

## Après les questions, les réponses?

Louise Vigeant

Numéro 91 (2), 1999

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/25762ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Cahiers de théâtre Jeu inc.

ISSN

0382-0335 (imprimé)

1923-2578 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Vigeant, L. (1999). Après les questions, les réponses? *Jeu*, (91), 7–10.

# Éditorial

## Après les questions, les réponses ?

**L**e 7 mars 1998 paraissait dans les pages du *Devoir* un article de Raymond Cloutier intitulé (par le chef de pupitre) : « Le théâtre montréalais est dans un cul-de sac ». L'auteur y réfléchissait sur la situation du théâtre à Montréal et soulevait d'importantes questions sur les modes de production et de diffusion des spectacles. Principalement, Raymond Cloutier constatait que le public des fidèles au théâtre était trop restreint – qu'il fallait donc l'élargir en attirant de nouveaux publics et aussi en donnant la chance à plus de spectateurs de voir les productions – et que les acteurs étaient mal payés. Il a osé suggérer de diminuer le nombre de productions pour que l'argent soit mieux distribué ; il a osé dire qu'une pratique comme la vente d'abonnements peut avoir des effets pervers sur la vie théâtrale, car elle est la raison principale de l'impossibilité pour un théâtre de prolonger la vie d'un spectacle qui a du succès. Bref, Raymond Cloutier appelait à une remise en question des façons de faire : depuis les critères de subvention jusqu'aux stratégies de mise en marché.



Il y a eu beaucoup de réactions à ce pamphlet, positives et négatives, tant dans les journaux que dans les médias électroniques. Mais plusieurs, dont je suis, sont restés insatisfaits de ces « échanges » qui avaient trop souvent un goût amer : on a même reproché à Cloutier de vouloir « limiter » le théâtre à Montréal... comme si la motivation première de cet acteur n'était pas l'amour même du théâtre ! Raymond Cloutier lui-même a été si ébranlé par ce qu'il a lu et entendu qu'il a décidé de publier une chronique de cette « diatribe » sous le titre *le Beau Milieu*<sup>1</sup>. Maintenant que ce livre circule, préfacé par une Lise Bissonnette qui ne manque pas de fustiger la frilosité et le fatalisme qui expliqueraient le manque de réel débat autour des questions soulevées dans l'article polémique, je crois essentiel de relancer ces questions et d'inviter tous les intéressés à une réflexion collective en vue d'améliorer une situation que nous ne pouvons nous résigner à considérer ni comme idéale ni comme immuable.

### L'offre...

Qu'est-ce qu'il y a de si terrible à demander que l'on se penche sur les modes actuels de production ? C'est peut-être un leurre de penser que plus il y a de spectacles, plus le théâtre joue son rôle. La quantité de spectacles serait-elle garante de la santé du théâtre ? Pourquoi ne pas diminuer le nombre de spectacles à l'affiche si la conséquence de ce geste, qui peut paraître, à *première vue*, aller à l'encontre de l'idée que l'on se fait d'une vie culturelle dynamique, est l'augmentation de la fréquentation des salles ? Reprenons le raisonnement de Raymond Cloutier : s'il y a moins de

1. Raymond Cloutier, *le Beau Milieu. Chronique d'une diatribe*, Montréal, Lanctôt éditeur, 1999.

spectacles nouveaux (ce qui ne veut pas dire qu'il y aurait moins de représentations au total), et que ceux-ci jouent plus longtemps (pourquoi pas en alternance<sup>2</sup> ? suggère-t-il), plus de spectateurs, autant de la région de Montréal que de l'extérieur, auraient le temps d'en entendre parler (dans les médias, par les critiques, par le bouche à oreille) et pourraient mieux planifier leurs sorties au théâtre.

Il est vrai de dire que, lorsqu'un spectacle connaît du succès, les billets s'envolent très vite, décevant par le fait même bien des attentes. Cela est pour le moins regrettable. Il faut absolument trouver les moyens pour que les spectacles qui marchent bien jouent plus longtemps ! Une reprise plusieurs mois plus tard (si reprise il y a) ne représente pas la meilleure des solutions. La raison d'être du théâtre n'est-elle pas qu'il soit vu et qu'il ait un impact sur la société ? Or, le théâtre n'aura cet impact que s'il est vu par le plus grand nombre et qu'il suscite des discussions autant dans les chaumières et les écoles, qu'au travail et dans les médias.

