constaté plus haut oblige à observer que le progrès de la démocratisation et de la décentralisation est en train de se réaliser avec beaucoup plus d'ampleur grâce aux produits industriels accessibles sur le marché qu'avec les « produits » subventionnés par la puissance publique.

(1) Il y a industrie culturelle lorsque la présentation d'une œuvre est transmise ou reproduite par les techniques industrielles : le livre est le plus ancien de ses produits. Le disque celui qui se développe le plus rapidement, le film de télévision celui qui a le plus grand public. Le film de cinéma et la reproduction d'art constituent des marchés depuis plusieurs décennies. De nouveaux produits industriels vont intervenir prochainement sur le marché de la culture et y jouer un rôle massif : le vidéo-disque par exemple. La radio-télévision est incluse dans les industries culturelles dans la mesure où son fonctionnement est commandé par des critères industriels et commerciaux plutôt que culturels : l'impératif de gagner un nombre maximal de consommateurs qui est imposé par la concurrence entre les chaînes (elles doivent se disputer les ressources de la redevance et surtout de la publicité), la considération des coûts de fabrication qui est devenue décisive pour le choix des programmes, le lien étroit entre techniques de tournage et contenus des programmes, la nécessité d'importer et d'exporter, leur rôle dans l'économie du cinéma donnent aux sociétés d'Etat la plupart des caractéristiques d'une entreprise industrielle.

PRINCIPAUX CHIFFRES DE PRODUCTION ET DE CONSOMMATION

Le but du tableau est de fournir des éléments de réflexion, et non pas des données statistiques.

Les quelques chiffres qui vont suivre n'ont pas la prétention d'être parfaitement exacts :

- nous indiquons des moyennes annuelles ;
- les chiffres publiés ne sont pas toujours fiables particulièrement les statistiques d'Import-Export (d'autant plus que la culture ne traverse pas nécessairement les frontières sous forme de produits finis : il peut s'agir de manuscrits à traduire, de la matrice d'un disque) ;
- nous avons dû modifier certains chiffres publiés de façon à pouvoir faire des comparaisons entre les différentes activités ;
- les chiffres sur la consommation des ménages sont des estimations réalisées à partir des comptes de la nation.

(M. F. : million de francs)	DISQUES ET CASSETTES	LIVRES	T. V.	CINEMA	TOTAL
Chiffre d'affaire (H.T.) (M.F. : 1975-1977).....	1 530	3 600	2 250 (a)	600	8 730 (1)
Taux de croissance/an entre 1970 et 1976 (francs cour.)..	26 %	13 %	12 %	4 %	—
Import (M.F.) 1975 - 1976.....	42	630	30	260	962
Export (M.F.) 1975 - 1976.....	130	680	35	230	1 075
Personnel de production.....	6 000	13 400	14 400	6 000 (7)	—
Nombre d'œuvres produites (1975 - 1976).....	11 000	22 000 (2)	—	220	—
Consommation totale " hardware " M.F. 1973-1975 (3).....	3 000	—	2 400	—	5 400
Consommation totale " software " M.F. 1974 - 1976 (4).....	2 200	5 000	5 000	1 500	13 700
Public maximum d'une œuvre (5).....	1 500 000	1 000 000	15 à 20 000 000	3 000 000	—
Public moyen d'une œuvre.....	10 000	5 000 (11)	8 000 000	100 000	—
% d'acheteurs (ou de pratiquants pour la T.V.) (6).....	40 %	51 %	100 %	50 %	—
Nombre de producteurs (éditeurs).....	250	400	—	150	—
Nombre d'œuvres produites/an.....	11 000	22 000	—	220 (8)	—
Part de marché des 5 principaux producteurs.....	60 %	15-20 %	—	— (9)	—
Part de marché des 5 principaux distributeurs.....	60-70 %	20 %	—	60 %	—
Nombre de points de vente.....	11 000	25 000	15 000 000	4 200	—
Nombre d'œuvres éditées par rapport aux postulants.....	10 %	1-2 % (10)	—	5 %	—
Coût minimum d'une œuvre de création (13).....	10 000	25 000	1 000 000	1 500 000 (12)	—
Public nécessaire.....	5-7 000	2-3 000	—	200 000 (14)	—

(a) Télévision; hors Télédiffusion de France.

