

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 30 (1993)
Heft: 1119

Artikel: Voir Matisse et sortir (de la crise?)
Autor: Jaggi, Yvette
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1011474>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Voir Matisse et sortir (de la crise ?)

La culture ne semble pas souffrir de la crise: les citoyens se mobilisent et les amateurs affluent dans les salles de spectacle et les expositions. L'art peut-il être simple divertissement ?

(y) Werner Düggelin, le metteur en scène bâlois, assure qu'en temps de crise les gens ont spécialement besoin de leur part de rêve. *Le Monde* (2-4 février 1993) consacre trois articles à «la fièvre des musées». Dans la région de Berne, 60 000 personnes signent la pétition demandant le maintien des subventions de la ville aux institutions culturelles et le sauvetage de l'Atelier-théâtre. A Lausanne, où l'offre de spectacles et d'expositions est incroyablement diversifiée, le public afflue partout, y compris au cinéma qu'on disait déclinant. Alors quoi, la crise remplit-elle les salles

et les musées, à défaut des caisses ? Ou y a-t-il simple coïncidence, mais générale, entre la récession économique et le besoin de consommation culturelle ? Cette dernière, largement subventionnée, prend-elle le pas sur d'autres achats, en temps de budgets resserrés — pas pour tout le monde il est vrai ? Il y a sans doute un peu de tout cela dans cette réjouissante réalité d'aujourd'hui.

Ne pas se faire d'illusions

Les centaines de visiteurs qui se rangent en interminables files d'attente devant Beaubourg pour «voir Matisse et sortir»

vont certes à la rencontre d'un grand peintre, dans des conditions d'inconfort qui témoignent d'une belle détermination. Mais à quelles motivations répondent-ils ? Quelle approche ont-ils des œuvres présentées ? De manière générale, pourquoi et comment le public se confronte-t-il à l'art ?

Difficile de poser la question, et plus encore d'y répondre, sans tenir un discours élitaire. Et pourtant, il faut rappeler que la culture (même avec un petit c pour reprendre la distinction de Michel Schneider*) se prête mal à une consommation sans préparation, parce que l'art est doublement occasion de risque: risque fondamental pour le créateur, dont la survie comme tel dépend de sa capacité d'oser se remettre en cause à chaque œuvre; goût du risque aussi du côté du public, qui doit accepter la fonction déstabilisatrice remplie par les artistes.

Espoir et ambiguïté

On pourrait penser qu'en période de crise cette mission d'interrogation semble s'effacer devant la fonction de divertissement, qui a l'avantage de ne pas ajouter un supplément d'inquiétude à celle que génère la situation économique générale. Il y a une tentation de l'étourdissement dans la consommation culturelle massive d'aujourd'hui. Mais le phénomène dépasse largement cette sorte d'ivresse collective: d'une part, la «production» culturelle n'est pas seulement de convenance; et, d'autre part, les innombrables occasions de profonde réception du message délivré par les artistes ne sont de loin pas toutes perdues.

Pour que se multiplient ces véritables rencontres avec l'art, il faut un public formé, doté de ce discernement que procure le sens critique développé notamment à l'école. A défaut, le goût se forme et se déforme au gré du prince et des sponsors, des subventions et du marché. Décidément, la fête culturelle que s'offre à bon droit le public en temps de crise ne manque ni d'espoir, ni d'ambiguïté. ■

* Cet ancien directeur de la musique et de la danse au ministère de la Culture dirigé par Jack Lang, distingue la Culture (avec un grand C), représentant «le champ culturel et artistique institué par l'Etat» et la culture (avec un c minuscule), «au sens de l'entretien subjectif et singulier de chacun avec les œuvres de l'esprit et de l'art» (Michel Schneider, *La comédie de la culture*, Paris, Seuil, 1993). Ce livre, très alerte, se veut une réponse «venant de gauche» à Marc Fumaroli, auteur de *L'Etat culturel* (Paris, Fallois, 1991), qui «préfère manifestement la liberté à l'égalité, ce qui range à droite aussi sûrement que place à gauche la référence inverse».

Toujours plus court

suite de la page 5

collaborateurs des radios n'admettront pas aisément !

La brièveté n'a pas que des désavantages. Un responsable belge signale que trois séquences courtes reprenant trois éclairages différents d'un même sujet peuvent être plus efficaces qu'une séquence longue, complète et complexe, mais dont le sens échappera peut-être à l'auditeur qui écoute d'une oreille distraite. Le rythme est plus percutant, plus tendu. L'impact est plus sûr qu'avant et laisse davantage de traces. La brièveté oblige à la précision. Il faut trouver des phrases courtes, un vocabulaire sans ambiguïté, rendre au mot toute sa saveur, disent les Canadiens.

Le risque est celui de la banalisation, de la facilité et de la transformation des émissions d'information en émissions-spectacles. Et puis le raccourci est simplificateur. Selon Christian Sulser, il gomme les nuances, écarte les doutes et élimine la complexité du monde. Le journaliste risque de devenir péremptoire, schématique et réducteur. C'est l'avènement du confetti; le ré-

trécissement de l'espace où l'on peut écrire et parler. Le dossier de *Micro 4* parle de la nécessité du toujours plus court comme d'une espèce de fatalité. C'est à croire qu'il est impossible d'imaginer la radio autrement, du moins celle dite de grand public. Toutefois, *Micro 4* insiste aussi sur la nécessité de compenser la brièveté de l'information par des magazines de plus longue durée qui peuvent donner un éclairage plus complet de l'actualité.

En Suisse romande, une radio locale comme Acidule à Lausanne a choisi un autre parti avec un journal quotidien composé de sujets relativement longs. Il n'est évidemment pas désagréable de pouvoir traiter plus en profondeur un événement sans le réduire à quelques «petites phrases» et à des slogans. Mais l'un n'est pas incompatible avec l'autre. Pour s'imposer, l'information radiophonique doit être sans doute courte et brève. Mais un développement plus nuancé, l'appel à la réflexion de l'auditeur sont aussi indispensables. C'est même une des conditions de la survie à long terme du débat démocratique. ■