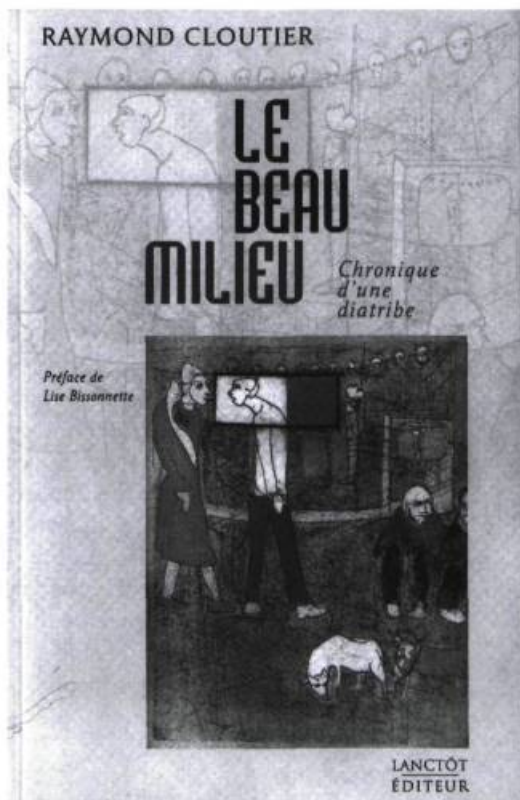
### Nouveaux publics

Récemment aussi, le Conseil québécois du théâtre publiait le résultat d'une recherche sur les pratiques de mise en marché du théâtre au Québec, *le Théâtre : une passion à partager*. On peut y lire que « le développement [et] la fidélisation du public [...] exigent une intervention continue à moyen et à long termes », mais que, « dans la majorité des cas », les compagnies n'ont ni les ressources humaines ni les moyens financiers adéquats pour assurer une action concrète sur ce plan. Une des recommandations stipule d'ailleurs qu'il faudrait que les organismes publics reconnaissent, dans l'affectation des crédits, la diffusion « comme une fonction indissociable du cycle complet de création et de production ». Le milieu admet donc qu'il y a du travail à faire de ce côté et, du même souffle, réclame les moyens pour y arriver.

Si Raymond Cloutier avait raison quand il calculait qu'environ 1 % de la population du Grand Montréal fréquente régulièrement les théâtres (soit 30 000 personnes) – ce que les chiffres du CQT ne contredisent pas vraiment puisque l'ensemble des répondants à son enquête (88 compagnies) aurait eu 1 327 915 spectateurs durant l'année 1996-1997 (on peut imaginer qu'un même spectateur a assisté à plusieurs spectacles et que certaines compagnies œuvrent à l'extérieur de Montréal), ni ceux de Théâtres Associés inc. dont les membres présenteraient 40 spectacles par année rejoignant un demi-million de spectateurs<sup>3</sup> –, le moins que l'on puisse dire, c'est que l'on peut certainement en intéresser encore quelques-uns au théâtre qui se fait sur nos scènes.

2. Il serait fort intéressant d'entendre l'évaluation que le Quat'Sous fait de son expérience de cette saison à ce chapitre.

3. Information prise dans *Avis d'artistes*, vol. 7, n° 1, hiver 1999, p. 5.



Comment attirer de nouveaux publics ? Voilà la question ! Il faut viser plusieurs cibles : des jeunes aux aînés, des banlieusards aux urbains, des habitués – pour les surprendre – aux néophytes – pour créer de nouvelles habitudes. Il serait urgent aussi de diversifier le public en réussissant à attirer plus de néo-Québécois. Il ne faut pas avoir peur de nous interroger sur les choix des directions artistiques (la saison comporte-t-elle des spectacles couvrant un champ assez vaste d'intérêts : pour le répertoire, international et national, pour la création contemporaine, pour l'expérimental, etc. ?) ainsi que sur les missions différentes que les théâtres se donnent (le sont-elles vraiment ?).

Nous savons tous que le contexte n'est pas facile sur le plan économique et que, de plus, nous vivons dans une société qui n'a pas une forte tradition de fréquentation du théâtre. Aussi faut-il continuellement défendre la valeur de la pensée et de la réflexion, le plaisir d'un contact assidu avec les textes dramatiques et l'art en général, et ce d'abord à l'école, mais aussi et surtout ensuite, tout le temps, jusqu'à ce que le rapport à la culture soit considéré comme *naturel* par tous.

