

DELIRIOUS STATISTICS

LA CULTURE, C'EST À

QUEL SUJET ?

QUE FALLAIT-IL VOIR ?

QUAND L'ART

SE SAISIT DE LA

RELATION AU PUBLIC

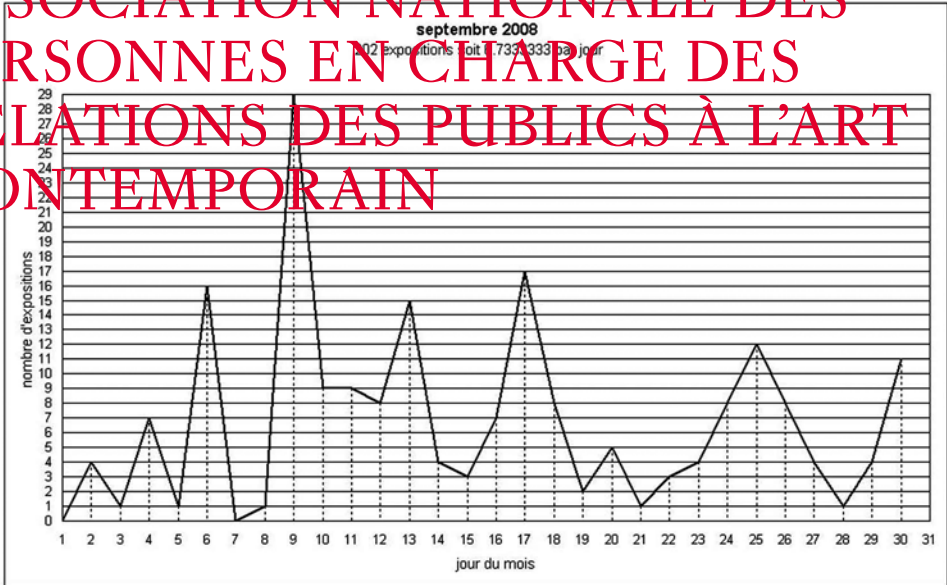
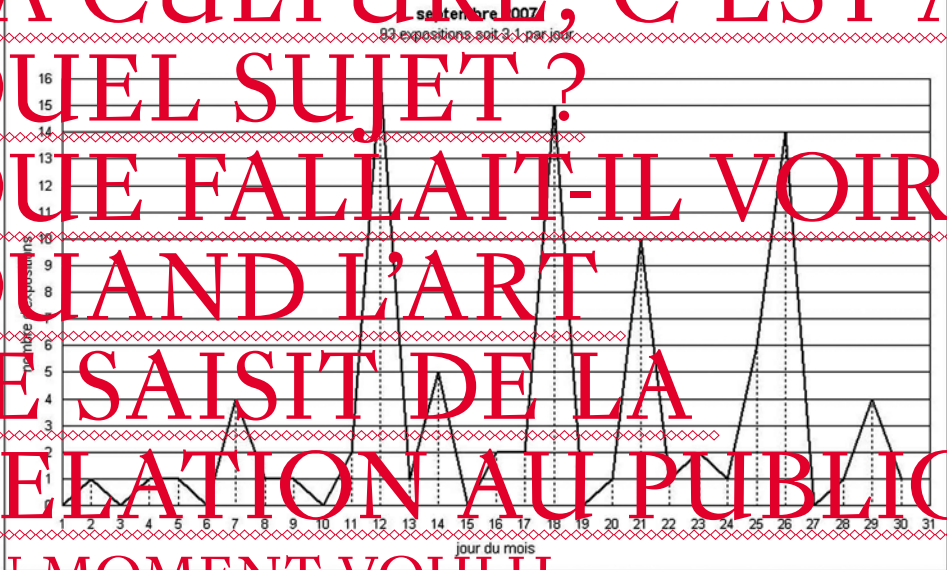
UN MOMENT VOULU

ASSOCIATION NATIONALE DES

PERSONNES EN CHARGE DES

RELATIONS DES PUBLICS À L'ART

CONTEMPORAIN



ÉDITO



Christelle Alin, présidente d'Un moment voulu,
responsable du service des publics à la Villa Arson, Nice

Cette publication accompagne le séminaire « Pratiques de l'évaluation appliquées au secteur de l'art contemporain »¹, et rend compte de certaines contributions aux tables rondes proposées par l'association Un moment voulu. Il y est question des limites de l'évaluation quantitative de la fréquentation (par Christelle Alin et Claire Legrand) et des présupposés idéologiques de la représentation du « public » qui sous-tendent la culture de l'évaluation — au sens gestionnaire du terme (par Florent Lahache). Le portfolio conçu par Damien Airault (commissaire d'exposition et critique) et Joël Riff (curieux) fait état d'une pratique individuelle de fréquentation d'expositions sur un mode de sur-consommation et livre une galerie de portraits d'un spectateur complice. Enfin, il s'agit d'explicitier les multiples déplacements opérés en terme de formats (d'exposition, de fonctionnement des structures, de modalités d'évaluation) quand le projet artistique ou curatorial se saisit directement de la relation au public (par Grégory Castera).

(1) Séminaire en 2 volets. Le premier organisé par l'AICA et Un moment voulu en collaboration avec le Cipac, s'est déroulé à Paris le 23 février 2009 ; le second s'inscrit dans le cadre des Rencontres professionnelles du Cipac, qui ont eu lieu les 19 et 20 novembre 2009 à Lyon.

Couverture : Joël Riff, *Graphiques curieux 2005.09, 2006.09, 2007.09 et 2008.09*

L'association Un moment voulu existe depuis 2000 et réunit des personnes en charge des relations des publics à l'art contemporain. Les professionnels concernés travaillent dans des institutions telles que musées, Frac, centres d'art, mais aussi au sein d'autres structures ayant une activité de production et de diffusion de l'art contemporain : dans certains lieux patrimoniaux, d'enseignement supérieur, ou encore dans des centres hospitaliers. Cette association nationale contribue à identifier et valoriser les métiers, les missions, les compétences de cette profession dite de la médiation en posant la spécificité de celle-ci dans le champ de l'art contemporain. Elle a vocation à enrichir la réflexion sur les objectifs et les méthodologies de travail (organisation de séminaires annuels, formations Cipac, publications) et a mis en place un réseau d'échanges de connaissances et de compétences (via les outils numériques). L'association Un moment voulu (association nationale des personnes en charge des relations des publics à l'art contemporain) reçoit le soutien du ministère de la Culture et de la Communication. Elle est membre du Cipac. <http://unmomentvoulu.blogspot.com>, unmomentvoulu@gmail.com.

Semaine, revue hebdomadaire pour l'art contemporain – n°222, vendredi 20 novembre 2009 – publié et diffusé par Analogues, maison d'édition pour l'art contemporain, 67, rue du Quatre-Septembre, 13200 Arles, France, tél. 09 54 88 85 67, www.analogues.fr – abonnement 1 an, 3 volumes, 52,80 euros – directrice de la publication Gwénola Ménou – graphisme Emmanuel Leroy – corrections Pierre-Marie Prugnard – photogravure Terre Neuve, Arles – imprimerie Laffont, Avignon – papier Claro Silk 115 g – © les artistes et les auteurs, Analogues pour la présente édition – dépôt légal novembre 2009 – issn 1766-6465

DELIRIOUS STATISTICS

L'évaluation de la fréquentation en question

CHRISTELLE ALIN

CLAIRE LEGRAND

On (qui ?) lirait :

Quelle opération, mathématique ou logique, peut compter, à la fois, en mètres, en arbres et en années ?

Faut-il seulement essayer de le faire ?

Quelqu'un de sensé irait-il additionner des pains et des émotions ?

Emmanuel Hocquard, *Un test de solitude*, éd. P.O.L., 1998.

L'objet de cette contribution est de questionner l'évaluation de la fréquentation des lieux de production et de diffusion de l'art contemporain. Chaque année, à l'heure de la rédaction du bilan d'activités et de la réception des questionnaires émanant des financeurs, nombre de personnes en charge des relations aux publics se trouvent confrontées aux mêmes cas de figure : faire état d'une évolution positive de la fréquentation ou, dans le cas contraire, trouver une justification rationnelle¹ et remplir des tableaux avec des données chiffrées qui ne sont pas toujours significatives en regard de la nature et de la diversité des actions, des projets en partenariat mis en place.

L'évaluation quantitative dans sa version standard consiste à comptabiliser la fréquentation des expositions avec des entrées par types de publics – total des visiteurs dont les scolaires, les étudiants, les publics spécifiques (hôpitaux, prisons, entreprises, élus...)², les entrées gratuites. Pour la fréquentation hors expositions (*in situ* et hors les murs), les entrées sont comptabilisées par types d'actions (formation, atelier, conférence, événement, etc.). Par ailleurs, des informations relatives aux personnels et aux données financières viennent compléter ces tableaux/questionnaires.

De ce type d'évaluation, on peut déduire qu'il s'agit de vérifier si les objectifs de développement de la fréquentation et de diversification des publics sont mis en œuvre et réalisés. Notons au passage que rares sont les structures qui reçoivent en retour de ces remontées d'informations un compte-rendu d'évaluation. Sans doute l'évaluation de la fréquentation pose-t-elle un certain nombre de questions. Nous en aborderons au moins trois.

