



Groupe de travail n°3.2 – Formes de l'action culturelle

DOSSIER DE SYNTHÈSE PRÉPARATOIRE

Réunion du 10 février 2026 – 14h30 à 16h30

1/ Participants au groupe de travail, par ordre alphabétique :

- **Marion Carrot, Bpi (Paris)**, chargée de coopération Les yeux doc.
- **Guillaume Coulaud, médiathèque municipale de Sceaux**, bibliothécaire section musique, numérique, cinéma.
- **Laurence De Angelis, bibliothèques de Reims (BMC)**, vidéothécaire et coordinatrice de l'action culturelle.
- **Alban Ferreira, BnF (Paris)**, chargé de collection vidéo.
- **Alice Guilbaud, CNC (Paris)**, chargée de développement des publics.
- **Corinne Japin, médiathèque Croix-Rouge (Reims)**, vidéothécaire et coordinatrice de l'action culturelle.
- **Sandra Lardet, bibliothèque municipale Dugesclin (Lyon)**, référente BD et cinéma adulte-ados.
- **Juliette Laroche, Totems-médiathèque de Pacé**, adjointe du patrimoine secteur musique et cinéma.
- **Christophe Legendre, bibliothèque départementale d'Indre et Loire**, acquéreur et animateur de réseau, responsable du prêt d'instruments de musique.
- **Anne Legoff, bibliothèque départementale d'Indre et Loire**, cheffe du service « Publics et nouvelles technologies ».
- **Anne-Sophie Pascal, bibliothèque départementale d'Indre et Loire**, directrice déléguée du livre et de la lecture publique.
- **Éric Mallet, Palais de la médiathèque (Puteaux)**, responsable section cinéma.
- **Alexandra Marchal, médiathèque de Saint-Malo**, bibliothécaire référente cinéma.

- **Wilfried Muller, La Contemporaine (Nanterre)**, adjoint au responsable du département des archives écrites et orales de la Contemporaine, en charge des archives audiovisuelles.
- **Frédérique Oraison, médiathèque – Tiers lieu d’Orléans**, responsable de la médiathèque.
- **Charlotte van der Werf, bibliothèques municipales de Villeurbanne**, responsable de l’action culturelle et de la communication.
- **Marie Villequey, bibliothèques de Reims (BMC)**, vidéothécaire et coordinatrice de l’action culturelle.
- **Fabrice Zagavlia, médiathèque James Baldwin (Paris)**, responsable du secteur cinéma.

2/ Note bibliographique :

Afin de préparer la première séance du groupe de travail, vous êtes invités à prendre connaissance des quelques éléments bibliographiques suivants (une trentaine de pages au total) dont vous trouverez les références et les liens ci-dessous, et le pdf dans la deuxième partie du dossier.

- Bpi, guide pratique, [Education aux médias et à l’information](#), p. 7-9.
- DANIELOU Claire, [Les interactions entre bibliothèques publiques et salles de cinéma](#), mémoire de L’ENSSIB soutenu sous la direction d’Arnaud TRAVADE, p. 38-50.
- DERIAN Lucie, « [III. Action culturelle : comment une bibliothèque inscrit le cinéma dans une démarche de développement culturel ?](#) », *La promotion du cinéma en bibliothèques publiques : collections audiovisuelles et actions culturelles réexaminées*, mémoire de Master 1 de l’université d’Angers soutenu sous la direction de Florence ALIBERT, p. 44-52 + p. 84-90.
- LABOURDETTE Benoît, [Défendre la culture autrement : méthodes pour demain](#), p.30-35 + p. 42-46.

3/ Problématiques identifiées par les membres du groupe de travail :

Volontairement, toutes les propositions ont été conservées telles quelles, même lorsqu’elles sont redondantes, pour permettre de dessiner l’équilibre des préoccupations du groupe à ce stade.

Quel rôle les établissements de lecture publique doivent-ils jouer dans la transmission de la connaissance du patrimoine cinématographique et dans la diffusion d’œuvres plus confidentielles issues de différents continents ?

Quelles formes peut prendre l’action culturelle autour des collections vidéo aujourd’hui en médiathèque, avec qui et pour qui ?

Comment inventer de nouvelles formes d’action culturelle adaptées à l’évolution de l’audiovisuel dans les collections, tout en tenant compte des mutations des pratiques culturelles et des droits culturels ?

Comment proposer des actions culturelles suffisamment diversifiées pour s’adapter à la diversité des territoires, des équipements, des ressources et des moyens des bibliothèques ?

Comment mutualiser au mieux les compétences et ressources de chacun et chacune afin de diversifier les pratiques ?

