

Artistes humoristiques : du réseau comme médiation

Etienne Leclercq



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2361>

DOI : 10.4000/edc.2361

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 1998

Pagination : 13-27

ISBN : 2-0767703-0-8

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Etienne Leclercq, « Artistes humoristiques : du réseau comme médiation », *Études de communication* [En ligne], 21 | 1998, mis en ligne le 25 mai 2011, consulté le 21 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2361> ; DOI : 10.4000/edc.2361

Ce document a été généré automatiquement le 21 avril 2019.

© Tous droits réservés

Artistes humoristiques : du réseau comme médiation

Etienne Leclercq

NOTE DE L'AUTEUR

Je tiens à remercier Pierre Delcambre pour sa lecture critique et suggestive.

1. Présentation

- 1 C'est en observant un réseau d'artistes spécialisé dans le spectacle humoristique que nous avons été amené à envisager la '*médiation*' comme une notion qui, suivant la définition qu'on en donne, engage un '*scénario*' de ruptures et de liens entre les entités considérées. Après avoir rappelé rapidement ce qui nous semble être la conception la plus courante de la médiation, nous décrivons une perspective qui valorise le réseau.
- 2 En fait, lorsqu'on invoque une médiation, on exprime deux choses : d'abord, que la réalité à laquelle nous sommes confrontés se caractérise par une fracture ; ensuite, qu'il existe une instance réparatrice que l'on nomme précisément une médiation. Par exemple, soulignant l'éloignement du public par rapport à un certain répertoire, les professionnels proposent parfois de réduire ce décalage en mobilisant les institutions publiques, qui sont alors présentées comme médiatrices.
- 3 Procéder de la sorte n'est pas totalement innocent. En effet, en situant la fracture entre l'œuvre et son public, on admet que ces deux domaines sont indépendants. Ceux-ci renvoient d'ailleurs traditionnellement à des disciplines distinctes : l'œuvre est étudiée par l'histoire de l'art tandis que son utilisation relève de la sociologie. Ce clivage peut conduire les spécialistes à privilégier l'angle de leurs compétences au point de ne voir dans la représentation théâtrale, pour les uns qu'une création esthétique, et pour les autres qu'un « produit » devant satisfaire une clientèle. En définitive, il apparaît que la

façon de définir la fracture engage la forme de la médiation. C'est en décrivant le clivage qui sépare l'œuvre de son public, qu'on désigne les moyens de les réunir.

- 4 En ce qui nous concerne, nous voudrions proposer une autre conception de la médiation, en partant de l'idée que le spectacle n'existe que lorsqu'on le joue. En ce sens, il ne correspond jamais totalement à lui-même. Il n'est jamais 'achevé' puisqu'à chaque représentation interviennent des 'adaptations', parfois minimes, mais qui influencent d'une manière ou d'une autre les interprétations ultérieures. L'important est de constater que l'activité scénique devient, sous cet angle, un 'objet fuyant' qui suppose une multiplication des médiations.
- 5 Si le spectacle n'existe que lorsqu'il est 'mis en œuvre', cela signifie que son existence dépend d'un ensemble de collaborations, tant entre artistes qu'avec une assemblée. On le voit, dans cette analyse la fracture ne désigne plus la séparation entre deux mondes, mais entre les moments où l'œuvre existe et ceux où elle n'est envisagée que comme un projet (ou un souvenir). Plus on approfondit cette perspective, plus on se rend compte que les liens entre le créateur et sa clientèle sont multiples, et ne demandent pas toujours une rencontre effective. Ces liens peuvent, en effet, se nouer simplement par des anticipations mutuelles. Les comédiens, lorsqu'ils préparent leur spectacle, travaillent en dialoguant avec une assemblée virtuelle, qui est indispensable même si elle reste très éloignée des groupes réels auxquels ils seront confrontés. La pratique veut d'ailleurs qu'à la fin du processus d'élaboration, on teste les nouvelles créations devant des amis et connaissances pour vérifier la justesse des anticipations. Cette expérimentation révèle le plus souvent la difficulté de monter une représentation sans la présence effective d'un auditoire, d'où les ajustements qui interviennent durant les premières tournées. De son côté, le public rêve du spectacle par le biais de la presse ou du bouche à oreille, de sorte qu'une part de son émotion tient dans cette confrontation entre sa rêverie et ce qui est montré sur scène.
- 6 Des auteurs comme Antoine Hennion et Howard S. Becker ont indiqué que les formes esthétiques et leurs usages sociaux constituent, en définitive, les deux faces d'une même réalité. Ils ont invité les chercheurs à être plus sensibles au thème de l'action, par exemple en étudiant les séquences par lesquelles les inventions s'élaborent pour constituer progressivement ce qu'on appelle une œuvre. Dans cette perspective, A. Hennion a montré le rôle des objets (et des techniques) tant dans la définition esthétique des créations que dans la manière de les employer, ou d'établir des liens avec les partenaires. H.S. Becker, pour sa part, a mis l'accent sur les relations sociales en rappelant que les contenus comme les usages d'une œuvre dépendent en dernière analyse d'un jeu complexe de collaborations.
- 7 Quant à nous, sans négliger ces différents apports, nous désirons centrer notre réflexion sur la médiation à partir des échanges entre partenaires. En ce sens nous sommes proche d'H.S. Becker. Nous nous en éloignons cependant par le fait que notre approche souligne davantage les articulations entre les dimensions synchronique et diachronique. Mais ce qui nous distingue radicalement du chercheur américain tient à notre conception des réseaux. En effet, H.S. Becker les envisage essentiellement comme des concordances entre des initiatives individuelles, alors que nous y voyons des entités plus complexes qui, non seulement résultent de l'activité de ses membres, mais s'affirment également par une existence propre.
- 8 Spécifions notre hypothèse. Partant de l'idée qu'une médiation se définit en fonction d'une rupture, nous situons cette dernière dans le temps. Et plus précisément le temps qui sépare l'œuvre potentielle (celle qui est ressentie comme possible et nécessaire) de sa