L'art du jonglage

Depuis la mise en place de la Loi organique aux lois de finances (LOLF) en 2006, les structures sont confrontées à un paradoxe de taille. Ce qui est formulé, à travers les tableaux à remplir, chiffres à transmettre, évaluations à fournir, comme un bilan d'activités lié aux subventions reçues, se révèle être une attente d'augmentation annuelle de toutes les actions menées. Ce qui est présenté comme une évaluation se révèle donc davantage être un audit de performance d'autant plus problématique qu'il se fait au mieux à moyens constants, au pire avec des baisses importantes. Visiblement, il va de soi qu'il faut augmenter. Si tel n'est pas le cas, il faudra justifier de la stagnation, voire – perspective crainte entre toutes – de la baisse. La réponse la plus courante des différents services des publics au sein des lieux de production et de diffusion d'art contemporain est d'élaborer des offres, souvent inventives et multiples, à destination d'une population de plus en plus « segmentée », pour reprendre le vocabulaire de la communication. Ainsi, au fur et à mesure des actions menées, des conventions passées, se constitue le « public » d'une structure. On pourrait comparer l'exercice au numéro de jonglage des assiettes chinoises. Chaque assiette représente une partie des visiteurs regroupés dans le cadre d'une action. Mais, comme le fameux numéro, dans cette logique de travail, il faut régulièrement maintenir l'impulsion pour que le fragile équilibre perdure. Plus il y a d'assiettes, de visiteurs via les groupes constitués, plus l'activité est périlleuse. Sans le maintien de l'impulsion, le lien se rompt et il faut à nouveau repartir à la recherche de groupes « intéressés ». Pour autant, on ne peut reporter la faute, comme certains tentent de le faire régulièrement, sur les seules structures et leurs programmes : si une part croissante de la population identifie la présence de lieux d'art contemporain dans son environnement, le nombre de personnes prêtes à modifier leurs

(1) On peut comparer le nombre de jours ouverts pendant ou hors période scolaire d'une année à l'autre, on peut même convoquer la météo, plus rarement expliciter que tout simplement certaines expositions attirent plus de monde que d'autres.

(2) Source : Document intitulé « Informations relatives aux centres d'art pour l'évaluation » adressé par la Drac PACA, 2008.

Est-on en mesure d'évaluer le « bon » chiffre de fréquentation d'un lieu ? (et est-ce souhaitable ?)

La finalité serait probablement d'obtenir un ratio adéquat entre la fréquentation et les moyens affectés. Étant donné la diversité des structures (qui constitue la richesse du réseau), il faudrait imaginer des indicateurs qui tiennent compte de la spécificité du lieu : environnement/contexte ; temps de travail affecté au service des publics ; jours et heures d'ouverture ; surface et configuration des espaces d'exposition, etc. Mais quand passe-t-on d'une politique de chiffrage au délire statistique ?

Le fait est qu'il existe au sein des équipes une injonction intégrée qui est d'élargir les publics, de développer les activités, de pouvoir poser à la fin d'un bilan d'activités un pourcentage d'augmentation de la fréquentation. Généralement, précisons-le, à moyens constants (dans le meilleur des cas). Mais quel pourcentage ? 10 %, 20 %, 50 % ? Quel nombre ? 100 ? 1 000 ? 5 000 visiteurs supplémentaires ? Y a-t-il un point limite au-delà duquel la fréquentation deviendrait suspecte ?

Dans le cadre des partenariats avec les établissements scolaires, les données sont précisées, il s'agit de s'adresser à tous les élèves.

Peut-on définir ce que serait la « bonne » fréquentation d'un lieu ?

Conçoit-on une répartition souhaitable entre les visiteurs individuels et les groupes (autrement appelés « publics contraints ») ? Sur ce terrain tout aussi problématique que celui du « bon » chiffre de fréquentation, il existe cependant un présupposé : la « véritable » fréquentation serait celle du visiteur individuel (en dehors du vernissage).

Et au sein des groupes ? Est-ce que tous les publics se valent ? Quelle serait la juste répartition entre les élèves du primaire, du secondaire, de l'enseignement supérieur, les publics dits du handicap, ceux dits isolés ? La question du *combien*, sans passer par le *comment*, est sans intérêt. Évaluer la mise en relation entre enjeux artistiques de la création contemporaine et enjeux pédagogiques, thérapeutiques ou d'insertion sociale, sans instrumentaliser les œuvres, échappe à

habitudes pour développer cette pratique ne croît peut-être pas dans les mêmes proportions.

Des missions détournées ?

Le présupposé de l'augmentation systématique a pour source les missions des structures qui se doivent de « renouveler et élargir les publics », et d'« être guidées par le double souci de la fidélisation du public et de son développement ¹ ». On peut se demander si, à l'objectif de démocratisation visant à faciliter l'accès, à donner la possibilité de découvrir, et donc de choisir de s'intéresser aux pratiques de l'art contemporain, ne s'est pas substitué celui de la massification. Le grand nombre justifie l'engagement public (faut-il rappeler que la LOLF a été mise en place dans le but de transmettre les performances des finances publiques auprès du Parlement ?), sans que les raisons de cet engagement soient plus interrogées. Le nombre justifie alors la gouvernance. Dans le quotidien de nos structures, nous observons que cette logique ne tarde pas à se retourner contre le travail artistique lui-même, puisqu'un nombre croissant de visiteurs manifeste l'exigence de « comprendre », ce qui peut être évidemment un fait positif. Mais cette attente est vécue comme un dû et un visiteur qui repart sans avoir « compris » considère parfois que la structure a échoué dans sa mission. Peut-on considérer que toutes les œuvres doivent livrer dans l'immédiateté de leur production la totalité de leurs significations possibles ? On perçoit alors que le travail du service des publics ne consistera pas à « résoudre » le sens de l'œuvre mais à créer les conditions qui permettent son questionnement. L'enquête de satisfaction menée auprès des visiteurs lors de certaines manifestations devrait inscrire cette réalité de l'art sans rapport avec le connu, l'attendu.

Art Recherche Confrontation

En observant ces paradoxes, nous avons souhaité mettre en avant que nous travaillons à créer les conditions d'accès à l'art contemporain, dans le respect de la spécificité du projet artistique de la structure. Il s'agit en effet, pour chaque projet, de contribuer à une véritable démocratisation artistique, permettant une réelle rencontre, distincte

l'abstraction mathématique mais n'en constitue pas moins le sens et la réalité du travail mené dans le cadre des partenariats.

Comment compte-t-on ? Est-ce que tous les « 1 » se valent ?

On comptabilise le nombre d'entrées et non le nombre de visiteurs (et oui, certains reviennent). Pourtant il sera question d'eux et ils ne font pas que visiter les expositions. Est-ce le même « 1 » dans le tableau de fréquentation annuelle entre celui qui fréquente un événement type Journées du Patrimoine, celui qui vient se former pendant quelques heures ou plusieurs semaines – qu'il s'agisse d'un étudiant, d'un enseignant, d'un membre du personnel hospitalier, d'un animateur de centre de loisirs – ou encore un élève qui participe à une visite classique ou une visite qui s'inscrit dans un projet incluant une rencontre avec un artiste ou un atelier de pratique, etc. ?

L'enjeu (intermède footballistique)

L'enjeu de ce match est de GAGNER, et engranger les points que nous ne faisons pas à l'extérieur, et si nous faisons le même parcours qu'aux matchs aller, nous terminerons à 50 points [...] s'ils perdent samedi, c'est la L2 pratiquement assurée.

« Nous jouerons sans pression pour réaliser un match aussi beau et aussi passionnant que la finale de l'an dernier. De la passion et du jeu, voilà notre volonté première. » Avec de telles envies de réaliser de grands matchs, le public peut s'attendre à des confrontations tonitruantes où le jeu rime, pour une fois, avec enjeu.

Le contexte

Le contexte actuel marqué par la culture de l'évaluation – entendue au sens gestionnaire du terme – et par l'industrialisation de la culture incite les professionnels du secteur de l'art contemporain à se positionner en regard de ce qui devient une norme : modélisation ou dissonance ? Si l'on présume cette alternative, on peut projeter les évolutions entraînées par l'une ou l'autre tendance. Dans le premier cas : la transformation de projets de médiation en produits de communication afin de répondre aux objectifs de fréquentation, à une demande de visibilité des actions (pour un retour

d'un simple croisement fugitif. Car ouvrir la porte du goût, de manière informée et approfondie – ce qui n'est pas incompatible avec un moment agréable –, n'est-ce pas donner la possibilité à tout un chacun d'identifier cet espace potentiel de relation au monde qui constitue les pratiques de l'art contemporain ? Construire cette figure de l'amateur ² nécessite une durée difficilement compatible avec des données chiffrées annuelles. Il s'agit bien de distinguer l'analyse de la fréquentation de l'évaluation de la qualité du projet du service des publics ; et de définir ce que nous souhaitons évaluer aujourd'hui dans chacune de nos structures, avec la singularité de chaque contexte. Il s'agit de nous situer par rapport à la pression croissante des évaluations des tutelles et de distinguer nos intentions de leur étalonnage par un référentiel plus ou moins explicite. Car nous avons souvent souligné le fait que ces tableaux d'indicateurs que nous remplissons régulièrement n'étaient accompagnés d'aucun retour ou commentaire, et se perdaient dans l'anonymat.

