

Atelier « Culture & société »
Forum 2 • les 3 - 4 octobre 08

J=Jacques Siron A=Anne Brüscheiler G=Gabriel de Montmollin

G Le groupe de travail Culture et Société a choisi d'ouvrir la boîte de Pandore dans laquelle cohabitent l'art et le commerce. Nous n'avons pas de solution nouvelle pour organiser la culture et le divertissement, mais nous pouvons ici dessiner quelques lignes de tension que l'on aura bien entendu repérées dans d'autres ateliers et au cours des discussions que nous menons depuis bientôt deux ans.

Si nous nous sommes réunis à plusieurs reprises dans des forums d'une vingtaine de personnes autour de cette sacrée boîte, c'est principalement pour désigner ces couples plus ou moins maudits dont un des deux partenaires nous paraît prendre une place disproportionnée, au risque de confiner l'autre dans un espace asphyxiant.

J La création artistique ne devrait-elle pas disposer au sein de la société d'une position analogue à la recherche fondamentale dans le champ scientifique ?

Il nous paraît vital en effet de nourrir des espaces qui échappent à la pression du rendement immédiat. C'est à travers l'accumulation de mille et une erreurs en effet que la culture aussi bien que la science peuvent découvrir les fondements de ce que sera le monde de demain.

Quelles sont les conditions les plus propices à une création artistique vivante ? Délicate, cette question doit faire débat. Aujourd'hui, les pratiques artistiques évoluent très vite, parfois en lien direct avec les politiques culturelles, parfois de manière indépendante. Une bonne connaissance du terrain est indispensable pour viser juste.

Le terrain, quel est-il ?

J A ma gauche, la création artistique
A L'Art
J À ma droite, le marché
G Business, divertissement
A monde spirituel, paysages intérieurs
G audimat, taux d'occupation des sièges
A Travail sur l'invisible
G Visibilité du travail
A Valeur esthétique d'une production artistique
G Valeur marchande d'un produit culturel
A Liberté de créer
G Liberté de consommer
A Qualité
G Quantité
A Universalité
G Mondialisation
A Investissement sans retour
G Retour sur investissement
A Inspiration
G Marketing
A Public cœur
G Public-cible
A Influence
G Affluence
A Questionnement, doute, réflexion...
G Bien-être, distraction, fun, pas de prises de têtes
A Niche, confiance, laboratoire...
G Événement, tapage, feu de paille, grande surface
A Amateur
G Consommateur, électeur
A Poil à gratter
G Brosse à reluire
A Esprit critique
G Masse critique
A Rebelle, agitateur
G Bonimenteur

J Chapitre Un : Les aléas du marché

L'art est entraîné dans un mouvement général de commercialisation qui touche aussi bien la culture que l'éducation, le sport, la santé, etc. **L'emprise croissante de l'économie fragilise le travail artistique en le détournant de ses buts premiers.**

Les questions fondamentales de l'artiste sont :

A Quoi dire ? Pourquoi le dire ? à qui ? sous quelle forme, de quelle manière, dans quel état j'ère... (J. m'interrompt)

J Les injonctions commerciales seraient plutôt :

G Ce que tu dis est moins important que la manière avec laquelle tu vends ce que tu dis.

J L'étape suivante :

G Peu importe ce que tu dis, vends-toi d'abord.

J Ou bien :

G Dis ce qui te fera vendre.

J Ou bien encore :

G Prouve-moi que tu as du succès, prouve-moi que tu vas remplir ma salle !

J Il en va de la production artistique comme de la tomate. D'une culture artisanale, on est passé à l'exploitation hors sol, industrialisée, calibrée, produite en toute saison. Son uniformité, son formatage, sa peau lisse, sa chair sans texture ne laissent dans la bouche qu'une vague saveur d'eau colorée.

G On ne peut nier le marché, on ne peut se situer hors de lui.

A Certes. Mais on ne peut pas nier non plus son impact - de plus en plus perceptible - sur les *contenus* de la création artistique, sur son indépendance, son inventivité, sa capacité critique, sur ses objets incongrus et ses voix singulières.

J L'administration d'un projet fait partie du métier d'artiste. Mais la part dévolue au « business » tend à s'accroître et à interférer dans la réalisation d'un projet, dans la somme de temps, d'argent, dans l'énergie qui devraient être dévolus au travail artistique. La dynamique du travail artistique et celle du business sont contradictoires. Certains artistes se débrouillent avec cette contradiction, la majorité éprouve de réelles difficultés. Exemple :

A Pour les artistes indépendants, le temps passé au téléphone, à rédiger des courriels, à confectionner des dossiers a considérablement augmenté, c'est du temps, de l'énergie retranché au travail artistique !