(1) Les industries françaises de la confection font un chiffre d'affaire du même ordre.

(2) Dont 11 000 rééditions.

(3) Il s'agit des achats d'électrophones, chaînes HI-FI, téléviseurs, etc...

(4) Il s'agit des disques, cassettes, livres, de la redevance télévision et des entrées de cinéma.

(5) Un même disque est écouté par plusieurs personnes et le livre est un objet qui se prête beaucoup. Les chiffres indiqués représentent le nombre d'exemplaire vendus et il est difficile de les comparer avec ceux de la télévision et du cinéma.

(6) Il s'agit du pourcentage de personnes ayant acheté ou pratiqué au moins une fois dans l'année.

(7) 6000 personnes ont la carte professionnelle mais elles ne travaillent pas toutes à temps plein pour le cinéma.

(8) Dont 70 films à caractère pornographique.

(9) De nombreux films sont coproduits : en 1976, la S.F.P. a participé à 16 films, l'I.N.A. à 11 films et F.R.3 à 11 films. La télévision a ainsi participé à 25 0/10 des films français mais sa contribution financière ne dépasse pas 3 0/10 des investissements réalisés pour produire des films en France.

(10) 6 0/10 s'applique à la littérature générale (numéros) ;

(11) 5 000 en littérature générale : 14 000 pour les autres genres

(12) En dehors des films pornographiques, le coût de certains ne dépassant pas 0,10 à

0,15 MF ; en 1976, 65 films ont été tournés avec un budget supérieur à 3 MF.

(13) En ce qui concerne la production culturelle la taille du producteur-éditeur et son prix de revient sont 2 variables pratiquement indépendantes.

(14) Les producteurs américains considèrent que pour être équilibrée la recette d'un film doit se partager de la façon suivante : 33 0/10 : salles nationales, 33 0/10 : télévision, 33 0/10 : étranger.

Et France, le partage se fait en moyenne, de la façon suivante : 70 0/10 : salles nationales, 10 0/10 : télévision, 20 0/10 : étranger.

Gare aux snobismes insidieux !

On arguera que ces quantifications sont abusives : qu'un produit culturel transmis ou reproduit n'a plus la même « valeur culturelle » qu'une œuvre communiquée de façon directe, en salle. Il faudrait certes différencier selon les domaines d'activité culturelle : théâtre, cinéma, musique, débats, expositions. Mais quelle est au juste la différence d'« effet culturel » entre un film vu dans une salle de cinéma et le même film vu chez soi sur un écran de télévision (écran qui aura bientôt les mêmes dimensions qu'un écran de cinéma). Combien de mélomanes préfèrent désormais écouter un quatuor dans le recueillement du domicile, avec les niveaux sonores d'une chaîne à haute fidélité, plutôt que dans une salle de concerts avec toute ses distractions, ses distortions, ses encombres multiples. Lorsque régulièrement, en Pologne ou en Angleterre, 60 % de la population assiste, chez elle, à des représentations dramatiques de première qualité, n'y a-t-il pas un contact avec le théâtre plus développé que lorsqu'à peine plus de 15 % de la population assiste à l'une des représentations *une fois par an* dans une salle de théâtre ? Les réponses à de telles questions doivent être examinées de très près, abstraction faite des snobismes insidieux.

Industries, création et institutions

En dehors de leur impact sur la vie culturelle de la population, le développement des industries culturelles a une incidence importante sur la vie des créateurs, leurs modes de travail, leurs relations avec le public et sur les modes de production de la vie culturelle en général. L'irruption des moyens mécaniques et électroniques de reproduction, et la possibilité de toucher d'immenses publics en une seule représentation par la télévision, posent des problèmes de revenus, de droits, de mode de travail qui sont encore traités au coup par coup. En même temps la notoriété d'un artiste passe plus aujourd'hui par les moyens industrialisés que par les plus grands succès en salles. Un artiste deviendra célèbre par ses disques beaucoup plus que par les concerts qu'il donne. En retour, sa notoriété par le disque lui permettra des tournées de concert et le contact avec des publics dans le monde entier.