Quelles pistes ?

Apprendre à « faire parler » nos chiffres s'avère aujourd'hui crucial. Il s'agirait en effet d'analyser des données quantitatives en lien avec la spécificité de la structure. De nombreux paramètres ont émergé qui nous semblent permettre une analyse plus juste. Un document de synthèse reste à produire.

D'autres voies se sont également ouvertes afin d'explicitier la manière dont chaque service des publics construit un projet spécifique au projet artistique. Peut-être pourrait-il être utile d'intégrer une réflexion sur les missions du service des publics, en cohérence avec les projets artistiques et culturels des établissements, comme un moyen de partager ces objectifs spécifiques avec les tutelles. S'est-on un jour réellement questionné sur la compatibilité des missions artistiques définies par les fameuses chartes avec la mission de service public ? Cette évaluation qualitative permettrait de contextualiser les chiffres de fréquentation et de déterminer ce qui est propre à chaque structure et, par conséquent, ce qui peut être éventuellement comparé.

(1) Charte des missions de service public pour les institutions d'art contemporain, ministère de la Culture et de la Communication, 2000.

(2) Sophie Maisonneuve, Antoine Hennion, et Emilie Gomart, *Figures de l'amateur : formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation française/DEP-Ministère de la Culture, 2000.

CHRISTELLE ALIN

d’image auprès des financeurs publics et privés) qui peut conduire à substituer aux objectifs et contenus de médiation des logiques de marketing. Dans le second cas : l’affirmation de la nature expérimentale tant des projets artistiques que des projets de médiation qui les accompagnent, avec l’ambition d’inventer des modes spécifiques de relation des publics à l’art contemporain. Nombre de structures d’aide à la création et à la diffusion de l’art contemporain créées depuis les années 1980 ont fondé leur identité en partie sur le fait d’être des laboratoires de la création dédiés aux artistes, des lieux de recherche favorisant l’émergence de projets contextuels et expérimentaux. Dans cette perspective, il est souhaitable de documenter aujourd’hui la nature des relations des publics à l’art contemporain que l’on souhaite privilégier. Que produit-on ? Que transmet-on ? Comment en mesurer les effets ? Autant de réflexions qui peuvent se formaliser par des objectifs et être accompagnées par un processus d’évaluation inscrit dans la durée et mené conjointement avec des chercheurs en sciences humaines.

Hors série

« *En règle générale, il importe de se souvenir que lorsqu’on ajoute des cadres au château, celui-ci crée automatiquement autant de demoiselles que la fenêtre comporte de cadres. Que la gestion de l’animation du château passe par l’inspecteur de scénarios. Que l’inspecteur de scénarios est accessible par la commande fenêtre / scénario ou à l’aide des raccourcis. Que la clé de la bibliothèque se trouve chez le concierge et, dans l’éventualité de son absence, un double est accroché en évidence dans l’appentis du jardinier au-dessus de l’étagère où sont alignés les arrosoirs. Que les scénarios utilisent les différentes propriétés pour créer des effets d’animation dans le temps. Que l’on peut profiter des comportements pour ajouter une petite fioriture à son menu. Que la fenêtre se vide. Que si ce n’est déjà fait on est très vite envahi.* »

Yannick Liron, L’annonciation, éd. P.O.L., 2004.

CHRISTELLE ALIN,

PRÉSIDENTE D’UN MOMENT VOULU, RESPONSABLE DU SERVICE DES PUBLICS À LA VILLA ARSON NICE

CLAIRE LEGRAND

Plutôt que de supprimer progressivement les aides sous le prétexte énoncé de la « qualité du projet artistique », de la « faible audience », ou du « manque de retentissement auprès des médias », ne serait-il pas temps d’envisager quel est l’impact économique et social de ces structures ³ sur un territoire ? Pourquoi ne pas faire appel à des chercheurs en économie à même d’appliquer leur approche expérimentale sur les programmes d’aide publique au secteur culturel, et à celui de l’art contemporain en particulier ⁴ ?

Parce que la mesure influe sur la politique, il nous a semblé urgent dans le contexte actuel de nous saisir de ce sujet brûlant. D’autres le font ⁵. À notre échelle, nous cherchons à produire la réflexion et les outils qui nous permettront d’accompagner au mieux les projets artistiques des structures pour lesquelles nous travaillons, en ayant le souci de créer les conditions pour que ceux-ci soient accessibles au plus grand nombre.

CLAIRE LEGRAND,

VICE-PRÉSIDENTE D’UN MOMENT VOULU, DIRECTRICE ADJOINTE DU FRAC BOURGOGNE, RESPONSABLE DU SERVICE DES PUBLICS.

LA CULTURE, C’EST À QUEL SUJET ?

« Je me disais : à quoi bon parler avec eux ?

S’ils achètent le savoir, c’est pour le revendre.

Ce qu’ils veulent, c’est trouver du savoir à bon marché

Qu’ils puissent revendre au prix fort. Pourquoi dès lors

Voudraient-ils savoir ce qui va contre la loi

De la vente et de l’achat ?

(..)

Je pensais : que leur dire ? Et puis je décidai :

Voilà ce que je vais leur dire. »

Bertolt Brecht, « Je vais leur dire » (1941) *in Poèmes 6*, L’Arche Éditeur, 1967, p. 57.

Comment s’initier à la culture marchande

On a vu au cours du siècle dernier les efforts engagés par le cinéma et la photographie pour passer du statut de divertissement à celui de pratique artistique et intégrer les institutions culturelles. On voit en ce début de siècle les efforts inversement engagés par les pouvoirs publics pour faire accéder ces mêmes institutions culturelles à la logique du divertissement de masse et les intégrer à l’industrie des loisirs. La festivalisation, bien-nalisation et autre événementialisation de l’art sont devenues les moteurs économiques et donc communicationnels de l’exposition – son étrange devenir festif. Comme s’il manquait encore quelque chose à l’art pour être enfin une marchandise comme les autres, on cherche à convaincre les citoyens que l’exposition est une sortie sympa¹. Bizarre phénomène de régression des valeurs collectives, où le haut et le bas échangent soudainement leurs positions.

De quoi parle-t-on ? Il s’agit de doubler un marché de l’art – constitué et qui se porte bien – par un marché de l’exposition qui pour sa part n’existe pas comme tel, et pour une bonne raison : ceux qui font les expositions ne se pensent pas comme des marchands. Carence d’autant plus coupable que, positionnés sur le marché des loisirs, ils entrent en compétition avec de redoutables concurrents, les parcs d’attractions, aux moyens et au savoir-faire marketing autrement plus conséquents.

Première intervention : considérer les expositions selon la loi de l’offre et de la demande – où l’on

s’aperçoit que l’offre ne concorde pas très bien avec la demande.

Seconde intervention : doter les structures d’exposition des outils du marketing et de la culture d’entreprise – où l’on s’aperçoit que les institutions culturelles sont loin du compte.

La récente mise en place de politiques d’évaluation dans les institutions culturelles n’a pas d’autre but que de *rendre conscients* les acteurs de l’exposition qu’il leur manque quelque chose, précisément sur ce terrain. À travers ses protocoles d’analyse, ses expertises et ses enquêtes chiffrées, l’évaluation managériale dote en effet d’une conscience : conscience statistique, conscience de production, conscience de rendement, conscience comptable. Mais aussi, par conséquent, conscience de l’imperfection, de l’inadéquation, des défaillances organisationnelles, des erreurs voire des fautes, des mécomptes. L’évaluation dit à quel endroit le bât blesse. À bien des égards, son moteur est la mauvaise conscience ; elle sait en jouer, arguant d’une amélioration du fonctionnement et de la réalisation névrotique des objectifs. En réalité, le résultat de l’évaluation importe peu ; ce qui importe, c’est d’avoir réussi à faire admettre sa logique, qu’une conscience soit produite, que cette conscience se mette à compter, à sonder et à énumérer les dysfonctionnements et les moyens d’y remédier.

Sur le chemin qui mène les institutions culturelles vers la rationalité économique, l’évaluation est une étape indispensable : elle est une initiation². Elle fait passer l’institution culturelle de l’inconscience (on dirait presque de l’innocence) à la conscience – de l’idéal d’un travail désintéressé au service du public, à la culture du résultat, chacun contre tous. Aucune zone du système ne doit désormais échapper au dogme de la compétitivité et donc à ses outils de contrôle gestionnaire, pas même ce territoire autrefois déclaré d’exception qu’est la culture. Le pouvoir s’est mis à imaginer l’exposition de l’art comme un secteur d’activité rationalisé, efficace, symboliquement rentable et soucieux de son rayonnement – quitte à ce que ce rayonnement exige quelques sacrifices, restructurations, fusions ou regroupements de petites unités en unités plus grandes et donc plus performantes (un fantasme nommé « pôles d’excellence »).