pleine réalisation. Puisqu'une œuvre ne s'affirme que progressivement, cette tension entre l'impératif du projet esthétique et le moment où il devient effectif, marque toute la trajectoire des artistes, et se poursuit d'ailleurs au-delà d'eux tant que vit la mémoire de leur création. Lorsqu'on définit la fracture de cette manière, les réseaux apparaissent alors comme une des médiations majeures par laquelle l'œuvre trouve sa *'forme'*, ses dimensions esthétiques comme ses emplois sociaux. C'est par ces chaînes de relations privilégiées (qu'elles soient constituées de professionnels ou d'amateurs, qu'elles soient simples ou très ramifiées) que se jouent le devenir artistique des inventions et celui des personnes impliquées.

- 9 Les réseaux manifestent deux types de processus complémentaires. D'un côté, en se développant, ils engagent un processus d'individuation par lequel leurs membres trouvent une position de plus en plus précise et s'y affirment. Si dans les réseaux de débutants, les participants traitent aussi bien les questions artistiques que celles relatives à la gestion commerciale ; par la suite, au fur et à mesure que les réseaux s'imposent, une certaine division du travail institue un ensemble de fonctions. Ces dernières consacrent alors certains individus en leur attribuant des prérogatives, qui concernent autant la définition des tâches que leur valorisation. Par exemple, lorsqu'on atteint un certain degré de spécialisation, en tournée, le comédien n'est plus tenu de participer à la mise en place du dispositif scénique, et peut se concentrer sur les prestations artistiques et les relations publiques.
- 10 D'autre part, les réseaux favorisent l'intégration de ses membres et de son activité dans des ensembles sociaux plus importants. Les créateurs que nous avons étudiés se sont constitués en une association, grâce à laquelle ils ont pénétré des filières internationales et de nouveaux marchés.
- 11 Bien entendu, l'expansion de ces réseaux ne dépend pas seulement de la volonté des acteurs, mais aussi des caractéristiques d'un environnement. Même si les premiers états des réseaux paraissent souvent fragiles, un contexte favorable peut multiplier les possibilités et permettre petit à petit la maîtrise des incertitudes. Au point que ces réseaux s'affirment bientôt comme des ensembles incontournables, capables d'imposer des personnalités et des formes d'art. Les nouveaux membres espèrent alors, en s'y affiliant, y trouver non seulement une reconnaissance, mais surtout les moyens de s'implanter dans les différents marchés.
- 12 Nous allons développer cet argument en nous focalisant sur un réseau d'artistes. Ce choix tient surtout à des problèmes méthodologiques : il est naturellement plus commode de cerner un milieu de comédiens, surtout s'il est structuré par une association, que de sonder des réseaux de consommateurs, de producteurs, d'agents artistiques, d'organisateur de festivals, de gens de la presse ou du monde de la télévision.
- 13 Notre approche sera essentiellement descriptive et se composera de trois parties. Dans la première, et dans une perspective synchronique, nous évoquerons la morphologie d'un réseau élémentaire. Dans la deuxième partie, nous soulignerons les rapports entre la forme du réseau, les techniques utilisées et l'esthétique des comédiens. Et dans la troisième partie, suivant une perspective diachronique, nous indiquerons qu'au fil d'une carrière s'opèrent des changements dans la structure des chaînes de collaborations. En effet, le succès venant, les créations sont appelées à tourner dans de nouveaux circuits de distribution répondant à d'autres exigences, lesquelles obligeront les artistes à modifier leurs propres réseaux. Autrement dit, la trajectoire des artistes se caractérise par une suite d'étapes où se joue une forme particulière des tensions entre le potentiel et l'effectif