Quant aux institutions, leur rôle même est remis en cause par l'industrialisation de la culture : d'ores et déjà le prêt d'un livre en bibliothèque coûte plus cher que le livre lui-même ; un film vu à la télévision coûte au spectateur mille fois moins cher qu'une place, et le nombre de spectateurs-films est 30 fois plus grand à la télévision que dans les salles obscures. Une ville doit-elle assumer les frais d'un petit orchestre et d'une salle, ou ne dépenserait-elle pas mieux les mêmes crédits en initiant les écoliers à l'écoute de disques de qualité ?

Stratégies nouvelles

Ainsi, bouleversant les données classiques de la vie culturelle un système industriel et commercial s'interpose entre le créateur et ses interprètes d'une part, et le public d'autre part. Ce système a ses lois propres, ses structures, ses stratégies. Au terme d'une série d'études préliminaires menées de concert par la DGRST, l'INA et le Ministère de la Culture et de la Communication, un certain nombre de caractéristiques de ces industries

peuvent être identifiées. Appuyées sur des innovations technologiques qui se succèdent à un rythme de plus en plus rapide, exigeant d'importants capitaux tant pour la production du hardware, la création du software que pour la distribution commerciale des produits, ces industries culturelles sont de plus en plus transnationales et couvrent de produits culturels « transnationaux » des aires culturelles ou linguistiques qui sont trop restreintes pour permettre une production nationale.

Cet ensemble de faits nouveaux ne peut pas ne pas intéresser les gouvernements soit qu'ils cherchent à trouver dans ces industries culturelles des supports pour leur politique culturelle, soit qu'ils soient amenés à contrôler les effets négatifs de ce développement du marché. On peut d'un côté se réjouir de l'élargissement du public pour des œuvres de haute qualité (livres de poche, musique en haute fidélité, par exemple), de l'amélioration des revenus des créateurs, professionnels et techniciens (en France, par exemple, l'industrie du disque a versé en 1976 plus de 250 millions de francs de revenus aux compositeurs et interprètes musicaux), ou encore de l'intensification des échanges culturels ou internationaux capables d'atteindre le grand public (les films de Bergman, les reproductions de Cézanne, les livres de Heinrich Böll font plus

pour faire connaître et aimer la culture suédoise, française ou allemande que toute l'activité des conseillers culturels).

On peut d'un autre côté déplorer divers effets négatifs de cette production et distribution de masse : homogénéisation des produits, appel aux goûts les plus vils, écrasement des cultures minoritaires, paysannes ou régionales.

Mais, positifs ou négatifs, ces effets ne sont pas bien connus. Leur valeur n'est pas appréciée de façon objective. Encore plus mal connues des pouvoirs publics sont les *structures*, les processus de production et de distribution ainsi que les *stratégies* des industries culturelles.

Que les gouvernements décident de favoriser, ou qu'ils souhaitent au contraire contrôler davantage ces processus et ces stratégies indus-

triels, en tout état de cause il leur faut disposer de données claires et économiques cohérentes.

x
x x

On voit ce que les « machines culturelles » peuvent offrir à l'époque des cassettes et des vidéo-disques, des imprimés bon-marché et des imprimés chers. Certes cette offre de produits industriels ne saurait remplacer les apprentissages vrais, longs et nécessaires, les contacts de personne à personne qu'ils supposent, l'expression et la pratique indispensables des groupes et des individus ; mais le mariage des deux n'est pas impossible. Il est réalisé plus souvent qu'on ne le croit. Il est inévitable à terme : on n'a jamais vu aucune civilisation dédaigner les outils qu'elle s'est créés.