(3) Voir à ce sujet l’observation participative et partagée, travail mené La Fédurok, fédération du secteur des musiques actuelles, depuis 1999. <http://fsj.la-fedurok.org>.

(4) Voir par exemple les travaux d’Esther Duflo sur l’économie du développement.

(5) L’Appel des appels, qui regroupe des professionnels du soin, du travail social, de l’éducation, de la justice, de l’information et de la culture afin de saisir les pouvoirs publics sur l’emprise croissante de la loi du marché sur leurs pratiques professionnelles, a décidé d’initier une évaluation des évaluations lors de la dernière assemblée générale d’octobre 2009. www.appeldesappels.org.

(1) J’emploie à dessein l’expression familière : elle est entrée depuis quelque temps dans le vocabulaire de la critique triviale (on dit d’un livre, d’un film, d’une exposition, qu’ils sont « sympas » – comme on le dit d’une soirée entre amis, ou d’une recette de cuisine – autant dire « convivial », « plaisant », sinon « inoffensif » et peut-être même « médiocre »).

(2) Voir les analyses de J.-A. Miller et J.-C. Milner, *Evaluation, Entretiens sur une machine d’imposture*, éd. Agalma (2004), p. 35. Ce livre a également été publié sous le titre *Voulez-vous être évalué ?* aux éditions Grasset (2004).

L'exposition, lepublic, l'offre et la demande

L'enquête de satisfaction est, de ce point de vue, au cœur du dispositif, car c'est elle qui fait émerger la représentation de l'exposition en termes d'offre et de demande – ce qui s'appelle ici *satisfaction* n'est en effet rien moins que l'adéquation entre ces deux termes. L'enquête a ceci de probant qu'elle permet d'intérioriser la logique offre-demande, et ce doublement : d'abord auprès des acteurs de l'exposition, amenés à interroger leur pratique sous un angle qui n'est pas le leur, mais toujours disposés à mieux connaître leurs publics (et donc à se prêter au jeu de l'enquête) ; ensuite, auprès des visiteurs eux-mêmes, à qui l'on pose une question que, nécessairement, ils ne se posent pas (mais qui sont flattés qu'elle leur soit adressée). On amène ce faisant (et comme subrepticement) les travailleurs de l'exposition à se penser comme les promoteurs d'une offre, et les visiteurs comme des demandeurs motivés par la satisfaction d'un intérêt privé, soudainement mis en lumière.

Mais il y a un argument qui motive ce dispositif, et cet argument a un nom : *lepublic*. *Lepublic* est en effet le levier décisif dans la mise en place des politiques d'évaluation car c'est par lui et pour lui qu'elles sont légitimées. Sujet de légitimation d'autant plus commode que, par définition, il ne peut parler – bien qu'on puisse le parler, c'est-à-dire parler pour lui³. C'est en son nom et à sa destination qu'est introduite l'exigence d'un meilleur rendement et d'une meilleure corrélation offre-demande. On réunit du même coup, imaginaiement, deux figures empiriquement séparées : celle du contribuable et celle du visiteur d'exposition, recomposées comme magiquement en une seule entité, *lepublic*. Dans le contexte sociologique des travailleurs de l'exposition, déjà déterminés au dévouement à l'égard de leurs tâches et de leurs publics (et déjà culpabilisés aussi à l'idée qu'ils sont improductifs), l'évaluation tape là où ça fait mal : le scrupule et la remise en question permanente⁴.

Le problème est que l'intérêt du visiteur n'est pas réductible à cette fiction de la demande qui se mesurerait en termes de satisfaction. Les mécanismes qui conduisent un visiteur, amateur ou profane, à se rendre à une exposition sont

nombreux, complexes et souvent contradictoires. À s'en tenir à la seule fréquentation des œuvres, la relation esthétique se fonde précisément sur le décalage entre ce que l'on suppose trouver dans l'exposition, ce qu'elle donne à voir et les représentations qu'elle permet d'élaborer dans le temps. La règle fondamentale de ce que la théorie esthétique appelle « l'horizon d'attente » est justement la déviation, la syncope ou la déception, c'est-à-dire l'inadéquation entre l'offre et la demande. L'imprévu est ce qu'on vient chercher. Autrement dit, on vient chercher ce qu'on ne vient pas chercher, et du reste on ne le trouve pas toujours – c'est bien ce qui rend la situation intéressante. Comment retranscrire un tel processus dans une enquête de satisfaction ? Comment seulement parvenir à le formuler ?

L'emmerdeur et son médiateur

Il vaut la peine de s'interroger sur la métaphysique du sujet que contient ce *lepublic* au nom duquel on légitime l'évaluation. Car ce sujet est nécessairement *l'insatisfait* ; sans lui l'expertise n'a plus lieu d'être, l'enjeu de toute enquête étant de déterminer ce que pense et veut le réfractaire afin de mieux pouvoir le « servir ». Qui est-il au juste ? Sans doute un personnage-type relativement banal. À titre de fiction, on pourrait l'appeler *l'emmerdeur*. Il se caractérise par ceci qu'il n'est pas content et qu'il cherche des coupables. L'évaluation encourage *l'emmerdeur* car elle en légitime les interrogations : l'espace d'exposition est-il assez confortable ? Le discours du conférencier pas trop ennuyeux ? Les œuvres présentées suffisamment accessibles ? Les cartels écrits en caractères lisibles ?

L'emmerdeur n'est pas un personnage historiquement original ; ce qui est original en revanche, c'est la tentative de promotion dont il est l'objet : son élévation au rang de citoyen exemplaire, son philistinisme promu au statut de modèle éthique. C'est que, une fois identifié à son portefeuille⁵, ce citoyen n'a d'autre choix en effet que de considérer chaque dépense de l'État sous l'angle de son illégitimité nécessaire.

Pour caricatural que pourrait paraître ce portrait, il n'en est pas moins la figure qui motive en dernière instance l'enquête de satisfaction,

celle qui lui donne raison. La charge de souffrances emmagasinées pendant la journée de travail trouve à se décharger au travers des questionnaires – et tant pis si cette insatisfaction s'avère avoir des fondements tout autres. *L'emmerdeur* n'est pas issu de l'élite, n'appartient à aucune aristocratie, il est seulement l'expression d'une angoisse et d'une frustration générées par le système à la seule fin de sa perpétuation.

Cette figure est en ce sens une véritable construction de notre temps. Elle est l'écho de nouveaux comportements observables chez les individus sous pression que nous sommes devenus dans le capitalisme mondialisé, et pour lesquels les produits de l'industrie culturelle sont devenus une sorte de répit indispensable. Un répit à la fois vital et misérable. Satisfait ou remboursé, il faut en avoir pour son argent parce qu'il y va de la survie – du système, de nous ou des deux. Le répit culturel, qu'il soit représenté par Hollywood, Beyonce, la pornographie ou Picasso, ne peut être différé, il relève de l'urgence. Devant ce manque à jouir, pèse sur l'industrie de la culture une attente exorbitante : il faut absolument que la rentabilité symbolique soit à la hauteur de la rentabilité économique à laquelle les sujets vouent leur existence de travailleurs.

Dans l'espace anormalement calme de l'exposition se manifeste alors, impérative, l'exigence d'une décharge de sens, d'une compréhension instantanée, presque d'une révélation. Pour le sujet sous pression, la temporalité spécifique du sens, cette temporalité longue qu'impose la relation esthétique est simplement impossible parce que insupportable, elle est un calvaire. Toute médiation (au sens de l'élaboration symbolique, mais on comprendra que le médiateur culturel n'est pas loin) est une aberration, un non-sens supplémentaire, un non-être à ramener illico à sa nullité. Quand l'autre n'est pas un moyen de ma jouissance, c'est qu'il en est tout simplement l'obstacle.

À cela répond justement le médiateur *new look* des institutions culturelles : moins discursif et professoral que l'antique conférencier, il va et vient dans un espace d'interactivité avec les visiteurs, dans une fonction d'animateur des mètres carrés qu'on lui confie. Il s'agit moins pour lui de transmettre une problématique et un savoir que de résorber,

dans une fausse familiarité, l'écart supposé entre le visiteur affolé et l'œuvre inaccessible. Piégé dans le discours de l'offre, il cherche à convaincre qu'il n'y a aucune altérité et donc aucune menace dans le travail des œuvres : elles parlent – de nous, de ce que nous vivons – elles sont du semblable, tout va bien.