Comment développer une action cohérente qui favorise les partenariats et mobilise le public ?

Comment s'inscrire dans un écosystème à différentes échelles au niveau local, régional ou national ?

Comment à moyens constants débloquer les multiples freins (manque de moyens, manque de légitimité, manque de partenaires) que rencontrent les bibliothèques qui souhaitent mettre en œuvre de l'action culturelle audiovisuelle ?

Comment, au-delà de la valorisation des collections, l'action culturelle peut-elle et doit-elle être un vecteur de lien social, en permettant au public de les appréhender plus concrètement, de les questionner et, ainsi, de se les approprier ?

Comment conquérir de nouveaux publics ? Comment emmener le public vers la nouveauté ? sous quelles formes le cinéma permet-il de réfléchir aux problématiques sociétales ? Comment faire bien sans moyens, quels bénéfices à travailler en réseau et à s'inscrire dans l'écosystème local ? Comment se former à la médiation en cinéma en tant que bibliothécaire, en particulier à l'éducation aux images, et à partir de quand déléguer ces compétences à des interlocuteurices externes ?

4/ Proposition d'objectifs et/ou de livrables à discuter pour le groupe de travail :

- Élaborer un rapport de synthèse d'une bonne articulation des différentes formes de l'action culturelle en médiathèque.
- Proposer une série d'actions concrètes qui dépassent ou complètent la relation aux collections, physiques ou numériques.
- Donner du sens, identifier les enjeux et évolutions souhaitables pour l'AC liée à l'audiovisuel en médiathèque, les freins à ces évolutions, et créer un répertoire d'actions/bonnes idées/méthodes qui permettent d'avancer dans le sens collectivement défini comme souhaitable.
- Construire des collaborations avec des organismes tels que la Cinémathèque, l'INA (le patrimoine TV mérite aussi d'être exploité), créer un réseau national avec les diverses collectivités....
- Créer un référentiel national des interlocuteur-ices et des ressources dédiées à la médiation cinéma et audiovisuelle, afin de renforcer la visibilité des acteur-ices existant-es, faciliter la formation à l'action culturelle et encourager le développement d'initiatives en bibliothèque, dans la continuité de dispositifs tels que Passeurs d'images.
- Inclure davantage les usagers, dans une démarche participative.
- Installer les bibliothèques comme des partenaires légitimes et incontournables sur ces actions (objectif d'advocacy). Le livrable pourrait être des exemples d'arguments concrets à faire valoir aux élu.e.s et hiérarchies.

- Trouver un moyen de diversifier les propositions d'animations audiovisuelles, au-delà du Mois du film documentaire et des projections.
- Lister et de détailler un ensemble de propositions concrètes, élaborées de manière collaborative, permettant à chaque institution de renforcer ses actions tout en tenant compte de la spécificité de ses collections et des territoires dans lesquels elles sont ancrées.
- Produire un recueil des expériences les plus réussies et les plus originales en matière d'action culturelle, afin que chacun puisse s'en inspirer.

Les enjeux de l'EMI

L'éducation aux médias et à l'information est une combinaison de connaissances, d'attitudes, de compétences et de pratiques nécessaires pour accéder aux informations et aux connaissances, les analyser, les évaluer, les utiliser, les produire et les communiquer de manière créative, légale et éthique respectant les droits humains.

IFLA, Unesco, déclaration de Moscou sur la maîtrise de l'information et des médias, 2012

Dans un contexte de surabondance informationnelle où chacun doit être en capacité d'exercer son esprit critique, l'éducation aux médias et à l'information (EMI) est devenue un véritable enjeu national. Elle vise à permettre à chacun de s'informer et d'exercer son esprit critique :

- comprendre et utiliser les médias, traditionnels ou non
- repérer des infox
- produire et diffuser des contenus de façon responsable

Il s'agit d'un enjeu important pour l'exercice de la citoyenneté, dans un contexte où chacun peut être tour à tour consommateur, relais et producteur d'information. L'EMI peut prendre des formes très diverses, de la conférence au débat en passant par l'atelier ou la résidence de journaliste, pour permettre l'acquisition de connaissances et de compétences à tout âge.