UN EXEMPLE POLONAIS

En Pologne, les messageries de la presse, l'entreprise nationale Ruch, disposent dans les quartiers et les villages de centaines de boutiques d'un genre spécial : on peut y acheter des journaux, des magazines, des livres, des reproductions, des disques ; on peut aussi les consulter sur place, ou les emprunter comme auprès d'une bibliothèque, et ces boutiques, qui sont souvent situées au départ des trains, des autocars ou des autobus, comportent aussi un snack où l'on peut se restaurer légèrement et prendre un café. Ces librairies-café sont pleines d'hommes et femmes ordinaires, vieux ou jeunes, qui passent là une demi-heure en allant faire leurs courses ou au retour du travail. C'est dans ces boutiques que les postes de télévision firent leur apparition quand ils n'étaient pas encore dans tous les foyers.

Source : Les industries culturelles, études effectuées avec le concours de la D.G.R.S.T., du Service des Etudes et de la Recherche du Ministère de la Culture et de la Communication, de l'INA, du Laboratoire de Sociologie de l'Ecole des Mines de Paris et du Groupe G.M.2. Une synthèse de ces travaux sera publiée à la Documentation Française en décembre 1978.

PROSPECTIVE DU DÉVELOPPEMENT CULTUREL

Vient de paraître :

Numéro spécial de la revue « FUTURIBLES », septembre 1978

AU SOMMAIRE :

55, rue de Varanne, 75007 Paris

Avant-propos.....	G. Gentil - G. Pocquet
Politiques culturelles et choix de sociétés.....	J. F. Collinet
Le soutien privé à l'action culturelle.....	H. de Varine
Attitudes culturelles et vie quotidienne des travailleurs manuels.....	P. Belleville
Quel(s) public(s) pour la culture.....	J. F. Barbier - Bouvet
Les industries de la culture.....	A. Girard
Les dépenses des administrations centrales.....	O. Timbart
La culture à venir.....	Cl. Fabrizio
Le second souffle du Centre Georges Pompidou.....	Cl. Mollard
La culture en chiffres.....	J. Cardona
Bibliographies et analyses critiques.....	

développement culturel

bulletin d'information du Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de la Communication, 4, rue d'Aboukir, Paris 2^e. - Téléph. : 296.10.40

n° 40

Décembre 1978

REPÈRES

Dépenses culturelles Le son et l'image progressent

La culture, une part légèrement croissante dans la consommation

L'ensemble des consommations culturelles est passé de 16,071 milliards en 1970 à 41,388 milliards de F en 1977 : soit une progression de 158 % contre 147 % seulement pour la consommation totale des ménages.

La part des consommations culturelles augmente donc légèrement : de 3,43 % en 1970 à 3,58 % en 1977.

L'expression écrite reste en tête devant le son et la TV

Si l'on considère le mode d'expression utilisé, l'expression écrite (livre et presse) reste prépondérante (40 % des consommations en 1977) quoiqu'en régression (47 % en 1970).

Viennent ensuite pratiquement à égalité :

- la télévision (achat de récepteurs et redevance) : 24 % en légère progression (22 % en 1970)
 - l'expression sonore (appareils supports, disques et cassettes) 23 % en forte progression (16 % en 1970)
- puis les spectacles et le cinéma qui restent stationnaires aux environs de 10 %.

presse.... 25 %	} 40 %	son 23 %
livre 15 %		dont :
		récepteurs radios.. 7 %
		appareils d'enregistrement et de reproduction du son.... 7 %
récepteurs TV..... 17 %	} 24 %	disques 6 %
redevance TV..... 7 %		divers 3 %
		cinéma et spectacles 9 %

39 % de la consommation pour les machines culturelles

Les achats d'appareils support représentent en 1977 39 % des consommations culturelles (1,4 % du total des consommations) contre 31 % (1,1 %) en 1970.