d'une œuvre, cette forme renvoyant à des types de réseau, c'est-à-dire suivant notre hypothèse à certains modes de médiation.

2. Morphologie du réseau

- 14 Un réseau se définit comme un ensemble de coopérations régulières ou momentanées, par lesquelles une pratique artistique devient effective. La chaîne de ces collaborations s'établit entre des « équipes », qui appartiennent à des domaines d'activité particuliers. Ainsi, les artistes sont amenés à travailler avec des agents, des producteurs, des metteurs en scène, des régisseurs, des costumiers et des accessoiristes. Bien entendu, ces rapports engendrent un ordre hiérarchique distribuant le pouvoir et les tâches, mais qui n'est cependant jamais parfaitement stabilisé.
- 15 Dans certaines hiérarchies, on sépare le domaine des relations humaines et celui des techniques, pour souligner l'antériorité des premières sur les secondes. Dans cette conception, l'œuvre apparaît d'abord comme le fait des comédiens et du metteur en scène, puis comme celui des agents, les autres intervenants n'étant que des adjuvants. Par contre, d'autres hiérarchies refusent cette distinction, considérant les éléments techniques comme des conditions de possibilités de l'art. Par exemple, lorsqu'il s'agit de musiques originales, les compositeurs ont acquis le statut d'artiste de sorte que leur nom figure sur le programme au même titre que celui de l'auteur, des comédiens ou du metteur en scène.
- 16 Afin d'être plus concret, nous allons présenter la morphologie d'un réseau en nous référant à une association bruxelloise d'artistes, nommée les *Allumés du Plat Pays*, qui est spécialisée dans les spectacles humoristiques et les spectacles pour jeunes publics. Indépendante par rapport au circuit des théâtres subventionnés, cette association regroupe un certain nombre de compagnies. Puisqu'elle ne peut compter que sur ses propres fonds, elle est obligée d'investir des circuits de distribution très différents. Les artistes répondent aux offres des festivals, des grands théâtres, des cabarets, des maisons de la culture et centres culturels, mais aussi aux initiatives des grandes entreprises, des chaînes de télévision ou des pouvoirs locaux. C'est dire que dans le cas particulier des *Allumés* le réseau traduit une médiation entre le potentiel d'un groupe d'artistes et les usages sociaux des œuvres, institués par des systèmes de distribution très variés.
- 17 Sans entrer dans les méandres de l'histoire des *Allumés*, voyons son organisation en passant en revue les différentes équipes qui la composent. L'équipe la plus importante est, bien entendu, celle des comédiens. A l'image des chanteurs de variétés, ceux-ci cumulent généralement les fonctions d'auteur, d'interprète et de producteur. Qu'ils travaillent seuls ou avec d'autres, ils créent leur propre '*entreprise*'. Constituée en compagnie, celle-ci dispose d'une personnalité juridique propre. C'est par ce biais que s'opèrent les transactions commerciales, comme par exemple, la signature des contrats ou le transit des rémunérations.
- 18 Quand les affaires des *Allumés* commencèrent à prospérer, il fallut procéder à une certaine division du travail : ainsi fut créée l'« équipe des agents artistiques ». J'utilise les guillemets pour deux raisons : d'abord, parce que cette équipe n'est pas juridiquement reconnue en Belgique ; et ensuite, parce que le milieu que nous étudions en donne une définition particulière. Contrairement à la conception habituelle qui veut qu'un agent prenne un artiste sous contrat pour en gérer la carrière, l'agence des *Allumés* n'assume pas

le destin de ses affiliés. En tant qu'association, elle s'occupe uniquement de la promotion et de l'organisation pratique des tournées. Elle informe et conseille ses membres, mais jamais ne décide pour eux. Ce principe, qui garantit l'autonomie de chacun, représente le fondement de l'organisation.

