

## CINQUIÈME PARTIE

### ***Au-delà du public : « non-public » et publics potentiels***

---

Les études portent sur les publics, pourtant, bien souvent, les responsables des institutions culturelles s'interrogent sur le « non-public », sur les personnes qu'ils ont le sentiment d'avoir des difficultés à toucher ou qu'ils jugent relativement indifférents à l'offre culturelle.

Qu'est-ce que le « non-public » ? Ce terme est apparu dans les débats de politique culturelle à la fin des années 1960. On en trouve la première trace écrite dans la déclaration des responsables du théâtre public (Villeurbanne, mai 1968) qui, prenant conscience des obstacles financiers et surtout symboliques « empêchant » une majorité de Français de fréquenter leurs établissements, lancent la première attaque d'envergure, si on en croit Philippe Urfalino <sup>1</sup>, contre l'idéologie de la démocratisation. Quelques années plus tard, en 1972, Francis Jeanson <sup>2</sup> revient sur cette notion de « non-public », en distinguant trois publics : la clientèle, le public potentiel (public placé dans les conditions objectives d'accès à la culture) et le « non-public » (public qui n'est pas placé dans ces conditions d'accès, regroupant les « mystifiés » occupés à d'autres consommations, et des groupes « refusant l'intégration à la société », notamment « les jeunes »).

Le « non-public » est souvent défini dans les milieux culturels mais aussi sociologiques uniquement par la négative, par l'absence de propriété légitimiste <sup>3</sup>, ce qui conduit à prendre les formes de culture populaire pour des formes d'exclusion culturelle. Sans verser dans le relativisme ethnologique (qui considère chaque comportement dans sa culture d'origine, ce qui donne un tout autre sens au terme « culture »), est-il besoin de rappeler que la culture ne se réduit pas au champ délimité par les institutions culturelles (les « cultures émergentes » leur échappent largement) et que l'essentiel des pratiques culturelles se déroule dans le cadre domestique ou privé, qu'il s'agisse de lecture, de consommations audiovisuelles ou de pratiques amateur ? Les non-fréquentants des établissements culturels ne sont pas tous par conséquent – loin s'en faut – des exclus de la culture.

- 
1. Philippe URFALINO, *L'invention de la politique culturelle*, Paris, Ministère de la culture/Comité d'histoire, La Documentation française, 1996.
  2. Francis JEANSON, *L'action culturelle dans la cité*, Paris, Le Seuil, 1972, p. 136-141.
  3. On renverra sur ce point au débat sur le dominocentrisme, forme d'impérialisme culturel, Claude GRIGNON et Jean-Claude PASSERON, *Le savant et le populaire*, Paris, Gallimard/Le Seuil, 1989.

En s'appuyant sur les résultats des enquêtes *Pratiques culturelles des Français*<sup>4</sup> relatives à la fréquentation des équipements culturels, on peut considérer que deux pôles se détachent nettement à l'échelle de la population française. D'un côté, celui des Français qui n'ont fréquenté aucun lieu ni spectacle culturel au cours de l'année et ont toujours eu un niveau de participation à la vie culturelle très faible, voire inexistant. Ils représentent environ un quart de la population française de 15 ans et plus, et peuvent être désignés sous le terme de « non-public » « absolu » dans la mesure où ils cumulent pour la plupart tous les handicaps (culturels, économiques et sociaux) en matière d'accès à la culture et demeurent par conséquent à l'écart des actions culturelles à caractère général. D'un autre côté, le pôle des publics habitués<sup>5</sup>, de l'ordre de 10 % de la population globale, définis par une fréquentation des équipements culturels à la fois diversifiée et régulière, un fort niveau d'information et d'investissement dans la pratique. Entre ces pôles, circulent ceux qu'on est tenté d'appeler les publics potentiels, somme de publics spécifiques, qui peuvent entretenir un intérêt pour un domaine culturel ou pour un thème particulier, sans pour cela placer la culture au centre de leurs loisirs. La fréquentation des équipements culturels se trouve souvent pour eux en concurrence avec d'autres formes d'usage du temps libre et la logique du cumul, qui conduit les habitués à diversifier leurs pratiques culturelles, fonctionne peu.

Cette typologie sommaire conduit à souligner le caractère à la fois poreux et arbitraire de toute catégorisation relative aux publics. La définition de la notion de « public » et, par conséquent, la ligne de partage entre « public » et « non-public » reposent souvent sur un indicateur unique, le fait d'avoir participé ou non à une activité (aller au théâtre, aller au cinéma, lire un livre...) au cours d'une période de référence, en général les douze derniers mois. Or, le simple fait par exemple de substituer aux douze derniers mois les trois dernières années contribue à modifier l'image statistique du public d'un équipement, de même que les consignes qui accompagnent la passation d'un questionnaire contribuent à construire le public qu'on prétend observer. Ainsi, l'enquête *Pratiques culturelles des Français* exclut par exemple la visite de la Cité des sciences et de l'industrie des visites de musées pour la classer dans une catégorie « visite de parc », aux côtés du Futuroscope. Veillons par conséquent quand on a recours à la notion de public et/ou de « non-public » à ne pas entretenir l'illusion d'une césure, d'une frontière étanche, là où il s'agit en réalité d'un continuum.

4. Olivier DONNAT, *Les pratiques culturelles des Français, enquête 1997*, Paris, Ministère de la culture – DER, La Documentation française, 1998.

5. Christophe EVANS propose à partir de l'exemple de la BPI une définition des publics habitués, à la charnière entre psychologie et sociologie : il s'agit de publics à la pratique ancienne (depuis au moins un an) et fréquente (de 2 à 3 visites mensuelles), qui maîtrisent le lieu et dont l'habitude est « une manière d'être, fondée sur un savoir incorporé capable de produire du savoir sous la forme d'un schéma d'action susceptible d'être réactivé par la suite », consciemment ou non. Cette habitude a un aspect concret, extériorisé, matérialisé par les actes et les comportements observables, et un aspect psychologique, intériorisé : le sentiment d'assurance. Dans ce cadre, les habitués forment un groupe, une communauté, « fonctionnant sur l'interreconnaissance mutuelle, voire l'interconnaissance ». Christophe EVANS, Agnès CAMUS et Jean-Michel CRETIN, *Les habitués, le microcosme d'une grande bibliothèque*, Paris, BPI/Étude et recherche, Centre Georges-Pompidou, 2000, p. 31-34.

Aymard de Mengin échappe à ce travers en proposant une analyse des études sur le « non-public » de la Cité des sciences et de l'industrie qui fait la part belle à ces voies de passage et de rupture et dépasse la vision du « public en tranches » : comment la curiosité naît-elle ? quels types d'étude sont les plus appropriés à saisir ces moments d'émergence d'intérêt culturel ?

Les deux autres textes rendent compte d'une préoccupation plus récente en matière de connaissance des publics. Désormais, la création de nouveaux équipements culturels s'accompagne d'une réflexion sur les publics susceptibles d'y venir : leur nombre, leur composition, leurs caractéristiques, leurs attentes. Mais comment enquêter auprès d'un public qui n'existe pas ? Comment faire réagir les personnes interrogées à l'exposé d'un projet et non à la confrontation et à l'usage d'un lieu ? Jean-Marc Vernier et Martine Lévy témoignent de deux expériences de préfiguration de nouveaux équipements : celle du projet de Bercy relatif au cinéma, et celle du futur musée du Quai Branly, pour les arts premiers.