Faire entrer les carrés de la culture dans les ronds de la marchandise

C'est là sans doute le plus redoutable des effets produits par l'évaluation managériale sur les institutions culturelles. Car il est tentant de ne voir dans ces politiques qu'une réorganisation (fût-elle menée à la hussarde) du fonctionnement formel des institutions – la production d'un nouvel organigramme en somme, et de quelques logos en guise de supplément d'âme. Or, cette réorganisation formelle ne peut se faire sans redéfinir en même temps l'objet qui occupe ces institutions : l'exposition des œuvres et le rapport qu'il est possible d'entretenir avec celles-ci. Construire un marché de l'exposition intégré à l'industrie des loisirs suppose en effet de déminer ce que celles-ci possèdent de problématique, de non-résolu, de négatif, de désajustement entre offre et demande, et donc de résistance à la consommation comme telle. Les politiques d'évaluation fonctionnent exactement comme s'il s'agissait de conjurer ce que l'exposition contient d'instable, d'irrégulier, de déviant. Car l'exposition est fatalement incertaine et décevante en regard du canon marchand offert par les concurrents du loisir, transgressant (même à son insu) la loi d'adéquation nécessaire entre l'offre et la demande. Lieu d'une tentative de *dénormalisation* de la réalité, l'exposition doit donc être convertie en son contraire : lieu d'une interchangeabilité avec tout le reste.

Le marketing nouveau dont l'art contemporain est l'objet est plus qu'un signe des temps, c'est un véritable nœud systémique. Et ce pour une raison simple : l'un et l'autre se disputent le privilège d'un enjeu commun que, pour aller vite, on peut appeler « la vie affective du sujet ». Cette vie affective est devenue (au moins depuis le capitalisme consumériste) la matière première du capitalisme, l'objet de toute son attention et de tous ses discours. S'emparant des outils de la sociologie, de la

(3) Lepublic connaît un analogue dans la novlangue des communicants politiques : *lesfrançais* (ceci n'intéresse pas *lesfrançais*...., *lesfrançais* veulent savoir cela...., etc.). On remarquera que celui qui parle (pour) *lesfrançais* ne s'y identifie pas : il en est seulement le locuteur, le résonateur moral, mais comme toujours séparé. *Lesfrançais*, de même que *lepublic*, ce sont toujours les autres, des autres, des invisibles.

(4) S'il y a quelque chose de cruel dans l'évaluation managériale appliquée au secteur de la culture, c'est qu'elle demande un surplus d'investissement personnel à ceux qui font profession de ne pas compter leur temps ni

ménager leurs efforts. La dimension de vocation inhérente aux travailleurs de l'exposition – et qui vaut également dans le monde hospitalier et dans l'enseignement – est un véritable angle mort de l'évaluation managériale.

(5) Et plus précisément : à sa feuille d'imposition. L'autre nom de *l'emmerdeur* est « le-contribuable-qui-paye ».

psychologie et maintenant des sciences cognitives, le marketing pousse toujours plus loin son intrusion dans la vie psychique des sujets, afin de pouvoir élaborer une offre toujours mieux ajustée à une demande, jusqu'à produire l'illusion d'une complicité avec le consommateur. Enfer d'un système qui veut savoir ce que l'on vit et ce que l'on pense, qui scrute nos goûts et nos dégoûts, qui ne veut rien d'autre que ce que l'on veut, pour mieux nous servir, sans dehors ni silence, à longueur de sondages et de questionnaires – votre avis les intéresse.

Où est passé l'ouvre-boîte ?

Le problème est qu'une culture sous contrôle bureaucratique n'a jamais abouti à rien d'autre qu'à sa propre destruction. Et qu'il est sans doute aussi vain d'espérer stopper la machine une fois en marche que de chercher à la retourner contre elle-même. Sauf à tenter d'en redéfinir les règles, c'est-à-dire, contre toute raison, de considérer les moyens de faire de cette machine un instrument de libération.

La légitimation stratégique par *lepublic* des pratiques d'évaluation vise à donner l'illusion de leur nécessité démocratique. Au travers de ses enquêtes de satisfaction, elles proposent aux individus un simulacre de parole, de partage, de concertation. Bien qu'imposée en leur nom, on remarquera que l'évaluation vient toujours d'en haut. Ce qu'on appelle *lepublic* est en réalité le tenant lieu d'une relation hiérarchique. Même lorsque l'évaluation est réalisée de façon immanente (par l'institution et ses agents eux-mêmes), elle actualise une relation de pouvoir⁷.

S'il s'avère que nous devons lutter à l'intérieur du cadre imposé par le paradigme de l'évaluation, il faudra commencer par déjouer le fonctionnement hiérarchique. Ce qui revient à dire : faire admettre l'idée d'une réciprocité de tous les flux de jugements. Si l'État veut évaluer les institutions culturelles, il faut aussi que les institutions culturelles puissent évaluer l'État. Si le supérieur veut évaluer son subordonné, il faut que le subordonné puisse aussi évaluer son supérieur – et imposer alors cette parole comme légitime.

Ce qui suppose, d'autre part, de contrevenir à l'hystérie de jugement qu'impose la machine.

Dans son principe fondamental, l'évaluation consiste à radicaliser l'idée de responsabilité individuelle. Que l'individu responsable soit une institution, un service ou un employé importe peu : c'est le levier nécessaire pour pouvoir attribuer et faire peser fautes et mérites sur des entités saisissables. Cette représentation individualisante (et le plus souvent psychologisante) de la responsabilité est un véritable artifice idéologique ; les situations sociales sont toujours l'effet d'une coproduction et d'une coresponsabilité. Il arrive qu'un conférencier, ou un enseignant, soit mauvais. Mais il arrive aussi qu'un groupe de visiteurs, ou d'élèves, soit mauvais. Il arrive aussi, à l'inverse, qu'un groupe de visiteurs, ou d'élèves, hausse le niveau d'intérêt de la visite, ou du cours. Ce sont des constructions collectives ; il n'y a aucune raison de doter le public, ou les élèves, d'une toute-puissance de jugement.

Le marxisme parlait autrefois de conscience de classe pour désigner le sentiment d'appartenance à une condition historique ; on pourrait, par analogie, parler d'une conscience de situation pour désigner le sentiment de co-responsabilité dans la construction sociale des situations. Ce qu'il s'agirait alors de considérer, ce sont moins des individus isolés et opposés les uns aux autres, que des états et des relations entre les différents travailleurs d'une situation.

Mais la subversion n'est vraiment possible qu'à dé-managérialiser l'évaluation. C'est-à-dire simultanément à légitimer une forme d'évaluation-revendication (la réciprocité des flux d'évaluation), à revendiquer une solidarité des sujets (la conscience de situation), mais aussi et surtout, à faire valoir un droit à l'obscurité : un droit de ne pas être sondé, de ne pas être mesuré, de ne pas répondre aux questionnaires, de refuser les jugements, un droit au silence, un droit d'être ailleurs, de ne penser à rien, de faire d'autres choses, d'avoir des désirs sans nom et un droit de ne pas être rentable. Il y a du travail.

FLORENT LAHACHE,
ENSEIGNANT EN PHILOSOPHIE À L'ÉCOLE SUPÉRIEURE DES
BEAUX ARTS DU MANS ET DOCTORANT
À L'UNIVERSITÉ DE PARIS-10 NANTERRE.



2009.09.09 11h49 - Xavier Veilhan au Château de Versailles

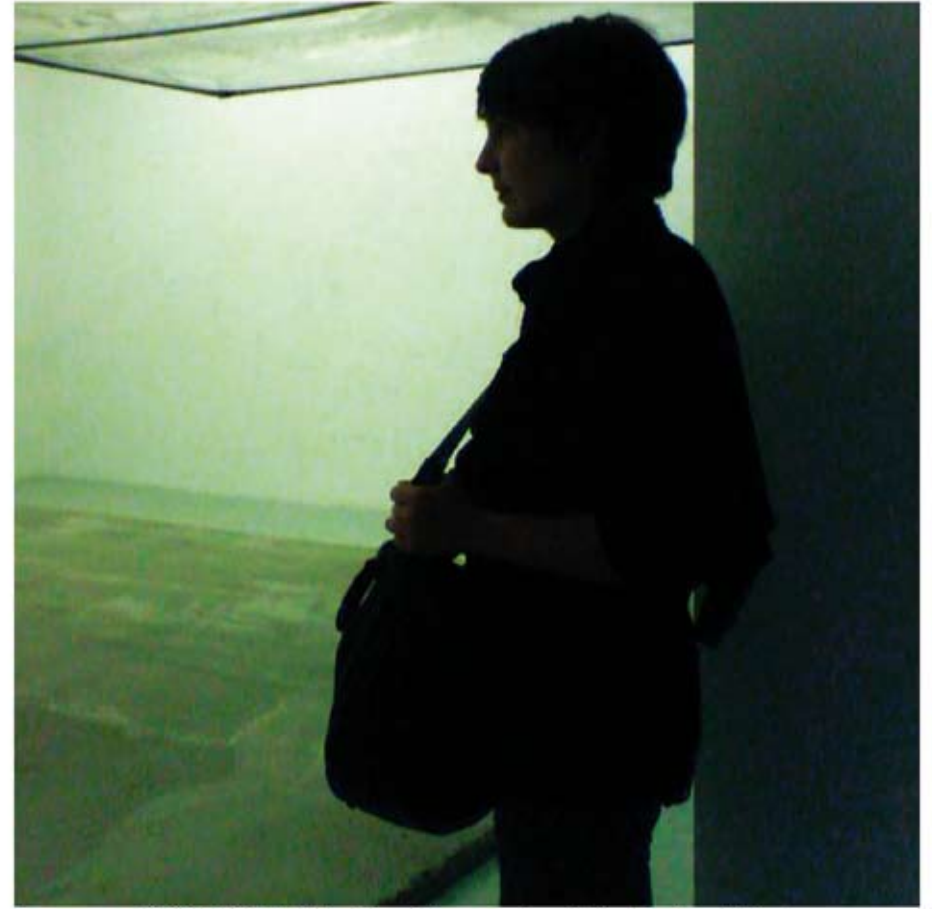
Joël Riff (Curieux) tente depuis le lundi 27 septembre 2004, 10 heures, de visiter le plus d'expositions possible. Ces dernières sont méticuleusement archivées sous forme de fiches, de communiqués et de photographies prises au téléphone portable.