- 19 Il y a deux sortes d'équipe technique, que H.S. Becker (1988) appelle le '*personnel de renfort*'. La première, composée en partie d'artistes reconvertis, est membre à part entière du réseau et assure la logistique des artistes. Lors de la création d'un spectacle, elle s'occupe de la fabrication des décors, des costumes, des accessoires, de la bande sonore ou, éventuellement, des effets spéciaux. En tournée, elle prend en charge la régie, c'est-à-dire l'éclairage et le son. La deuxième équipe technique, constituée de comptables ou de conseillers juridiques, est moins bien intégrée. Elle gère les questions financières, fiscales et les documents commerciaux des compagnies qui la sollicitent.
- 20 Pour être complet, il faut encore mentionner le fait que le réseau des *Allumés* comporte des « personnes ressources » que l'on consulte pour des questions spécifiques, qu'elles soient techniques, financières, esthétiques ou même morales, et qui n'entrent pas vraiment dans le cercle des relations coutumières. Ainsi, certains artistes aiment revoir les « maîtres » qui les ont formés. Ceci dit, pour des raisons pratiques, dans bien des cas, on constate que les « personnes ressources » sont en définitive les personnalités du réseau, auxquelles on reconnaît, au-delà de leurs fonctions officielles, des compétences spécifiques.
- 21 Si la répartition des responsabilités entre les différentes équipes se justifie par des contraintes organisationnelles, elle répond également à des préoccupations d'ordre symbolique. En effet, elle classe indirectement ce qui relève de l'art et ce qui n'en relève pas. Ce faisant, elle protège le mythe qui veut que l'artiste s'identifie au fait qu'il engendre une oeuvre. En réalité, nous savons que le travail de la scène est collectif et dès lors, qu'il est difficile d'attribuer à une seule personne la responsabilité d'une réussite. Mais précisément pour écarter ces ambiguïtés, la répartition des tâches a pour fonction de désigner, par avance et officiellement, qui est le « créateur » véritable de l'oeuvre. De cette manière, elle garantit l'authenticité de la production esthétique. Au fond, le créateur ne se distingue des autres intervenants que par le fait qu'il assume directement la portée symbolique de sa production, ou si l'on préfère, par le fait qu'il lie sa réputation à l'accueil réservé aux oeuvres qu'on lui attribue. Cette responsabilité lui donne le droit d'orienter son travail comme il l'entend. Bien sûr, cette liberté est limitée. Placé en concurrence avec d'autres producteurs, il est contraint de se démarquer par ses choix, c'est-à-dire de prendre distance par rapport aux normes en vigueur et, par le fait même, de s'afficher comme étant unique.

3. Esthétique et contraintes sociales

- 22 Il convient de ne pas séparer l'esthétique de la dynamique des réseaux, sachant que ces derniers constituent une condition déterminante de la production, de la diffusion et de la réception des oeuvres.
- 23 A propos de la production, retenons seulement que les artistes ont intérêt à utiliser les ressources humaines et techniques de leur réseau. Quant à la diffusion, les artistes ne peuvent ignorer ses impératifs, tant en ce qui concerne la durée de la prestation que son coût. Prenons l'exemple d'une compagnie qui déciderait de travailler avec un matériel

réduit. Ce choix présente des avantages non négligeables. Il dispense de l'achat d'un camion, le transport pouvant être assuré par une voiture ordinaire. De plus, avant le spectacle, le montage est simple et rapide. Par ailleurs, ce dispositif élémentaire s'adapte à toutes les formes de scène. Que le lieu soit étroit ou vaste, les comédiens l'occupent par une adaptation du jeu. D'un point de vue commercial, cette souplesse permet évidemment d'accepter un grand éventail de contrats.

- 24 Ceci dit, il ne faudrait pas croire que le choix de supports techniques simples ne correspond qu'à des préoccupations mercantiles. Il peut être aussi dicté par une conception de la réception de l'œuvre. En effet, en travaillant avec des moyens limités, l'artiste s'expose, prend des risques, se rend fragile, et il n'y a rien de plus efficace pour émouvoir une assemblée. Dans un monde où les techniques de manipulation des informations et des images se généralisent rapidement, un créateur qui n'utilise que son corps et son imagination pour communiquer, apparaît nécessairement comme quelqu'un à qui l'on doit faire confiance et avec qui l'on peut rire sans aucune arrière-pensée.
- 25 Pour approfondir la compréhension des réseaux et du langage artistique qui s'y enracine, nous allons maintenant tenir compte de la dimension temporelle, en nous limitant aux processus généraux qui marquent l'évolution d'un réseau. Cette évolution sera présentée en quatre étapes, l'objectif étant d'attirer l'attention sur les changements qui interviennent au niveau du statut des œuvres, des artistes et des réseaux.