J Autre symptôme de ce phénomène, le nombre hélas croissant de situations dans lesquelles tout le monde est correctement rétribué sauf les artistes.

A Qu'il faille engager un attaché de presse, un administrateur, un comptable, c'est le salaire des créateurs qui s'en trouve diminué.

Et quand tout le monde facture ses services, que les salles ne sont plus mises à disposition, on en arrive à devoir payer pour jouer.

J S'ajoute une nouvelle dimension qui met gravement en péril le statut d'auteur : la gratuité. La presse gratuite, Internet, le piratage généralisé, les révisions du droit d'auteur affaiblissent considérablement toute pensée qui n'arrive pas à se vendre instantanément ou à satisfaire les sponsors.

(geste) Autre conséquence de l'emprise croissante de la commercialisation : **l'accélération du temps**. A ma droite, le marché :

G Tout – tout de suite – maintenant, accessible à tous.

A Alors que le temps de la création artistique a parfois besoin du long terme, de longues respirations, de gestes larges. Il passe par le mûrissement, l'erreur, l'errance, le doute, des phases ascendantes et descendantes. Il nécessite des partenariats à longue échéance, la possibilité de creuser des sillons incertains.

J Certains produits artistiques n'ont droit qu'à quelques semaines, ou même quelques jours seulement pour s'imposer. Exemple : le livre.

G Jamais la production éditoriale n'a été si massive. On pourrait en déduire que la santé de la branche est bonne puisqu'il y a pléthore de nouveaux titres chaque année. A moins d'être suicidaires, les éditeurs ne produiraient pas pour rien une quantité si grande d'ouvrages de toutes sortes. Quand on met son nez derrière les vitrines, on observe que l'inflation des nouveautés est inversement proportionnelle à leur durée de vie commerciale. Pour continuer à vivre sans diminuer ses frais, un éditeur doit toujours plus produire, au mépris de plus en plus souvent de la qualité, sacrifiée sur l'autel de la sanction commerciale immédiate. La fuite en avant fonctionne comme vitesse de croisière. Si l'on ne propose pas de produits culturels en respectant le calendrier commercial, d'autres casse-cous prendront la place en espérant pouvoir gagner le concours de la meilleure réponse à la sacro sainte demande du public.

J Autre exemple :

A L'abondance de nouvelles productions dans un domaine comme celui du théâtre. Comment se fait-il qu'il soit plus simple de mettre en place un nouveau projet que de prendre le temps d'approfondir un travail, de s'offrir par exemple le luxe d'une re-création ?

J On retrouve notre tomate insipide qui doit inonder le marché, s'imposer par sa rapidité, par sa puissance de feu, mais qui a perdu toute saveur. Questions :

A Devons-nous soumettre le contenu de notre travail à l'impératif d'une production fébrile ? Devons-nous multiplier les « coups », les demandes, les projets dans l'espoir d'en avoir un qui touche le gros lot ?

G Cessons de financer ce qui n'amène pas un retour sur investissement immédiat, fiable et mesurable.

A Les œuvres novatrices, ou hors-normes, mettent plus de temps à s'imposer. Parce qu'elles proposent des paysages inconnus, parce qu'elles sont parfois en avance, parce qu'elles tirent leur énergie de l'exploration des limites, elles créent le débat, voire la controverse.

Imaginons que ne subsisteraient à travers l'histoire que les productions artistiques qui se sont imposées instantanément, que resterait-il au juste de toute la culture occidentale ?

J L'accélération du temps formate la production artistique en limitant la prise de risque, dont le rendement, par définition, n'est pas fiable. Question : comment aménager une place dynamique et vivante au long terme ?

J Toujours en lien avec l'emprise croissante de la commercialisation : la place prépondérante occupée par des **intermédiaires entre les artistes et le public**. Une production artistique passe par divers mécanismes qui lui permettent d'exister, de se développer, d'atteindre son public,.

A ma droite, les diverses instances de légitimation d'une production artistique :

G Premier registre : les artistes de la branche, les pairs

2° registre : les programmeurs, organisateurs, directeurs de lieux culturels, médiateurs, curateurs, commissaires d'exposition, éditeurs, distributeurs, producteurs, tourneurs, etc.

3° registre. les subventionneurs, sponsors avec leurs commissions d'experts

4° registre. les critiques, journalistes, photographes ; les media, la publicité

5° registre. le marché, les clients, les acheteurs

6° registre. le public, terme général qui recouvre plusieurs visages : les amateurs, les amoureux, les consommateurs, les citoyens, les électeurs

J A ma gauche...