Que fallait-il voir ? Un projet de Joël Riff présenté par Damien Airault, avec Annabelle Blin.

(7) Un peu à la façon du *Panopticon* de Bentham où le surveillant n'existe que de façon abstraite, où nul n'est besoin d'avoir un supérieur *in praesentia* pour qu'une relation hiérarchique soit effective. Le supérieur n'est de toute façon que l'idée qu'il impose en moi, la partie tyrannique de l'autre en moi.



09.09.2009 à 19h09 - Jessica Warboys chez Gaudel de Stampa à Paris



2009.09.09 19h21 - Oscar Tuazon chez BaliceHertling à Paris

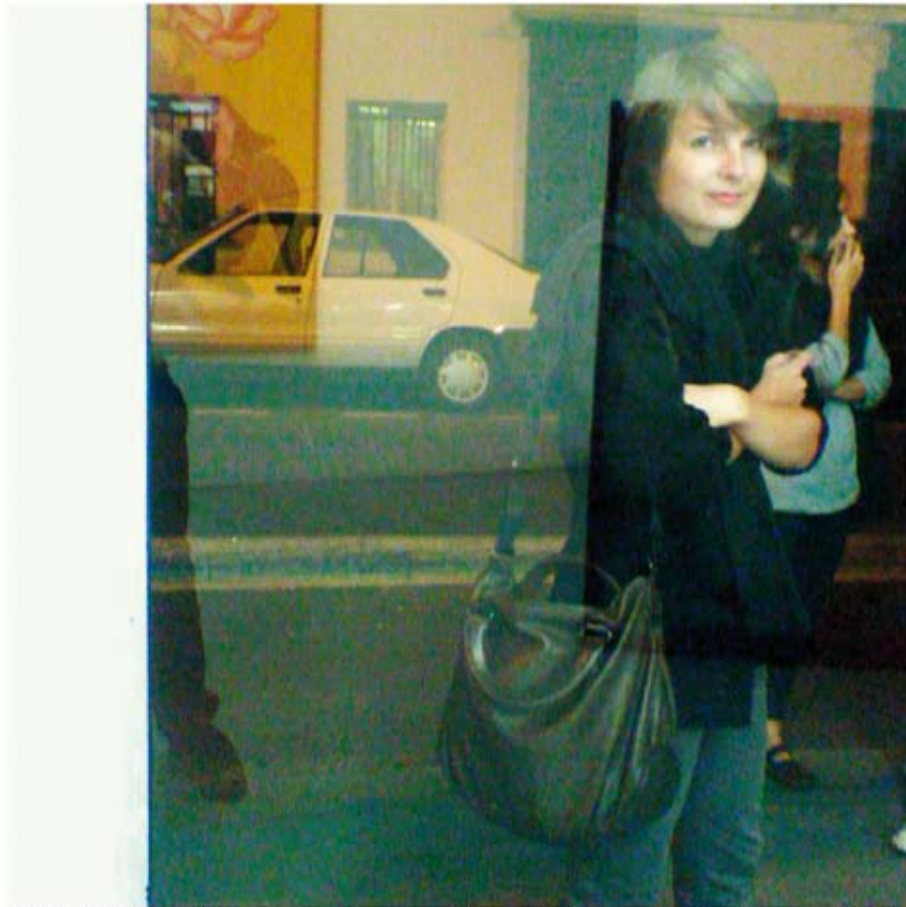
QUAND L'ART SE SAISIT DE LA RELATION AU PUBLIC

Par la diversification des formats des projets qui y sont présentés, fruit des réévaluations incessantes des frontières entre les disciplines, des méthodes et de la production de formes qui en découlent, on peut supposer que le lieu d'exposition soit un endroit d'expérimentation, tant artistique que structurel. Face à ces attentes, les accords entre les tutelles qui entourent la création d'un lieu donnent un cadre parfois trop restreint aux projets. La régularité de la fréquentation, l'homogénéité de la répartition du public et une accessibilité des axes généraux de la programmation par disciplines ou par thèmes sont favorisées selon des objectifs plus ou moins précis et imposés. Ces conditions privilégient des critères quantifiables en dépit de la complexe relation qui s'engage entre chaque visiteur et chaque œuvre, ce qui tend à diluer l'expérience de l'œuvre entre deux tendances lourdes : l'histoire de l'art et le loisir. Qu'elles soient formalisées dans des conventions ou tacites, ces directions servent d'étalon à l'évaluation du projet. Elles ont pour conséquence des règles d'organisation auxquelles les projets doivent s'adapter : horaires pour l'ouverture ou les événements, noms donnés pour désigner les formats des projets, charte graphique, normes de sécurité, cession des droits sur l'utilisation par le lieu de la documentation de l'œuvre, mais aussi manière de s'adresser et de transmettre un projet au public. Le service des publics conçoit des dispositifs de médiation spécifiques à chaque projet afin d'atteindre des publics « cibles » fixés par les financeurs. Cet organe de la structure culturelle, qui s'incarne notamment dans la figure du médiateur, est adapté à un format d'expositions dédiées à des objets supposés autonomes. Le visiteur passe devant, voire tourne autour d'un objet fixe et n'agit pas sur lui. Dans ce schéma, on peut aisément poser un filtre entre cet objet et le système cognitif du visiteur. Des controverses vont alors avoir lieu sur la manière de poser ce filtre, depuis l'utopie d'une objective délivrance d'information sans influence sur le processus interprétatif à l'expression d'une pleine subjectivité faisant

apparaître le médiateur comme un alter ego faillible, en passant par le discours savant donnant accès à des informations ayant valeur de vérité. L'exercice devient plus complexe face à des pratiques moins réifiées ou quand le projet artistique ou curatoriale se saisit directement de la relation au public. Prendre en compte pleinement cette donnée peut aller jusqu'à modifier le format attendu d'une exposition et en produire de nouveaux, difficilement évaluables, qui, paradoxalement, peuvent entrer en contradiction avec le fonctionnement des structures culturelles et des institutions. En diversifiant et modifiant le format de l'exposition traditionnelle, ces projets demandent aux structures de s'adapter à eux et non l'inverse, comme cela est majoritairement pratiqué aujourd'hui. Il s'y joue un art comme pratique sociale, où l'œuvre intègre la somme des relations qui préexistent et succèdent à sa réalisation. Par ces opérations, l'art se contextualise et les modes de réception se différencient. Ce déplacement du public depuis l'extérieur de la structure vers le cœur du projet fragilise les politiques d'évaluation dans leur systématisme et leur tendance à la réduction des projets à quelques paramètres : il rend difficile les comparaisons entre les projets et demande aux tutelles de considérer la spécificité de chacun d'entre eux.

1. « Six cents mètres de cloisons en contre-plaqué formaient un parcours qui traversait le vaste espace du Migros Museum für Gegenwartskunst. Invité à présenter une rétrospective de son travail, Gianni Motti a choisi de ne montrer aucune œuvre. Des guides, avec qui l'artiste s'était entretenu au préalable, accueillaient les visiteurs et leur racontaient ses actions et ses expositions passées. Au cours de son cheminement, le spectateur croisait un athlétique agent de sécurité, qui semblait à la fois perdu et lassé par la mission qui lui était confiée. La visite se terminait dans l'arrière-cour du musée... »¹

Parmi les stratégies visant à se saisir de la relation au public, de nombreux artistes et commissaires conçoivent des projets qui chargent le guide d'une fonction plus ou moins inhabituelle. Lors des rétrospectives de Gianni Motti au Migros Museum et de Rirkrit Tiravanija² au Musée d'Art moderne de la Ville de Paris, leurs œuvres,