Les dépenses pour le son et les appareils supports ont plus que doublé en 7 ans

Si l'on classe les consommations de produits et services culturels suivant leur taux de progression de 1970 à 1977, viennent en tête l'achat de récepteurs radios (indice 441) puis les disques et les cassettes (323), suivis par les achats d'instruments de musique, des électrophones, magnétophones (318), les récepteurs TV (303) et de matériel photo-ciné (274).

Tous les appareils supports connaissent donc une progression supérieure à la moyenne (258) ce qui les oppose nettement aux autres produits et services culturels (sauf disques et cassettes) dont les achats augmentent à un rythme inférieur à la moyenne des dépenses culturelles.

L'ensemble des achats concernant le son augmente aussi nettement plus vite que la consommation de spectacles (264) et de presse (240) mais surtout que les dépenses de cinéma (215) et d'achat de livre (193).

	Consommations 1970 Francs courants (millions de F)	Consommations 1977 Francs courants (millions de F)	INDICE
Récepteurs radios	683	3 013	441
Disques - cassettes	772	2 496	323
Appareils de reproduction et d'enregistrement du son	897	2 852	318
Instruments de musique..	299	951	318
Récepteurs TV.....	2 361	7 149	303
Matériel photo-ciné.....	733	2 038	274
Spectacles.....	581	1 535	264
Ensemble des consommations culturelles.....			258
Presse	4 249	10 191	240
Redevance TV	1 249	2 780	223
Cinéma.....	970	2 085	215
Livres	3 277	6 328	193

Source : INSEE : Comptes de la Nation 1977.

Innover, animer les institutions, évaluer

Les pouvoirs publics et l'innovation : des relations ambiguës mais une coopération inévitable

L'innovation naît de l'initiative, spontanée ou suscitée de l'extérieur, d'une communauté donnée. Celle-ci est située sur un territoire déterminé et se définit en fonction d'une population, de situations et d'un état de développement correspondant à un instant précis. Cette innovation se constitue et évolue à l'intérieur de la communauté, selon ses rythmes propres et ses acteurs sont pris dans la communauté elle-même. Toutefois l'innovation exige un facteur de catalyse qui est extérieur à la communauté. Elle utilise les pouvoirs publics mais ne peut être utilisée par eux, donc institutionnalisée, sous peine de disparaître en tant qu'innovation.

En amont de l'innovation se trouve l'initiative, et en aval l'expérimentation.

L'intervention des pouvoirs publics s'exerce à trois niveaux : l'administration, des organismes relais (comme les fédérations d'associations ou le FIC) et les pouvoirs locaux. Elle prend trois formes : une réglementation réductrice ou adaptatrice, l'attribution de moyens assortis de conditions plus ou moins contraignantes, la mise en place d'institutions servant bien souvent d'écrans. Elle se heurte à des obstacles : l'intérêt général représenté par les pouvoirs publics se heurte aux intérêts spécialisés ou sectoriels des groupes ; la peur du changement se combine avec des considérations politiques ou idéologiques souvent incompatibles avec l'innovation ; la lenteur bureaucratique cumule ses effets avec ceux de l'exigence de résultats rapides et spectaculaires. L'intervention, des pouvoirs publics, peut viser à réduire l'innovation, à la récupérer à son profit, ou à la favoriser. Les critères enfin de l'intervention sont nombreux et varient d'un pouvoir à l'autre, d'une innovation à l'autre.

Les innovateurs réagissent à ces interventions par le rejet, par la recherche de l'autonomie à tout prix ou par la demande d'intégration. Dans tous les cas, ils revendiquent le droit à l'initiative et à l'innovation, et un soutien officiel minimum et respectueux de leur spécificité.

Parmi les exemples d'action innovatrice, on peut citer : l'écomusée, innovation à vocation d'institutionnalisation ; le théâtre-action, le plus souvent hostile à toute récupération officielle mais aussi considéré avec méfiance par les pouvoirs ; la cogestion de l'aménagement urbain qui implique directement les collectivités et les administrations locales ; les mouvements concernant le cadre de vie rural qui appellent une coopération étroite avec les élus locaux et l'administration.

