

# S'adresser à un public élargi, une double exigence

## Jean-Philippe CASSAR

Vice-président de l'Université de Lille - Sciences et Technologies, chargé de la Culture et du Patrimoine Scientifique

<sup>1</sup> « L'accès des jeunes adultes à l'art contemporain », Hana Gottesdiener, Jean-Christophe Vilatte, Ministère de la culture et de la communication, Rapport du Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS), mai 2006, ISBN : 2-11-096198-8.

<sup>2</sup> « Université, lieu de culture » - Convention cadre entre le Ministère de la Culture et de la Communication, le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et la Conférence des Présidents d'Université, 12 juillet 2013.

<sup>3</sup> Note sur la politique culturelle, CA de l'Université Lille 1, 19 octobre 2012.

<sup>4</sup> Télérama du 24 octobre 2014.

<sup>5</sup> *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*, Nathalie Heinich, éd. Gallimard, 2014.

## L'équipe

Jacques LESCUYER  
directeur  
Delphine POIRETTE  
responsable communication  
Edith DELBARGE  
chargée des éditions et communication  
Julien LAPASSET  
graphiste - webmestre  
Audrey BOSQUETTE  
assistante aux éditions  
Mourad SEBBAT  
chargé des initiatives culturelles  
Martine DELATTRE  
assistante initiatives culturelles  
Dominique HACHE  
responsable administratif  
Angebi ALUWANGA  
assistant administratif  
Fathéa CHERGUI  
secrétaire de direction  
Sophie BRAUN  
chargée du patrimoine scientifique  
Karine JASIAK  
chargée d'accueil et d'information  
Jacques SIGNABOU  
régisseur technique  
Joëlle MAVET  
responsable café culture

Lorsqu'il s'agit de parler de propositions culturelles, la question du public visé revient régulièrement. Le public, cet ensemble de personnes susceptibles d'être intéressées, devient alors une cible à atteindre, à motiver, à mobiliser. Les politiques publiques sectorisent ce public en public scolaire, public familial, public étudiant<sup>1</sup> ou public défavorisé. L'expression « grand public », ensemble d'individus sans spécificité particulière, évite d'entrer dans ces catégories et s'oppose par ailleurs au cadre étroit d'un public d'initiés ou de spécialistes. Sa traduction dans la politique culturelle de l'Université se retrouve dans les expressions *favoriser l'accès du plus grand nombre à la culture*<sup>2</sup> ou *s'adresser à un public le plus large possible par-delà la communauté universitaire*<sup>3</sup>.

Le philosophe Frédéric Worms, dans une interview récente<sup>4</sup>, explique à propos des publics de ses ouvrages : *pour un public de pairs, on doit démontrer quelque chose de nouveau ; pour un public étudiant, on doit transmettre de façon claire ; pour le grand public, on doit attirer l'attention d'une manière qui plaise et qui soit utile comme on le disait au XVII<sup>ème</sup> siècle.*

À des publics différents répondent donc des objectifs, des contenus et une démarche différents. Nier ces différences, considérer que les productions destinées à un public de pairs (chercheurs d'une même discipline), d'étudiants ou d'initiés (comme celui de l'art, notamment de l'art contemporain<sup>5</sup>) pourraient être directement accessibles au grand public serait faire fi du travail d'élaboration, de la maîtrise d'un corpus de connaissances et d'un contexte culturel que ces productions ont nécessités.

Pour « être utiles », ces productions doivent contribuer à « faire culture ». Pour cela, les propositions culturelles doivent, dans un premier temps, *attirer l'attention d'une manière qui plaise*. Il ne peut y avoir obligation ou contrainte avec le grand public – avec ces publics devrait-on dire, tant le terme recouvre des références culturelles, sociales, individuelles différentes. La proposition culturelle doit rencontrer son public, attirer l'attention et susciter une démarche d'intérêt, de curiosité ou de découverte.

Pour contribuer à « faire culture » auprès de ceux qui font cette démarche impliquante, la proposition culturelle doit rendre accessibles les éléments d'une culture souvent réservée à un cercle restreint. Ce passage d'une production spécialisée à des propositions culturelles est le résultat d'une forme de pédagogie de la culture, d'une démarche de médiation entre l'œuvre, qu'elle soit issue de la recherche ou artistique, et le public auquel elle s'adresse. Notre action doit répondre à une double exigence qui porte tant sur la nature de la proposition culturelle que sur les conditions pour la rendre accessible au plus grand nombre.

Les propositions culturelles de l'Université portent cette exigence d'une attention au public afin de mieux l'accompagner dans sa démarche. Depuis deux ans, il est demandé aux conférenciers des *Rendez-vous d'Archimède* ou aux contributeurs de la revue « *Les Nouvelles d'Archimède* » de s'adresser à un public de non spécialistes sans sacrifier à l'exigence et à la rigueur. Depuis l'an dernier, des visites guidées des expositions ont été mises en place pour favoriser la rencontre avec l'œuvre et l'échange entre les visiteurs. Cette proposition est enrichie par des ateliers d'expérimentation autour des travaux de Stéfane Perraud et Atsunobu Kohira, artistes plasticiens invités pour les expositions « *Isotopia* » et « *Instrument pour Saint-Louis* ».

En ce début d'année, je vous invite donc à la découverte, en toute liberté, sur les sentiers des multiples propositions culturelles que nous avons balisés pour vous et je vous souhaite d'y trouver du plaisir. ■