Nous n'avons pas fini de parler de la place de la culture dans notre communauté. Il ne s'agit pas de jeter l'anathème sur la « société de consommation anti-intellectuelle », mais tout de même de reconnaître qu'il est nécessaire de se demander pourquoi trop peu de gens vont au théâtre. Voici, pêle-mêle, quelques réponses possibles qui devraient, au moins certaines d'entre elles, nous mettre sur des pistes de solutions : fatigués, alors qu'ils travaillent fort, selon toutes sortes d'horaires fous, les gens préfèrent le *cocooning* (on ne peut pas les gagner tous !), manquent de temps (offrons plus de matinées, des spectacles à longueur d'année, allongeons le temps de vie d'un spectacle), d'argent (ayons de réelles politiques de remise pour les étudiants, les chômeurs, les aînés, baissions le prix des billets), de curiosité... alors là, il faut un travail à plus long terme !

Pourtant, plusieurs de ces arguments ne tiennent plus devant un grand succès comme en ont connu certaines comédies musicales. Alors, me direz-vous, nous sommes devant de « grosses machines » : publicité monstre, vedettes de la chanson, moyens extraordinaires, etc. Oui, bien sûr, on pourrait aussi arguer que les familles qui disposent d'un budget restreint pour ce genre de sortie attendent l'événement et négligent les théâtres qui leur proposent des spectacles sur une base régulière. Mais tout de même, ne pouvons-nous pas conclure que, lorsque cela lui tient à cœur, le spectateur trouve le chemin du théâtre ? Ne faut-il pas, toujours, soulever l'élan du public, créer l'« événement » ?

Le public ne se rendrait pas au théâtre parce qu'il ignore trop du théâtre en soi, ou de l'auteur, de son époque, des enjeux. Est-ce la faute de l'école, qui ne fait pas encore au théâtre, selon plusieurs, la place qui lui revient ? Aux médias, radio, télé, presse écrite, qui n'accordent pas assez d'importance à la chose culturelle ? Comment aider le théâtre à combattre sa réputation d'art bourgeois, pire, ancien et dépassé ?

Notre théâtre serait-il, comme le prétendent certains, « déconnecté de sa société » ? Voilà un sujet passionnant ! Comment en juger ? Le public, un certain public, trouverait

le théâtre trop sérieux, trop éloigné de la réalité quotidienne ? Il ne se rendrait pas au théâtre parce que nous serions, comme le soutient le philosophe Charles Taylor, « à l'ère de la reconnaissance », c'est-à-dire que le consommateur culturel chercherait d'abord et avant tout ce qu'il reconnaît ou encore ce en quoi il se reconnaît...

Alors il faut redonner à l'être humain le goût du risque et du dépassement ! Car il ne s'agit pas de soumettre les projets artistiques aux seules exigences du public. Même si nous aurions avantage à ne pas tomber dans le jugement rapide sur ce que nous pensons que veut ce public. Certes, les directions artistiques doivent s'interroger longuement sur les raisons de programmer tel ou tel spectacle avant d'en confier la mise en scène à quelqu'un. Mais même dans ce domaine, n'aurions-nous pas intérêt à diminuer le nombre de productions, question de permettre aux artisans des spectacles de travailler à fond, sur le plan dramaturgique, la vision qu'ils veulent transmettre d'un texte et ainsi peut-être rendre plus clair, et même plus complexe, le sens qu'il prend dans le contexte actuel ? La qualité des spectacles ne pourrait-elle pas se ressentir d'un travail préparatoire plus long ?

### Faute de conclusion

Que voulons-nous ? Un théâtre vivant : c'est-à-dire ancré dans son époque, qui parle de cette époque et à cette époque ; un théâtre qui n'oublie pas le passé, s'y nourrit tout en l'interrogeant. Un théâtre qui attire les spectateurs parce qu'il est incontournable. Un théâtre riche qui fait place à la tradition et à la relève, mais tout cela dans un contexte dont il ne faut pas être dupes et penser que nous pouvons le développer tous azimuts sans stratégie.

À qui Raymond Cloutier adressait-il ses questions ? Qui peut y répondre ? Quand le fera-t-on ? Quels sont les lieux de décision interpellés : les directions artistiques, les conseils d'administration des théâtres, les organismes subventionneurs ? Comment faire pour permettre aux comédiens et aux metteurs en scène de vivre décemment de leur métier ? Comment mieux rentabiliser les salles et les équipements ? Comment amener plus de monde au théâtre ? Permettez-moi une dernière question pour terminer cet éditorial qui en comporte déjà trop : si nous organisions une Entrée libre sur ces questions, viendriez-vous en discuter et, surtout, suggérer vos réponses ? Nous offrons un lieu de débat, profitons-en.

**LOUISE VIGEANT**