4. Quatre étapes

- 26 L'introduction de la dimension temporelle place la notion de '*risque*' au centre de l'analyse. Devenir comédien signifie qu'on s'engage dans une véritable aventure, car nul ne sait au départ, s'il aura accès à la profession, s'il parviendra à s'y maintenir ou y exceller. D'autant plus que le nombre des candidats dépasse la capacité réelle du marché. Ajoutons encore que ce dernier est capricieux et instable. Aussi la gestion des risques s'opère-t-elle prioritairement par le réseau. C'est en créant des chaînes de relations privilégiées, mais pas nécessairement stables, que les artistes maîtrisent les inconnues auxquelles ils sont confrontés. Par ce biais, ils collectent de l'information, apprennent les normes du milieu et les enjeux qui conditionnent la pratique artistique. Au fur et à mesure que le réseau prolifère, les possibilités se multiplient et la maîtrise des incertitudes devient plus efficace. En intégrant le réseau, les nouveaux membres espèrent y trouver la confirmation de leur vocation et les appuis indispensables à l'affirmation de leur identité. Au plan artistique, tout le monde est conscient que ces rencontres et ces alliances auront pour effet d'enrichir et d'orienter les moyens d'expression.
- 27 Cependant, si la chaîne des solidarités peut se stabiliser durant une certaine période, elle n'est pas immuable. Sa structure peut évoluer en fonction des enjeux et des circonstances. Quand les artistes parviennent à s'imposer et à étendre leurs activités à d'autres marchés, de nouvelles alliances se nouent, ce qui transforme l'équilibre général des relations à l'intérieur du réseau initial.
- 28 C'est dire qu'il y a deux types de changement : le premier s'opère à l'intérieur du réseau durant les périodes de stabilisation et se résume le plus souvent à des aménagements, qui ne remettent pas en cause le fonctionnement de l'ensemble. Ainsi, depuis peu, afin de faciliter la gestion quotidienne des dossiers, l'association des *Allumés* a décidé de limiter le nombre de ses adhérents à une petite dizaine de compagnies. Par contre, le second type

de changement concerne l'organisation même du réseau dans la perspective de nouvelles collaborations ou d'un nouveau champ d'activités. Il y a quelques années, certaines compagnies, travaillant de plus en plus dans les circuits internationaux, ont modifié leur contrat avec les *Allumés* pour donner la priorité à des agents mieux implantés. Notons cependant que les réseaux de base sont rarement dissous, tant les liens entre les membres sont forts. En fait, si de nouvelles filières s'affirment, les anciennes s'estompent sans disparaître. Après avoir été utilitaires autant que symboliques, elles ne sont plus activées que pour des raisons symboliques. Pour l'illustrer on peut évoquer ces repas, au soir des premières, durant lesquels en évoquant le passé les « membres de la première heure » célèbrent de manière quasi rituelle la mémoire collective du réseau.