A (*je cherche des yeux dans la salle*)

Où est l'artiste ? y a un artiste ? il est où, l'artiste ?

J Il existe une grande interdépendance de ces différentes instances. Exemple :

A Lorsque la radio romande a cessé de produire du jazz suisse, la presse écrite a nettement diminué ses chroniques... de quoi semer le doute chez les programmeurs, les subventionneurs, non ?

Même phénomène pour la littérature : quand la presse romande s'intéresse plus aux bestsellers français qu'aux auteurs de chez nous, la production locale se trouve progressivement dévalorisée.

J A ma droite, une instance de légitimation :

G Les artistes ont de plus en plus besoin des organisateurs, des subventionneurs, des journalistes, des distributeurs, etc. Sans nous, ils ne peuvent pas exister. C'est nous qui faisons les choix décisifs.

J L'étape suivante :

G Les vrais artisans de la vie culturelle, c'est nous.

J Question : faut-il réduire l'artiste à un rôle d'animateur publicitaire ou de faire-valoir de projets qu'il ne contrôle pas ?

J Enfin, dernière conséquence répertoriée à ce jour de la commercialisation de l'art : **les instances subventionnantes posent des critères qui relèvent plus des goûts supposés du public que de préoccupations artistiques.** Sans intention machiavélique, il arrive qu'elles se montrent plus impitoyables que les impératifs du marché, alors que paradoxalement elles ne sont pas directement soumises à la pression du marché.

Tirons un trait sous le premier chapitre

(pause, changer de position dans l'espace)

J Chapitre Deux : **La formalisation croissante de tous les rapports qui lient les artistes aux subventionneurs entraîne des effets pervers, qui alourdissent et fragilisent le travail artistique.** Elle se manifeste dans les critères exigés pour déposer et recevoir des subventions, dans les contrats dits « de prestation ». D'une manière générale, cette formalisation est plus subie que désirée par le monde artistique, notamment à cause de ses effets pervers. Exemple :

A Certains formulaires exigent une prévision du nombre de spectateurs attendus dans chacun des lieux d'accueil d'une tournée.

J Apparaît ce qu'on peut appeler « le syndrome de la feuille Excel » : il est plus important de lisser des chiffres dans des colonnes que de donner du sens à une action et de travailler à la qualité des productions artistiques.

(geste) Première manifestation du syndrome de la pensée Excel : **le passage d'un système basé sur la confiance à un système basé sur la preuve.** La nécessité de fournir des preuves augmente la méfiance et l'incompréhension réciproques.

- G Voyez le faux artiste autoproclamé, le profiteuse, le mauvais qui n'a pas de succès, l'enfant gâté qui détourne les deniers publics à son seul profit.
- A Regardez le bureaucrate, le technocrate à l'horizon borné, le néo-converti prosélyte du New Public Management, le politicien qui ne cherche qu'à se faire voire, à flatter ses électeurs ou à tendre un piège au parti d'en face.
- J Il est inévitable que des conflits apparaissent dans le jeu entre les différents partenaires de la vie culturelle. Mais on n'inventera pas grand-chose en augmentant la peur et la méfiance.
- (geste) L'autre effet pervers de la pensée Excel est **l'opportunisme**. Pour se conformer aux formes, on joue au poker menteur, on tient un double discours, l'un officiel qui respecte la forme, l'autre correspondant aux réelles aspirations. Rappelons que la formalisation est censée amener plus de transparence. Dans ses dérives, elle provoque un système dont les artistes soviétiques étaient virtuoses : la stratégie de l'évitement et du double discours.
- A Comment faire la part du contenu et de la forme ? comment se prêter au nécessaire contrôle des pouvoirs publics sans perdre l'élan créateur ? A partir de quand la mise en forme devient-elle une mise en norme ?
- J Le dérapage vers l'absurde et le non-sens s'installe, sans qu'existe à la base une intention délibérée de brider. Dans le syndrome de la feuille Excel, la formalisation s'emballa, elle tire sa justification uniquement de son existence, elle s'autoalimente. Question : n'est-ce pas le moment que les systèmes basés sur la preuve fassent aussi la preuve de leur nécessité ? Ne devrait-on pas évaluer les effets négatifs du formalisme ?
- A La norme, par définition, sert la pensée dominante : elle n'est pas destinée à créer de la différence, au contraire, elle l'exclut. La norme est *l'envers de la création*.
- J (geste) Autre manifestation de la pensée Excel : **les décisions brusques de « simplification », de lissage et d'alignement, qui sont prises sans anticipation des conséquences, sans réflexion et sans projet**. Citons deux exemples de cette logique : le transfert des charges de la culture du Canton vers la ville de Genève, et au niveau fédéral le désengagement de Pro Helvétia en matière de création artistique.
- A Ces deux décisions de pure politique comptable n'affichent aucune vision à long terme. Et même si l'on s'est ressaisi par la suite, la crainte subsiste de subir de brusques coups de volant, sans projet pour la création artistique.
- J (geste) Dernière manifestation de la feuille Excel : **la suppression des petits projets au profit des gros**.
- A ma droite, le subventionneur qui croule sous les demandes.
- G Cessons ces petites choses qui ne coûtent pas assez cher, et mettons le paquet sur les grosses. Etablissons une masse critique en-dessous de laquelle on coupe. Si tu n'as pas pu devenir gros, c'est que tu es médiocre.
- J A ma gauche, l'artiste indépendant.
- A Les solitaires, les voix singulières, les petites compagnies, les contrats intermittents d'une heure ou de deux mois, les associations forment la diversité, l'originalité, la richesse du biotope genevois. Il faut entre 10 et 20 ans pour construire une « scène », il suffit d'une mauvaise décision pour l'anéantir en un seul jour.
- J L'abandon des petits projets au profit des gros introduit une confusion entre la taille et la qualité. C'est souvent quand disparaissent les petits éléments qu'on s'aperçoit de leur existence... et du peu qu'ils coûtaient finalement. Le petit doit pouvoir coexister avec le gros, parfois le rencontrer artistiquement, parfois diverger totalement. Il doit aussi garder une autonomie et une capacité de proposer des projets.