Favoriser l'innovation : six propositions

En ce qui concerne les pouvoirs publics, l'innovation devrait être considérée, aux côtés des institutions et en combinaison avec elles, comme un facteur majeur de développement de notre société contemporaine. A cette fin, on peut envisager six séries de mesures qui s'imposeraient à tous les pouvoirs publics, gouvernement, administrations nationales ou locales, collectivités :

- ouvrir le système pour faire sortir l'innovation de la marginalité ;
- développer une action culturelle globale, dont l'innovation serait une indispensable dimension ;
- faire des innovateurs des partenaires privilégiés des pouvoirs publics ;
- encourager la liberté d'innover, comme on encourage la liberté d'entreprendre ;
- reconnaître le rôle de l'innovation comme facteur et indicateur du changement social et culturel ;
- favoriser l'information, l'échange et la communication entre innovateurs et innovations.

Transformer les institutions : une responsabilité collective

A l'intérieur, les institutions souffrent de l'usure du temps et demandent de temps à autre une relance avec de nouveaux objectifs, de nouvelles méthodes, une nouvelle organisation. Elles révèlent fréquemment aussi des situations conflictuelles dues à des luttes internes et aux changements de rapports de forces. Elles peuvent enfin donner naissance à une dynamique très positive par la découverte de nouveaux besoins et champs d'action.

A l'extérieur, toute institution suscite sa critique, voire son opposition, en tout cas une contestation plus ou moins radicale. Des changements politiques peuvent imposer des modifications, bien que les « politiques » ne puissent pas toujours aisément transformer les structures dont ils héritent. Il y a d'autres facteurs, technologiques, de transformation : audio-visuel, informatique, nouveaux matériels s'imposent par exemple à de nombreuses institutions.

L'innovation est une composante nécessaire de l'action culturelle : elle agit en complément de l'action officielle et institutionnelle, ou en conflit avec elle. Les pouvoirs publics ont intérêt non seulement à en tenir compte, mais aussi à permettre son développement.

Les institutions prises isolément ou plutôt dans le sens d'un réseau, sont les instruments d'une politique culturelle globale, et ne peuvent rester statiques. Grâce à la concurrence de l'innovation et avec l'assistance des pouvoirs publics, elles doivent se transformer pour s'adapter aux besoins du développement culturel.

L'évaluation, qui est une composante du processus d'action culturelle, est indispensable aussi bien aux responsables officiels qu'aux praticiens du terrain. Cette évaluation suppose que les objectifs initiaux de l'action soient clairement précisés à l'avance. Elle ne peut, bien évidemment, que rester sans objet si elle n'est pas liée étroitement à la programmation. Elle est aussi facteur d'éducation des acteurs culturels et des responsables publics.

Du 19 au 22 septembre 1978, un symposium du Conseil de l'Europe s'est tenu à Lyon, à l'initiative de la France. Son thème : *des pratiques socio-culturelles à une politique de l'animation*. Ces réunions s'inscrivaient dans une réflexion entreprise sur l'innovation depuis plusieurs années par le Service des études et de la recherche du Ministère de la Culture et de la Communication. Les participants français avaient étudié depuis six mois, les sujets mis en discussion. Les trois rapports préparatoires français sont résumés dans le présent dossier.

- L'innovation culturelle et les pouvoirs publics, par Hugues de Varine, 80 p.
- Transformer les institutions, par Catherine Tasca, 21 p.
- Evaluer pour mieux programmer l'action culturelle, par Jacques Moulinier, 36 p.

Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, Service des études et de la recherche, 1978.

L'initiative de la transformation peut venir des pouvoirs publics, à divers niveaux, des animateurs qui sont mieux placés que quiconque pour faire la critique de leurs institutions, et aussi des usagers qui sont les principaux intéressés mais les plus désarmés.

Les obstacles

La nécessaire évolution se heurte à diverses résistances.