2009.09.09 20h46 - Hello Goodbye Thank You, Again chez Castillo/Corrales à Paris

absentes, étaient évoquées par des guides au cours de visites se déroulant tout au long de la journée et qui prenaient l'allure de balades. Ces deux projets pourraient caractériser un format d'expositions parlées, format qui impliquerait aussi des expositions de lectures et performances orales³. Ces expositions qui s'écoutent plus qu'elles ne se voient s'influencent et participent de l'histoire de la performance. Exemple devenu canonique, en 1989 au Musée d'Art de Philadelphie, Andrea Fraser s'empare du rôle d'un guide pour une visite au cours de laquelle elle révélait les idéologies à l'œuvre dans le fonctionnement et la structure du musée⁴. Tino Sehgal, quant à lui, propose des actions en disjonction avec la situation de la visite, allant du strip-tease⁵ à la déclamation spontanée⁶. Dans *Selling Out*, une strip-teaseuse habillée en médiatrice enlève un vêtement à chaque question posée par les visiteurs, finissant par effectuer une danse sensuelle pour ensuite se rhabiller⁷. Écrire la partition du guide, qu'il s'agisse d'un protocole un peu lâche ou d'un scénario très précis, permet d'entrer dans un échange avec un visiteur, sur une durée donnée, à partir d'une convention largement admise – personne ne s'étonne de voir un membre du lieu l'accueillir en entrant. Cette relation privilégie la transmission d'un récit qui est véhiculé et adapté, voire modifié, au cours de l'échange oral. L'espace d'exposition ne disposant pas d'une technologie théâtrale qui permette d'embrasser un large public dans son adresse, ces échanges se déroulent avec des petits groupes de personnes qui se renouvellent. Dans le cadre du festival *Playtime*, nous avons choisi de présenter des œuvres auxquelles le public ne pouvait avoir pleinement accès dans un contexte d'exposition habituel, car elles nécessitaient d'être manipulées. Co-commissaire de ce projet, je suis assis derrière une table de 12 heures à 19 heures dans l'espace d'exposition. J'accueille chaque visiteur et l'invite à s'asseoir. Sur la table, il y a plusieurs objets, certains empilés, d'autres protégés par du papier de soie. J'enfile des gants blancs et prends une œuvre de Daniel Gustav Cramer et Haris Epaminonda intitulée *The Infinite Library*⁸. Je montre la quatrième de couverture, le titre, et, tout en discutant avec mon vis-à-vis,

tourne les pages de ce livre unique présenté habituellement sous verre. Je le pose et prends *Schleier*⁹ de Michael Eric Dietrich, un foulard destiné à être porté et manipulé. J'en montre les motifs et un membre de l'assistance – ils sont maintenant une dizaine – propose de l'essayer. Je passe des cartes postales de Dan Rees¹⁰, qui ont la particularité d'avoir une adresse différente de chaque côté. Amusée, l'assistance spéculait sur les choix du postier. Toute la journée, chaque jour du 8 au 28 septembre 2008, j'ai parlé en face à face avec des centaines de gens. Nous avons parlé des œuvres, du lieu, du quartier, de l'art. Un enfant, Victor Graziani, nous a demandé si nous voulions montrer une œuvre qu'il venait de réaliser, un squelette en plastique rempli d'herbe et entouré d'un chouchou rose répondant au titre de *Herbert*¹¹, ce que nous avons fait.

2. En devenant le lieu d'un échange oral, l'exposition voit son statut modifié. La situation de parole entre un locuteur et un auditeur implique une relation au temps, une sorte d'événement permanent, un espace vide qui ne cesse de se remplir. En ce sens, l'exposition est performée, agie par ses membres, acteurs et spectateurs. Dans ces exemples, la performance entérine la prise en charge de la partition du guide par d'autres instances que celles qui en ont habituellement le rôle – le service des publics et les guides eux-mêmes. Elle opère une redistribution des rôles au sein de l'organisation de l'exposition. Les dispositifs pensés pour articuler la relation au public se voient ainsi modifiés. En août 2009, la chorégraphe Alice Chauchat présente sa dernière pièce¹² lors du festival *Tanz Im August* à Berlin. Ce festival, comme beaucoup d'autres, cherche à favoriser les rencontres avec les artistes. Il propose des discussions d'après spectacle, tout en essayant d'en éviter les écueils habituels : positions tranchées, comparaisons d'egos, congratulations obligées et impression d'entre soi renforcée. La chorégraphe propose au festival un jeu, *The Impersonation Game*¹³. Ce jeu consiste à inviter pour la rencontre d'après spectacle d'autres artistes à répondre, à partir de leur propre démarche et à la place de l'auteur, aux questions que celui-ci leur pose.

Au cours de l'échange, les invités s'approprient la démarche de l'artiste et, pour le spectateur, plusieurs fictions se constituent, parfois contradictoires et fantasques. Le public est invité à intervenir et participe à l'échange en comparant les différentes versions du spectacle qu'ils viennent de voir. Cette performance part d'un protocole proposé à un public afin d'organiser une situation collective d'échange. Elle est présentée comme un jeu, format qui permet d'éviter chez le public l'attente d'une forme trop spectaculaire ou conventionnelle. Le jeu peut se résumer à un ensemble de règles à suivre, ce qui en fait un format très malléable et participatif. Les auteurs de ces types de performances (citons aussi le collectif W¹⁴) les mettent d'ailleurs souvent à disposition selon les lois du *Creative Commons*¹⁵. Ces démarches abordent la participation du public comme une manière de redistribuer les rôles au sein d'une communauté composée pour une occasion. La réception du public y est considérée comme une activité, différente de l'action d'un performeur mais tout aussi déterminante dans le processus de l'œuvre. La forme de l'œuvre est l'effet de l'activité des participants du jeu selon un ensemble de règles. Le rapport frontal et la séparation stricte acteur/spectateur qui s'y opère y figure donc comme une possibilité parmi un grand nombre d'autres types de partages. Au-delà de la production d'une forme, c'est surtout du partage qui s'y engage dont il est question – ce qui est partagé (des connaissances, des expériences, des pratiques...), avec qui et comment. S'inscrivant dans cette dynamique, des formats proches de systèmes de transmissions de savoir sont expérimentés en tant que projets curatoriaux. Au-delà d'une possible critique du système d'éducation, ces formats sont investis pour leurs capacités à générer des situations de partage.

3. L'image d'une rue calme du quartier chinois de Los Angeles, juste assez large pour y faire passer une voiture, accueille l'internaute sur le site de The Public School¹⁶. The Public School est un projet artistique du Telic Arts Exchange, initié en 2007 par Sean Dockray. Depuis 2008, plusieurs franchises se sont ouvertes à Chicago, Philadelphie, New York (Center For Architecture / Van Alen Institut

/ TSD), Paris (Bétonsalon) et Bruxelles (Komplot). C'est une école sans diplôme ni prérequis pour étudier autant que pour enseigner, et où tout peut être enseigné. Le principal mode de sélection est fait par le public lui-même, en choisissant de s'inscrire à tel ou tel cours. L'école est autoadministrée par ses membres les plus volontaires et un comité constate et discute les enjeux de chaque cours en termes de partage de savoirs. Chaque cours est un micro-laboratoire où se constitue un dispositif de partage spécifique, plus ou moins participatif et horizontal. Parmi les propositions, on peut lire : « *Learning chess with Marcel Duchamp* », « *Nationalism and the imagination* », « *Hacking* » ou « *How to act like a chimpanzee* » – Hollywood est à quelques kilomètres. Les cours sont commentés en amont sur le site Internet, des textes postés sur une bibliothèque en ligne, leur organisation et leur contenu souvent réévalués par ses participants. Les formats de ces cours n'étant pas déterminés par une institution, ils peuvent donc s'adapter au projet et à son contexte : les disponibilités des gens, leurs besoins, etc. Que ce soit explicitement intégré à leur pratique ou non, bon nombre d'artistes ont mis en œuvre des approches expérimentales de l'enseignement depuis le début du 20^e siècle. Qu'il s'agisse, par exemple, de l'encadrement par László Moholy-Nagy de l'école préliminaire du Bauhaus de Weimar ou de l'intense activité d'enseignement menée par Joseph Beuys à l'Académie d'Art de Düsseldorf de 1961 à 1976, ces pratiques ont largement influencé des projets curatoriaux et artistiques plus récents : *unitednationsplaza*¹⁷, *L'École de Stéphanie*¹⁸, ou encore le séminaire *Something you should know : artistes et producteurs d'aujourd'hui*¹⁹. La participation du public peut aussi se retrouver au sein de projets dont le déroulement est proche de l'atelier, où l'œuvre est le fruit d'une co-construction avec son public. Ces projets sont la conséquence d'un engagement des artistes, commissaires et participants, à générer des dynamiques à un niveau local en partageant des outils critiques spécifiques à leur contexte. Maria Papadimitriou²⁰, TkH²¹ ou Radical Education²², par exemple, ont développé des projets participatifs au long cours fondés sur des méthodes proches de l'activisme. Par exemple, fondé en 2006

à Ljubljana, Radical Education explore les manières de « transférer » la pédagogie radicale vers le domaine de la production culturelle, cognitive et immatérielle, en entendant l'éducation comme un modèle mais aussi comme un champ de participation politique. Depuis, Radical Education aborde un ensemble d'« espaces hétérogènes » dans lesquels l'art est un champ d'activité parmi d'autres, visant la « production d'espace » plutôt que l'interprétation de l'activisme artistique sous diverses formes.

Les activités de ces collectifs se matérialisent par des ateliers, des séminaires, des blogs, des publications et des expositions. Le public prend directement part au processus du projet. Inviter ce type de projet pour exercer leur activité, et non pour la réifier ou la documenter, nécessite d'engager un suivi auprès du public avant et après qu'il a été initié. Dans ce cas, l'activité du service des publics peut se trouver déplacée vers une activité proche de l'assistantat auprès des artistes.