A (*laisser un temps*) Bien sûr, tout ce que nous vous racontons là est basé sur des faits réels, concrets, vécus. Tout ceci est typiquement genevois, typiquement européen, typiquement contemporain. Fatalité ?

J Epilogue : **Quelques pistes pour l'avenir**. Les ateliers qui ont pris place entre les Forum 1 et 2 nous ont donné l'occasion d'identifier les enjeux de la politique culturelle et de nous y confronter. Le temps entre les Forum 2 et 3 sera orienté vers la recherche de solutions.

A Comme la recherche fondamentale pour la science, la création artistique mérite un soutien attentif, porté par une bonne connaissance du terrain, hors d'idéologies abstraites et décollées de la réalité, et hors des règlements de compte politiques.

Actuellement, le soutien à la création est implicitement réparti dans les différentes disciplines artistiques.

J Première piste proposée par l'atelier Culture & Société : **la création artistique est désignée de manière explicite comme l'un des grands chantiers de la future politique culturelle**, un chantier transversal qui irrigue et stimule tous les domaines.

Préserver le sens de l'activité artistique, limiter les intermédiaires et la formalisation, aménager des espaces de temps favorisant la recherche et la prise de risque : autant de responsabilités à partager entre les subventionneurs, les programmeurs ou producteurs et les artistes, chacun à son niveau.

A Seconde proposition : la mise en place de la concertation.

Le processus du Forum a l'ambition de favoriser la création artistique en développant des mécanismes concrets et en inventant des solutions comme celles que vous entendez depuis hier. Mais il est également travaillé par une volonté d'améliorer l'état d'esprit général entre collectivités publiques et milieux culturels... franchement, entre vous et moi, on ne peut pas dire que la confiance règne... bon, oui, des fois, mais le climat, vous en conviendrez est plutôt à la méfiance réciproque...

Alors, puisque la confiance ne se décrète pas, comment pourrions-nous la construire ?

En créant par exemple des espaces de concertation, qui réunissent les partenaires concernés par les différentes disciplines artistiques

J Exemple de concertation réussie dans un domaine précis:

G Les métiers du livre se rencontrent régulièrement dans le cadre d'une commission consultative réunissant auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires, journalistes et représentants de la ville et du canton de Genève. Cette structure fonctionne depuis 1995. Elle a permis d'organiser en les augmentant les aides à la création, à l'édition et à la promotion du livre à Genève et des livres genevois à l'étranger. Elle permet également tout un travail de sensibilisation aux aléas et à l'évolution des métiers du livre qui aujourd'hui tentent de trouver un équilibre entre une vocation culturelle et des obligations commerciales.

J Notre travail commun consistera, dès lundi, à inventer des propositions pour mettre en œuvre cette concertation. Deux axes doivent travailler de concert : d'un côté un travail transversal général qui réfléchit sur tous les secteurs, qui les coordonne, qui échange l'information, qui compare, qui fait circuler les expériences réussies d'un secteur à l'autre. D'autre part, un travail par secteur qui s'attelle à mettre en lumière les spécificités de chaque domaine. L'articulation entre ces deux axes est encore à inventer.