Il est souvent plus facile de juxtaposer de nouvelles institutions aux anciennes lorsque celles-ci sont périmées. Chaque administration et chaque époque créent leurs types d'institution tandis que les organes existants évoluent plus ou moins bien. Les modèles juridiques et administratifs se prêtent mal à l'évolution empirique.

Les pouvoirs, dans leur responsabilité, redoutent qu'une transformation entraîne un accroissement de leurs charges.

Les usagers sont également conservateurs et les institutions sont souvent accaparées par un public spécifique ou un groupe exclusif.

Les modes de gestion privilégient généralement un type de démocratie formelle qui encourage la notation des responsables et la lourdeur du fonctionnement. On y retrouve la tension entre continuité et mouvement.

Les professionnels cherchent à éviter les changements dérangeants, pour de nombreuses raisons : défense des positions acquises, rigidité des statuts, quête de sécurité, routines, etc...

La conception économiste de l'action culturelle, qui veut rentabiliser l'investissement et justifier les dépenses salariales, interdit la suspension ou le ralentissement de l'activité qui serait nécessaire pour réviser les objectifs et les méthodes, pour mettre en place les transformations.

L'évaluation est insuffisante, partielle, prématurée, ce qui explique que les transformations soient si rarement bien préparées, bien menées, adaptées aux besoins réels.

Conditions d'une transformation

Prévenir l'immobilisme : limiter la durée du mandat des institutions, réviser périodiquement les objectifs, éviter la pérennité des organes de gestion, créer par l'expansion du secteur une dynamique générale de transformation, favoriser la mobilité interne ou externe du personnel, assouplir le cadre budgétaire.

Assurer le suivi et l'évaluation des actions : séparer dans les budgets de fonctionnement les charges permanentes et les charges correspondant aux activités ; créer des structures d'information participative permettant d'associer les usagers au contrôle des institutions ; créer des observatoires régionaux de l'activité institutionnelle.

Enfin favoriser la mutation : préparer la transformation par une large concertation ; savoir perdre du temps en ménageant des périodes de pause dans les activités ; développer la formation et le recyclage des personnels.

Evaluer : quoi ? Pourquoi ? Comment ?

L'acte de programmer et celui d'évaluer, au delà de la mode qui s'attache aux mots, sont des pratiques traditionnelles et empiriques, disciplines élémentaires de toute action. C'est quand les problèmes posés sont complexes et mettent en jeu des intérêts collectifs que la programmation et l'évaluation deviennent plus méthodiques. Les deux aspects sont également importants.

Il est toujours nécessaire de partir d'un point de vue spécifique : celui des villes, celui de l'Etat, celui des usagers, celui des agents culturels, etc...

L'un des obstacles à l'évaluation est le caractère parfois imprécis des réalités considérées. La préoccupation d'évaluation est sans doute implicitement une demande d'objectivation des problèmes culturels.

Un bilan

A partir de l'analyse de trois expériences récentes (Annecy 1972-1977, Lyon 1977, Grenoble 1975-1977), des observations générales ont été tirées :

- L'initiative de l'évaluation peut être extérieure à la ville, ou propre à la ville, avec ou sans coopération de l'Etat.
- Dans certains cas l'évaluation est indépendante d'un mandat municipal, dans d'autres elle se situe au début (pour programmer) ou en fin de mandat (pour faire le bilan).
- Concernant la réalisation de l'évaluation, on fait parfois appel à des chercheurs extérieurs au milieu local, ou bien l'équipe d'évaluation est très intégrée aux structures municipales, ou encore l'étude est conduite sous l'autorité de la municipalité, par des services divers relevant de la ville, de l'Université et de l'Etat.

— Les techniques utilisées séparément ou conjointement peuvent appartenir aux catégories suivantes :

- analyse budgétaire de l'action culturelle,
- analyse générale du fonctionnement d'un ensemble de secteurs,
- étude monographique du fonctionnement d'un secteur ou d'une institution,
- étude du public d'une institution ou d'une manifestation,
- consultation des acteurs de l'action culturelle,
- sondage dans la population sur ses attitudes et comportements devant une offre culturelle.