- 29 Afin de systématiser notre approche, nous allons procéder à une analyse séquentielle qui distingue quatre étapes dans la carrière des artistes. Chacune d'elles se caractérise par un enjeu spécifique et par un type de réseau particulier. La première étape reprend le point de vue du jeune amateur qui cherche à prendre contact avec d'autres dans l'espoir de monter un jour sur scène. Ici, les filières sont fragiles et momentanées. La deuxième étape correspond à l'entrée dans le monde des professionnels. Se pose alors la question de savoir comment vivre de son art. Puisque les risques sont beaucoup plus conséquents, les solidarités le sont également. La troisième étape se rapporte à l'exploitation systématique ou « professionnelle » des circuits. Au fond, ce n'est qu'à ce stade que l'on peut véritablement parler de carrière. La dernière étape remet en cause le statut du réseau de base en vue d'une intégration dans un ensemble de filières commerciales. Elle manifeste une démarche qui ne repose plus sur la solidarité à l'intérieur d'un '*monde de l'art*', mais sur la pénétration de marchés par le biais d'agences spécialisées dans la distribution de « produits », qu'ils s'agissent de variétés, de spectacles ou de messages publicitaires.
- 30 Reste la question de savoir comment les protagonistes passent d'une étape à l'autre. Quel est donc l'événement qui les amène à faire le pas ? Il serait simpliste de vouloir ramener à une seule explication la diversité des situations, d'autant que ces passages ne se font pas de manière isolée, mais dépendent en réalité de la dynamique de tout un contexte. Ainsi, certaines compagnies ont connu une expansion de leurs activités suite à une évolution de la situation politique. Par exemple, en Italie la lutte contre la corruption a transformé profondément les pratiques administratives des institutions publiques, et donc des théâtres. Cet assainissement a eu pour effet d'ouvrir à nouveau un marché qui, depuis quelques années, était devenu trop confus pour être exploité par des étrangers. Ceci conduit à nous demander si ce n'est-ce pas l'accumulation de ce genre d'opportunités qui modifie le sens d'une carrière ?
- 31 On peut chercher une autre explication à partir de l'action des intervenants et constater que lorsqu'un projet est lancé, ses promoteurs n'ont pas toujours les moyens de leur politique. Ils cherchent alors à élargir le cercle de leurs relations afin de dégager de nouvelles ressources. Au fur et à mesure que cette ligne stratégique se révèle efficace, à l'intérieur du réseau on systématise les procédures et on finit par les rigidifier. On substitue ainsi à la complexité de la réalité une vision de plus en plus schématique. Ce qui fait que les protagonistes auront bientôt le sentiment de '*tourner en rond*', c'est-à-dire non seulement de ne plus envisager de nouvelles possibilités, mais d'épuiser le sens même de leur action. A ce moment, le système est vécu comme étant saturé et oblige les acteurs, soit à s'y enfermer, soit à trouver une autre ouverture qui engage, en définitive, une nouvelle étape.

- 32 Ce processus peut être comparé à la recherche d'informations qui s'opère, au départ, par essais et erreurs sans autres formes de pilotage. Par la suite, elle procède d'une « routinisation » qui, lorsqu'elle est formalisée excessivement, n'engendre plus que de la redondance.
- 33 Ainsi, nous avons rencontré des comédiens relativement connus, qui pensaient que plus ils joueraient, plus ils maîtriseraient leur métier et plus ils se feraient connaître. Dans cette optique, ils acceptaient toutes les propositions. Si le raisonnement n'était pas erroné, les contrats se sont multipliés à un rythme qu'ils n'avaient pas imaginé, si bien qu'ils se sont vus rapidement confrontés à des plannings de plus en plus chargés, mais de moins en moins rationnels. Il arrivait, plusieurs fois dans la même tournée, qu'ils aillent dans une ville, qu'ils parcourent de longues distances pour honorer un autre engagement, puis qu'ils soient contraints de revenir à leur point de départ pour une nouvelle prestation. Ces expériences éprouvantes leur apprennent l'importance d'une bonne définition des priorités et la nécessité de programmer des périodes de repos. En définitive, ces multiples contradictions eurent, en outre, pour conséquence de remettre en cause le réseau et d'engager une nouvelle étape de son développement.
- 34 Avant d'évoquer les quatre étapes du réseau d'artistes rappelons que dans notre esprit, il s'agit bien d'un « idéal-type » par lequel nous cherchons à organiser une série de caractéristiques globales, et qui doit être réaménagé chaque fois qu'on le confronte à un cas particulier.

4.1. Première étape : les réseaux d'amateurs

- 35 Dans le cadre de nos recherches, nous avons remarqué que beaucoup d'artistes se révèlent dans des milieux relativement sécurisants où les solidarités sont souvent bien établies, par exemple les milieux universitaires ou des milieux liés à l'action sociale.

4.2. Deuxième étape : devenir professionnel

- 36 Le passage du statut d'amateur à celui de professionnel représente une concentration de risques si considérables que nombre de candidats font le saut avant de s'interroger sérieusement sur les conséquences de leur décision ! Se pose d'abord le problème des relations avec le milieu familial et l'entourage immédiat, qui ignorent généralement le monde du spectacle et le considèrent comme un univers essentiellement '*non maîtrisable*', c'est-à-dire incompatible avec les idéaux du groupe. Face à ces conflits, le réseau se crée comme une chaîne de solidarités dont l'enjeu est la survie. Être professionnel signifie qu'il faut vivre de son art.
- 37 En définitive, le réseau assure au moins trois fonctions. Avant tout, il est un pôle d'identification. En faire partie constitue déjà la confirmation symbolique du statut que l'on veut obtenir. Le réseau est aussi un pôle de professionnalisation. Il représente un terrain d'expérimentation privilégié où les adhérents peuvent acquérir et s'échanger des connaissances de base concernant la mise en circulation des oeuvres ou les techniques artistiques. De même au plan esthétique. Enfin, le réseau donne une autonomie économique aux membres. Ce faisant, il lève partiellement le sentiment de culpabilité lié aux ruptures qui ont précédé l'entrée dans le monde de l'art.