4. Au-delà de la participation qui s'y engage, ces projets permettent de rendre compte de l'œuvre de l'artiste en tant que processus. La médiation, plus que la simple description des œuvres, a souvent pour fonction principale de permettre au visiteur de reconstituer par lui-même le processus lié à l'œuvre. Cette opération, permise par la délivrance d'informations qui ne sont pas visibles directement sur l'œuvre (notamment son contexte de production), remplace celle-ci dans une perspective historique et permet de s'éloigner de la réception d'objets supposément autonomes. Chaque année lors de la Frieze Art Fair, les galeries gb Agency (Paris), Hollybush Gardens (Londres), Jan Mot (Bruxelles) et Raster (Varsovie) commandent à un commissaire une exposition de leurs artistes²³. En 2008, Pierre Bal-Blanc, le commissaire invité, conçoit l'exposition *Reversibility*, qui débute par une invitation faite à chacun des artistes de déconstruire (ou « dé-créer ») leurs œuvres. Ce geste, directement lié au contexte d'une foire, semble décharger les œuvres de leur aura, mais aussi de la signature qui fait leur valeur marchande, en les faisant retourner parmi les objets ordinaires. L'exposition dura trois jours et consista en l'accrochage de matériaux, en la

déconstruction d'œuvres et en la lecture, en permanence, des échanges de mails du commissaire, des galeristes et des artistes, par un jeune étudiant en art de la St Martin's School. Interrogé par le critique Cédric Schönwald au sujet, entre autres, de la mainmise du commissaire sur les œuvres, Pierre Bal-Blanc répond qu'il fait acte de médiation :

« À cette occasion, j'ai interrogé sous forme d'exposition la notion de "médiation" des œuvres, qui est par ailleurs une fonction qu'on attribue à un commissaire d'exposition. Ce travail de médiation peut prendre la forme d'une exposition, celle d'un texte, celle d'une mise en scène ou celle d'une chorégraphie, peu importe, il s'agit de faire le choix d'une conversion temporaire des œuvres dans un autre modèle cognitif pour permettre au public d'approcher le travail d'un ensemble d'artistes. Pour un commissaire indépendant invité dans un contexte commercial, le choix de l'outil de médiation des œuvres se confronte à celui, dominant, qui est instauré par le modèle de la foire d'art contemporain : la conversion en valeur monétaire et la médiation par l'argent.

[...] Mon intention n'était pas seulement d'inviter les artistes à détruire gratuitement leurs œuvres pour en faire la médiation [...]. Elle était de leur proposer de réfléchir avec moi au meilleur moyen de médiation de leur travail dans ces circonstances. En effet, comment être pertinent pour parler de création dans un contexte qui subordonne cette notion au prix qu'elle représente et qui monopolise toute l'attention sur ce prix ? »²⁴ Paradoxalement, en les déconstruisant, le commissaire rend compte du processus lié à chaque œuvre. Afin de montrer l'œuvre le mieux possible, il va l'intégrer dans un dispositif d'exposition, voire en orienter largement la lecture. En effet, comme le pointe Boris Groys dans son texte « Sur le curating »²⁵, le commissaire, par iconophilie, utilise l'œuvre en iconoclaste, qu'elle serve d'argument à une problématique, de document pour une histoire de l'art ou de matériau à une expérimentation. Cette contradiction, qui consiste à orienter la lecture pour mieux montrer, est partagée par le médiateur qui, lors de sa présentation orale, donne à l'œuvre un éclairage spécifique dès sa première parole.

Tous les intermédiaires entre l'œuvre et sa réception – médiateurs, commissaires, critiques, voire

artistes – qui sont aussi les premiers à voir l'œuvre, participent de cette activité de médiation. Ils orientent et construisent avec le visiteur le sens de l'œuvre. La multiplication des projets qui assument de faire acte de médiation modifie la place du service des publics, de la non-reconduction de projets dits « pédagogiques » (ils font alors doublon avec les autres projets), à l'invitation faite aux chargés des publics et médiateurs à prendre part au projet curatoriale ou à assister les artistes et coordonner les projets. Ces évolutions des activités au sein du service des publics ont aussi pour conséquence une augmentation des besoins des structures en personnel polyvalent et flexible. Plus généralement, les différentes pratiques présentées ici – liées à la médiation, au jeu, à l'école, à l'atelier et à la mise en scène –, qui attestent d'une diversification des formats d'exposition et des pratiques artistiques par une approche renouvelée du public, demandent aux structures une adaptation de leur organisation et de leur fonctionnement. Au lieu de constituer des cas marginaux inadaptés à de nombreuses structures, ces projets, qui font déjà l'objet d'appropriations diverses, peuvent procurer des outils pour développer des activités inédites entre le service des publics, le commissariat, ainsi que les autres fonctions qui constituent l'organisation du lieu d'art. D'autre part, prendre en compte le public autrement qu'en tant que donnée exogène aux projets rend les évaluations inadaptées : en privilégiant les contextes locaux et d'innombrables formats de partages, ces projets permettent de constituer un argumentaire pragmatique face aux politiques d'évaluation.

GRÉGORY CASTÉRA,

MEMBRE DU COLLECTIF DE RECHERCHE L'ENCYCLOPÉDIE DE LA PAROLE (LES LABORATOIRES D'AUBERVILLIERS), CO-COMMISSAIRE DU FESTIVAL PLAYTIME (BÉTONSALON) ET CO-FONDATEUR DE L'ÉCOLE PUBLIQUE DE PARIS (BÉTONSALON).

- (1) Gianni Motti, *Plausible Deniability*, Migros Museum für Gegenwartskunst, Zürich, Suisse, 2004. (source : www.bugadacargnel.com).
- (2) Rirkrit Tiravanija, *Une Retrospective (Tomorrow Is Another Fine Day)*, Musée d'Art moderne de la Ville de Paris/ARC, Paris, France, 2005.
- (3) D'autres cas d'expositions parlées : *A Spoken Word Exhibition and a Serie of spoken word retrospective*, Swiss Institut, New York, États-Unis, 2007, commissariat Mathieu Copeland ; *Talk Show*, Institut of Contemporary Arts, Londres, Royaume-Uni, 2009, commissariat Will Holder.
- (4) Andrea Fraser, *Museum Highlights*, Philadelphia Museum of Arts, Philadelphie, États-Unis, 1989.
- (5) Tino Sehgal, *Selling out*, Biennale de Lyon, Lyon, France, 2002.
- (6) Tino Sehgal, *This is so contemporary*, Biennale de Venise, Venise, Italie, 2003.
- (7) Citons aussi Laurent Pichaud (compagnie X Sud) qui crée des visites guidées chorégraphiques. (une vidéo : http://www.dailymotion.com/vidéo/xójcvn_la-visite-guidee_creation).
- (8) Daniel Gustav Cramer et Haris Epaminonda, *The Infinite Library*, 2007-08 (www.theinfinitelibrary.com).
- (9) Michael Eric Dietrich, *Schleier*, 2008.
- (10) Dan Rees, *The Postman's Decision is Final*, 2006.
- (11) Victor Graziani, *Herbert*, 2008.
- (12) Alice Chauhat, *Collective Sensation*, 2009.
- (13) *The Impersonation Game* est un jeu conçu dans le cadre d'Everybody, une plateforme *open source* d'outils pour la performance. (<http://everybodystoolbox.net>).
- (14) W est un collectif de recherche sur l'action en représentation initié par Joris Lacoste et Jeanne Revel. (<http://www.111011.org/>).
- (15) Une œuvre en Creative Commons est libre de droit mais demande à son utilisateur de nommer l'auteur, qui peut en interdire la modification et l'exploitation commerciale. (<http://creativecommons.org/>).
- (16) The Public School of Los Angeles, Tellic Arts Exchange (<http://la.thepublicschool.org>).
- (17) *Unitednationsplazza* est un projet initié par Anton Vidokle suite à l'annulation de Manifesta 6. C'est une exposition en tant qu'école structurée en séminaires et programmes de résidences à travers Berlin. (<http://www.unitednationsplaza.org/>).
- (18) *L'École de Stéphanie*, commissariat Stéphanie Moisdon, La Force de l'Art, Paris, France, 2006.
- (19) *Something you should know : artistes et producteurs d'aujourd'hui* par Patricia Falguière, Elisabeth Lebovici, Hans Ulrich Obrist et Nata_a Petre_in, EHESS, Paris, France, 2006-en cours.
- (20) Voir notamment le Temporary Autonomous Museum for All (<http://www.tamagr/>).
- (21) TkH – Walking Theory School of Criticism (<http://www.tkh-generator.net/en/casopis>).
- (22) Radical Education (<http://radical.temp.si/>).
- (23) The Fair Gallery, présentation sur le site de gb Agency (http://www.gbagency.fr/#/fr/86/The_Fair_Gallery_Frieze_Art_Fair/).
- (24) « Reversibility » (Extrait), interview de Pierre Bal-Blanc par Cédric Schönwald, BS n°6 (Bétonsalon / festival *Playtime*).
- (25) Boris Groys, "Sur le curating", traduit de l'anglais par Aude Launay, Zérodeux n°50.