Atouts et opportunités pour les bibliothèques de lecture publique

Les bibliothèques, de par leur mission d'éducation tout au long de la vie, sont pleinement légitimes sur le sujet de l'EMI. Elles ont de nombreux atouts :

- l'accès au savoir et à une information pluraliste grâce à leurs collections et à Internet
- leur positionnement en tant qu'espace neutre et ouvert à tous
- la posture du bibliothécaire auquel les publics font confiance
- l'expérience acquise dans l'accueil des groupes, et particulièrement des jeunes publics
- les liens développés à l'échelle territoriale avec d'autres institutions ou des associations, qui en font un lieu d'échanges et de convergences

L'EMI peut permettre aux bibliothèques d'être clairement identifiées, notamment par les jeunes publics, comme un recours, un espace d'accompagnement dans le monde de l'information en prise directe avec leurs pratiques. Enfin, l'EMI permet de développer ou renforcer ses liens avec d'autres acteurs (établissements scolaires, journalistes, associations...) et donc de mettre en oeuvre des échanges de compétences.

L'EMI doit donc être une nouvelle mission socle des bibliothèques de lecture publique, plaçant davantage les bibliothécaires du côté de l'accompagnement que de la prescription.



Des partenaires possibles nombreux

- le CLEMI (Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information). Service de Réseau Canopé, opérateur public sous tutelle du ministère de l'Éducation nationale en charge de l'éducation aux médias dans l'ensemble du système éducatif. Il produit des ressources pédagogiques et anime des actions éducatives et pédagogiques dont la Semaine de la presse et des médias dans l'école
- l'association Savoir*Devenir propose de nombreuses ressources et publications mais également des formations pour les professionnels
- la Ligue de l'enseignement coordonne le projet D-clics Numériques, dispositif de formation d'animateurs et citoyens médiateurs
- d'autres associations d'éducation populaire comme les Ceméa, les Francas, la fédération Léo Lagrange, la Confédération des MJC de France (CMJCF)
- des associations de journalistes (par exemple: Entre les lignes, Mediaeducation.fr, la ZEP, Fake off). Une journée consacrée à l'EMI marque désormais chaque année l'ouverture des Assises Internationales du Journalisme
- des associations et réseaux spécialisés dans le dessin de presse ou dans l'analyse de l'image (Cartooning for peace, La fabrique du regard du BAL par exemple)

Reportez-vous à la sous-rubrique « Partenaires EMI » de la rubrique EMI du site pro de la Bpi.



L'accompagnement du ministère de la Culture

Depuis 2018, le ministère de la Culture porte un plan ambitieux pour l'éducation aux médias et à l'information, articulé autour de trois volets principaux :

- le renforcement du soutien aux acteurs de l'EMI (associations de professionnels de l'information, associations d'éducation populaire et acteurs éducatifs)
- le développement de l'EMI en bibliothèque
- la mobilisation des acteurs de l'audiovisuel public

Au regard de la diversification des missions des bibliothèques, mise au cœur du Plan Bibliothèques, les bibliothèques ont été identifiées comme des actrices de premier plan pour lutter contre la désinformation et contribuer à l'éducation aux médias.

Pour accompagner les bibliothèques dans ces actions, les différents services du ministère de la Culture ont développé de nouveaux dispositifs ou adapté des dispositifs existants aux spécificités de l'EMI.

Adaptation des dispositifs du ministère pour favoriser le développement de l'EMI en bibliothèque

Résidences de journalistes

Le dispositif des résidences de journalistes est piloté par les DRAC et repose sur un principe de co-financement de projets par l'Etat et des collectivités territoriales. Il permet à des structures variées (bibliothèques, centres culturels, services éducatifs) d'accueillir des journalistes sur une période donnée (de quelques semaines à plusieurs mois) pour monter des programmes d'EMI, tant autour de projets éditoriaux que d'interventions auprès des publics. Plus de 150 résidences ont été soutenues depuis 2016.

Contrats territoire-lecture (CTL)

Les CTL permettent d'initier des partenariats entre les collectivités territoriales et l'État autour de projets de développement de la lecture. Dispositif très souple, il permet de s'adapter à des contextes territoriaux divers et de mettre en œuvre des projets pluriannuels de nature variée, sur le principe d'un cofinancement DRAC-collectivité. L'EMI peut faire partie des axes définis dans un CTL.

Bibliothèques numériques de référence (BNR)

Le programme BNR permet à l'Etat d'accompagner des projets numériques ambitieux et structurants, portés par des bibliothèques territoriales. Reposant sur une stratégie numérique pluriannuelle, ces projets permettent aux bibliothèques d'investir de nombreuses problématiques: accessibilité et inclusion numérique, développement d'infrastructures et services numériques, valorisation du patrimoine, formation des professionnels, EMI...

