

Introduction

Marie-Andrée Brault

Number 105 (4), 2002

Directions artistiques

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/26271ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Cahiers de théâtre Jeu inc.

ISSN

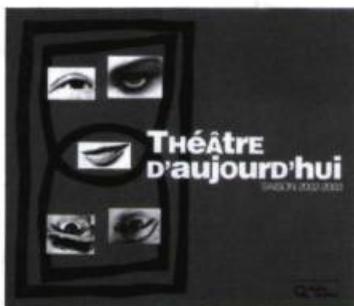
0382-0335 (print)

1923-2578 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Brault, M.-A. (2002). Introduction. *Jeu*, (105), 64–65.



Introduction

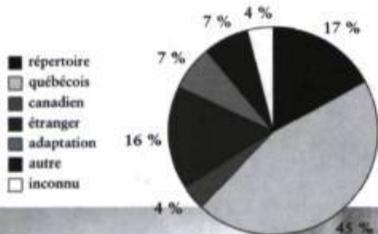
Le théâtre est un lieu de rencontre. La parole d'un auteur, la vision du monde d'un metteur en scène, pour qu'elles soient pleinement accomplies, doivent se frayer un chemin vers le public qui saura les entendre ou les recevoir. Les directeurs artistiques des théâtres sont, d'une certaine façon, ceux qui organisent ces rendez-vous, qui mettent la table et décident de ce qui sera au menu des spectateurs pour les années à venir. Leur travail modèle chacune de nos saisons théâtrales.

Pour l'équipe de *Jeu*, le début ou la fin d'une saison est toujours l'occasion de s'interroger sur les fruits de ce travail. Quelles ont été les trouvailles ? les surprises ? les déceptions ? Quels seront les spectacles à ne manquer sous aucun prétexte ? Ce texte, cet auteur, sont-ils encore pertinents ? C'est au cœur de questionnements de cet ordre qu'est née l'idée de ce dossier sur les directions artistiques. Le temps était venu de nous pencher sur les

grandes tendances qui se dessinent, année après année, pour former un portrait de leur travail. Le texte de Pierre L'Hérault, qui passe en revue les textes et les metteurs en scène de la saison en cours, et celui des sociologues Jean-François Côté et Jean-François Morissette, qui étudie les grandes tendances des programmations depuis 1980, collent de près à l'activité première du directeur artistique : celle de choisir quelles œuvres présentera *son théâtre à son public*.

L'utilisation courante de ces possessifs montre à quel point l'identification d'un théâtre à la figure de son directeur artistique est inévitable ; c'est à lui que l'on a confié la responsabilité de déterminer ce qui méritait d'y être vu et entendu. C'est lui qui façonnera l'image artistique que l'on se fera du théâtre et, dans une certaine mesure, il incarnera cette image.

Nos discussions et nos réflexions autour de ce dossier nous ont constamment ramené à cette idée d'image projetée par une



direction artistique et un théâtre. Concevoir une programmation, ce n'est pas suffisant. Il faut, pour que la rencontre entre les œuvres et le public soit possible, que ces choix se fassent connaître de la façon la plus attrayante possible. Apparaissent donc toutes sortes d'intermédiaires entre la direction artistique et les spectateurs. La publicité, dont le moteur est l'image, qui carbure à l'image et qui laisse se répandre une traînée d'images, agit incontestablement sur l'impression générale que donne un théâtre. Une fois conquis, le spectateur d'un soir ou l'abonné peut aussi compter sur le mot du directeur artistique pour se laisser imprégner de l'image que le théâtre cherche à projeter. C'est ce que montre Sylvain Schryburt dans son texte sur les programmes.

Pour qui aime le théâtre et cherche à le faire découvrir au plus grand nombre de personnes possible, tous les moyens peuvent sembler légitimes. Et c'était aussi là une des questions au centre de notre réflexion. Ces moyens prennent-ils le pas sur les considérations esthétiques ou de contenu ? Les choix des directions

artistiques sont-ils de plus en plus tributaires de la volonté de « faire un succès » ? Évite-t-on de prendre des risques artistiques pour ne pas prendre de risques financiers ? Le directeur artistique n'est pas le seul maître à bord dans son théâtre. Il œuvre au sein d'une équipe qui doit aussi voir à la saine gestion et à la longévité de la compagnie, comme l'explique Michel Vaïs dans son article sur le fonctionnement des théâtres, qui ouvre ce dossier. Ces préoccupations, communes à la plupart des théâtres, entraînent-elles une certaine uniformisation des programmations ? des productions ? des façons de faire ?

Ce dossier n'a ni la prétention de répondre à toutes ces questions, ni la volonté de régler des comptes. Il cherche avant tout à dresser un portrait de l'activité des théâtres et des moyens mis en œuvre pour que le projet d'un directeur artistique touche son public.

MARIE-ANDRÉE BRAULT