4.3. Troisième étape : les « artistes-entrepreneurs »

- 38 Afin de confirmer leur nouveau statut, les artistes cherchent à devenir leur *'propre maître'*, c'est-à-dire des *'artistes-entrepreneurs'*. Riches de leurs premières expériences, ils vont tenter de se singulariser par un style, des créations originales et une manière de gérer leur entreprise. Ils envisagent désormais leur travail dans la perspective d'une œuvre à créer.

4.4. Quatrième étape : la confirmation

- 39 Cette dernière étape correspond à une *'phase d'institutionnalisation'*. Outre les récompenses officielles qui ne font le plus souvent que ratifier un état de fait, cette phase se traduit principalement par une plus grande intégration dans les filières de distribution. Autrement dit, plus une compagnie est institutionnalisée, plus elle tourne dans des circuits reconnus. En effet, dans un monde qui se caractérise par la généralisation de la mobilité des personnes, des biens et des idées, la renommée d'une création tient à son mode de diffusion. En ce qui concerne les humoristes, la diffusion des œuvres passe prioritairement par la télévision.
- 40 Lorsque les artistes accèdent à ces réseaux, ils doivent se soumettre à un nouvel impératif : celui d'unifier leur image et leurs productions, de manière à en faciliter l'assimilation par le plus grand nombre. Parallèlement, cette standardisation permet la confection de « produits dérivés », comme des tee-shirts, des disques compacts, des cassettes vidéo ou des clips. En un mot, les comédiens entrent dans le jeu d'une politique commerciale, qui vise à augmenter les bénéfices en multipliant les circuits dans lesquels l'œuvre apparaît et les supports dont elle représente la valeur ajoutée. Ainsi, la « matière » du spectacle aura plusieurs destinations. Outre la scène, l'artiste en présentera des extraits en guise de promotion, dans le cadre d'émissions. Par la suite, le spectacle sera enregistré et vendu aux chaînes de télévision comme aux particuliers. Dans la mesure du possible, le « produit » sera présenté sur différents supports : un livre reprenant les textes des sketches, un enregistrement sous la forme d'un disque compact et une cassette vidéo.
- 41 Cet environnement laisse souvent les artistes assez indécis quant à la manière de mener leur carrière. Faut-il accepter de longues tournées ? Faut-il se focaliser chaque année sur un pays différent ou les visiter au hasard des contrats ? Faut-il investir dans des supports publicitaires et créer un sigle ? Faut-il s'orienter résolument vers la télévision ou la considérer comme un simple outil pour la promotion des tournées ? Il est vrai qu'il ne s'agit pas seulement d'un problème de marketing, la question est aussi celle de leur identité et du choix d'un certain mode de vie.

5. Conclusions provisoires

- 42 Nous avons introduit notre propos en suggérant que c'est en désignant une fracture entre deux entités que l'on définit la notion de médiation. Ainsi, dans le monde artistique, partant de l'idée d'une séparation entre l'œuvre et ses usages sociaux, certains observateurs désignent les pouvoirs publics comme des médiateurs obligés.