Objectifs et méthodes

L'évaluation suppose la formulation préalable des objectifs, en termes aussi opératoires que possible. Ces objectifs se situent à trois niveaux principaux :

- la mise en place des moyens (institutions, équipements, personnel, financement, fonctionnement) ;
- les objectifs à court terme, ou les résultats attendus de l'action, en termes de contenu et de public ;
- les objectifs à moyen et long terme ou les résultats espérés.

Il faut être conscient du fait que, dans la pratique, ces objectifs évoluent au cours de l'action, ce qui complique la mise en œuvre d'une évaluation méthodique.

L'évaluation doit ensuite recevoir les moyens nécessaires. Il faut en délimiter le champ, puis en définir la démarche : une simple description précise et approfondie de la réalité culturelle, la mise au point de comparaisons dans l'espace et dans le temps, un véritable contrôle des résultats en fonction de critères découlant des objectifs préalables, une observation en profondeur du changement culturel.

Les méthodes doivent combiner les techniques quantitatives et les approches qualitatives, voire sub-

jectives. Les dispositifs d'évaluation peuvent, avec des avantages et des inconvénients dans chaque cas, être extérieurs ou intégrés aux systèmes culturels étudiés. Les plus proches de la programmation, donc les mieux intégrés, semblent toutefois devoir être développés en premier. Les instances nationales et internationales devraient de toute manière apporter de façon croissante leur aide financière et méthodologique.

L'évaluation est une procédure ambiguë : à l'avantage de plus de cohérence, de plus de maîtrise et de plus d'efficacité, répondent les dangers de banalisation, de normalisation, la tentation du marketing. D'où le besoin de concertation.

L'évaluation a ses limites : une meilleure connaissance des phénomènes n'est pas suffisante pour une bonne programmation ; le développement d'attitudes objectives et expérimentales chez les acteurs culturels ne remplacera jamais un engagement et une foi chez ceux-ci.

Le son et l'image progressent (suite)

En francs constants les différences d'évolution sont nettement plus marquées

D'un côté les achats d'appareils supports et les consommations liées au son font plus que doubler - et vont jusqu'à quadrupler pour les récepteurs radios.

A l'inverse les consommations de presse, de cinéma, de spectacles et de livres stagnent (moins de 10 % de progression en 7 ans).

Les « machines culturelles » et le son ont aussi connu les hausses de prix les plus modérées

Les appareils supports ont vu leurs prix augmenter faiblement (moins de 35 %) ce qui est nettement inférieur à la progression moyenne des prix à la consommation (+ 81 %).

Les prix des autres biens et services culturels augmentent de manière plus proche de la moyenne ; redevance TV (+ 60 %) et livres (+ 75 %), cinéma (+ 107 %) alors que l'indice des prix des spectacles et de la presse est plus élevé (+ 142 %).

D'une corrélation évidente entre évolution de la consommation en volume et progression des prix, il faut se garder de déduire hâtivement un lien de cause à effet entre hausse des prix et stagnation de la consommation.

En effet, si depuis le début des années 70 s'accroissent et se précipitent des évolutions structurelles dans les « vieux » médias (livre, presse, cinéma) et les arts de la scène (spectacles), les récepteurs TV et radio sont entrés, après la généralisation de l'équipement, dans une période de renouvellement par la multipossession, l'auto-radio et la TV couleur. Disques et cassettes, électrophones et magnétophones connaissent sur cette période une croissance que la saturation ne semble pas encore menacer.

	Indice des prix 1977 / 1970	Indice de la consommation en (volume) 1977 / 1970
Récepteurs radios	112	394
Récepteurs TV	110	275
Instruments de musique .	127	250
Appareils de reproduction et d'enregistr. du son....	132	241
Disques - cassettes	134	241
Matériel photo - ciné....	135	203
Redevance TV	160	139
		Indice général : 136
Livres	175	110
	Indice général : 181	
Spectacles	242	109
Cinéma	207	104
Presse	242	99