- 43 Dans ce débat, H.S. Becker et A. Hennion montrent, chacun à leur manière, les dangers d'une conception dans laquelle les entités envisagées apparaissent comme homogènes et différentes par nature. C'est en ce sens qu'ils réfutent la vision consacrant la distinction entre l'œuvre et ses usages sociaux. Pour eux, la création suppose nécessairement des rapports humains, et inversement ces derniers trouvent dans les élaborations artistiques un enrichissement. Il reste alors à savoir comment penser l'intrication de l'esthétique et du social, et comment situer les ruptures qui appelleront les médiations.
- 44 Si, dans leurs livres, les deux auteurs soulignent régulièrement les liens entre l'œuvre et son contexte relationnel, ils sont amenés au fil de leurs recherches à privilégier soit l'analyse des conditions matérielles, soit celle de la dynamique sociale. Ainsi, A. Hennion se distingue en montrant comment les objets (et les techniques qui s'y réfèrent) jouent un rôle de médiateur tant dans l'élaboration de la création que dans la définition des rapports entre les intervenants. H.S. Becker insiste, quant à lui, sur le fait qu'une réalisation artistique ne devient significative que dans un jeu collectif. C'est par un ensemble de collaborations entre une série d'acteurs plus ou moins bien identifiés que l'invention est progressivement élaborée, puis célébrée comme le symbole esthétique d'un groupe.
- 45 En ce qui nous concerne, on pourrait dire que nous nous inscrivons davantage dans la ligne d'H.S. Becker, puisque nous construisons la notion de médiation à partir des échanges entre partenaires. Néanmoins, nous nous en écartons en considérant que les réseaux ne sont pas seulement le fait des individus, mais participent à une dynamique collective qui, prise comme telle, échappe pour une bonne part à la conscience et à la volonté des participants.
- 46 Ainsi, nous pensons que les réseaux développent deux types de processus complémentaires. D'un côté, en se spécialisant, ils engagent une individuation par laquelle leurs membres trouvent une position de mieux en mieux définie, et qui offre de plus en plus de gratifications. D'autre part, les réseaux favorisent l'intégration dans des ensembles sociaux plus vastes, étudiés généralement par la macro-sociologie.
- 47 A partir de l'exemple des *Allumés*, nous avons explicité cette vue en suivant trois directions. D'abord, nous avons décrit la morphologie d'un réseau. en indiquant leur tendance à se spécialiser et à prendre leur autonomie. Ensuite, nous avons montré que ce développement exige la résolution simultanée de problèmes matériels, sociaux et esthétiques. Enfin, dans une analyse séquentielle, nous avons vu que l'évolution du réseau se fait par phases successives, chacune se caractérisant par des enjeux et un mode de solidarité entre les membres.
- 48 En définissant la fracture par la tension qui sépare le projet esthétique de ses différentes réalisations, nous avons désigné les réseaux comme les instances médiatrices. C'est à travers eux que ce joue le devenir incertain de l'œuvre. Leur capacité à réduire cette tension ne doit pas laisser espérer une résolution définitive. Nous pensons, en effet, qu'il s'agit d'une contradiction inhérente à toute forme de création. Par ailleurs, dans notre étude, la médiation est apparue comme un élément dynamique qui se transforme au fil de la trajectoire des artistes et suivant les contextes rencontrés. Cette évolution, malgré sa complexité, peut être décrite comme une suite de phases successives qu'il est possible d'identifier et de décrire, en se référant aux récits des acteurs. Néanmoins, puisque notre modèle reste fort simple en regard des récits collectés, nous ne pouvons qu'encourager ceux qui auront la patience de le confronter à de nouveaux terrains.

BIBLIOGRAPHIE

- Becker, H. S.**, (1985), *Outsiders Etudes de sociologie de la déviance*, Métailié, Paris, éd. orig. 1963.
- Becker, H. S.**, (1988), *Les Mondes de l'art*, Flammarion, Paris, éd. orig. 1982.
- Hennion, A.**, (1993), *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Métailié, Paris.
- Lapoujade, D.**, (1997), *William James. Empirisme et pragmatisme*, Paris, PUF.
- Turner, V.**, (1982), *From Ritual to Theatre, the Human Seriousness of Play*, PAJ Publications, New York.

RÉSUMÉS

L'article s'inscrit dans la réflexion anthropologique sur le concept anthropologique de médiation. Plutôt que de développer l'imaginaire de la fracture entre l'œuvre et le public et l'idée que l'action publique de médiation culturelle viendrait la réparer, l'auteur se penche sur la fracture qui sépare la préparation d'un spectacle et l'œuvre représentée. Dès lors, c'est la médiation du réseau d'artistes comme « monde » qui est à l'œuvre. Etudiant plus précisément le monde des artistes humoristes, l'auteur décrit, dans le contexte belge, la manière dont un tel réseau fonctionne. Il montre aussi comment le réseau se modifie quand une œuvre gagne en prestige et s'impose sur de nombreux marchés.

INDEX

Mots-clés : médiation culturelle, arts du spectacle, réseau culturel, production artistique
Keywords : cultural mediation, performing arts, cultural network, artistic output

AUTEUR

ETIENNE LECLERCQ

Etienne Leclercq est sociologue et anthropologue et enseigne à l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales (IHECS) à Bruxelles. Il s'intéresse aux formes de la communication collective (événements, cérémonies, rites) dans les espaces urbains et ruraux. Il vient de publier chez L'Harmattan une présentation et un choix d'articles de Jean Remy, sous le titre *Sociologie urbaine et rurale. L'espace et l'agir*.