C. LES PARTENARIATS, UN MOYEN DE L'ACTION CULTURELLE

Les partenariats avec les salles de cinéma n'apparaissant pas des plus fréquents ni des plus aisés, il nous a paru intéressant d'interroger, en contrepoint, leur place relativement à l'ensemble des autres partenariats culturels des bibliothèques. Cela permet de mettre en avant plusieurs points : la pluralité des partenariats établis d'abord, dans le champ social comme dans le domaine culturel ainsi que la pluralité des types de structures. Des similitudes apparaissent aussi avec les éléments que nous avons déjà avancés sur certaines difficultés. Nous souhaitons également faire le parallèle entre cinémas et librairies, elles aussi un partenaire commercial de proximité, assumant une mission d'intérêt général culturel.

1. *La Belle équipe*¹²¹ : les nombreux partenaires des bibliothèques

D'après notre questionnaire, seul un établissement ne liait pas de partenariat avec d'autres structures culturelles : Le Singuliers de Belleville-en-Beaujolais, cas particulier d'équipement mutualisant une bibliothèque, un cinéma et un café/restaurant. Toutes les autres structures contactées, qu'elles aient ou non une relation partenariale avec un cinéma, mettent en avant leurs relations avec d'autres établissements culturels de leur territoire, et en général avec plus d'un d'entre eux¹²². Cet échantillon semble, dans une certaine mesure, représentatif du contexte général : en 2010, 51 % de l'ensemble des bibliothèques avaient des partenariats et des coopérations avec des équipements culturels, et 71 % des bibliothèques de niveau 1, ce qui correspond à notre corpus¹²³. Le SLL notait de plus pour l'année 2015 que la proportion des bibliothèques œuvrant à des partenariats était « fortement liée à la taille de la collectivité puisque plus de 80 % des bibliothèques desservant plus de 20 000 habitants ont des partenariats avec des structures culturelles »¹²⁴.

Outre la concordance avec d'autres acteurs territoriaux, c'est aussi en raison de la diversité de ses collections que la bibliothèque semble être un partenaire naturel pour de nombreux types d'établissements ou de structures, d'après Dominique Arot¹²⁵. Les relations partenariales sont également motivées par une volonté d'ouverture, d'un point de vue culturel et social, d'où des collaborations diverses avec les écoles, collèges et lycées, centres sociaux et service de l'emploi, hôpitaux, etc. Dans le cadre de l'action culturelle, les partenariats semblent être un mode de travail particulièrement pertinent dans la mesure où ce désir d'ouverture répond à la mission de démocratisation culturelle de la bibliothèque d'une part, et permet d'autre part la mise en communs de savoir-faire et d'expertises propres à des thématiques particulières. Cela permet également de se mettre en réseau, un élément

¹²¹ Julien Duvivier, 1936.

¹²² Seule exception à cette situation de poly-partenariats : Levallois-Perret, dont le seul partenariat culturel est le lien avec une troupe de spectacle vivant en 2017 (source : Observatoire de la lecture publique), qui n'était peut-être plus effectif en 2018 au moment de la réponse au questionnaire.

¹²³ Ministère de la culture et de la communication, DGMIC, SLL, *Bibliothèques municipales, données d'activité 2010, synthèse nationale*, p. 38.

¹²⁴ *Id.*, *Bibliothèques municipales, données d'activité 2015, synthèse nationale*, p. 44.

¹²⁵ Dominique Arot, *Les partenariats des bibliothèques*, Paris, Villeurbanne, Association pour la diffusion de la pensée française/Presses de l'Enssib, 2002, p. 19.

très important de l'activité de programmation¹²⁶, ce qui participe de la mise en valeur de l'établissement dans l'offre culturelle locale :

La programmation culturelle d'une bibliothèque s'élabore de plus en plus dans un cadre de partenariat, preuve de l'évolution de la notion d'animation qui dépasse aujourd'hui le seul cadre de l'établissement, preuve également de la place et de la reconnaissance de la bibliothèque dans la collectivité qu'elle dessert¹²⁷.

Au-delà des facteurs humains qui peuvent influencer cette programmation (appétences et goûts personnels, engagements associatifs individuels, bonnes relations avec d'autres institutions, etc.), cela pose souvent des questions de définition du rôle, des modalités, des objectifs de ces partenariats en fonction de l'identité de la bibliothèque :

Ces partenariats prennent tout leur sens s'ils s'appuient sur un projet global et des objectifs raisonnés. Ce sera, une fois encore, la seule manière d'échapper à un activisme uniquement guidé par le hasard des circonstances médiatiques. Il est en effet nécessaire de relier ces activités avec le projet culturel et documentaire de l'ensemble de la bibliothèque¹²⁸.

Les bibliothèques de notre corpus déclarant un partenariat avec un cinéma témoignaient ainsi d'un intérêt spécifique sur le sujet y compris dans leur politique documentaire, ce qui les engageait particulièrement à s'intéresser à des partenariats

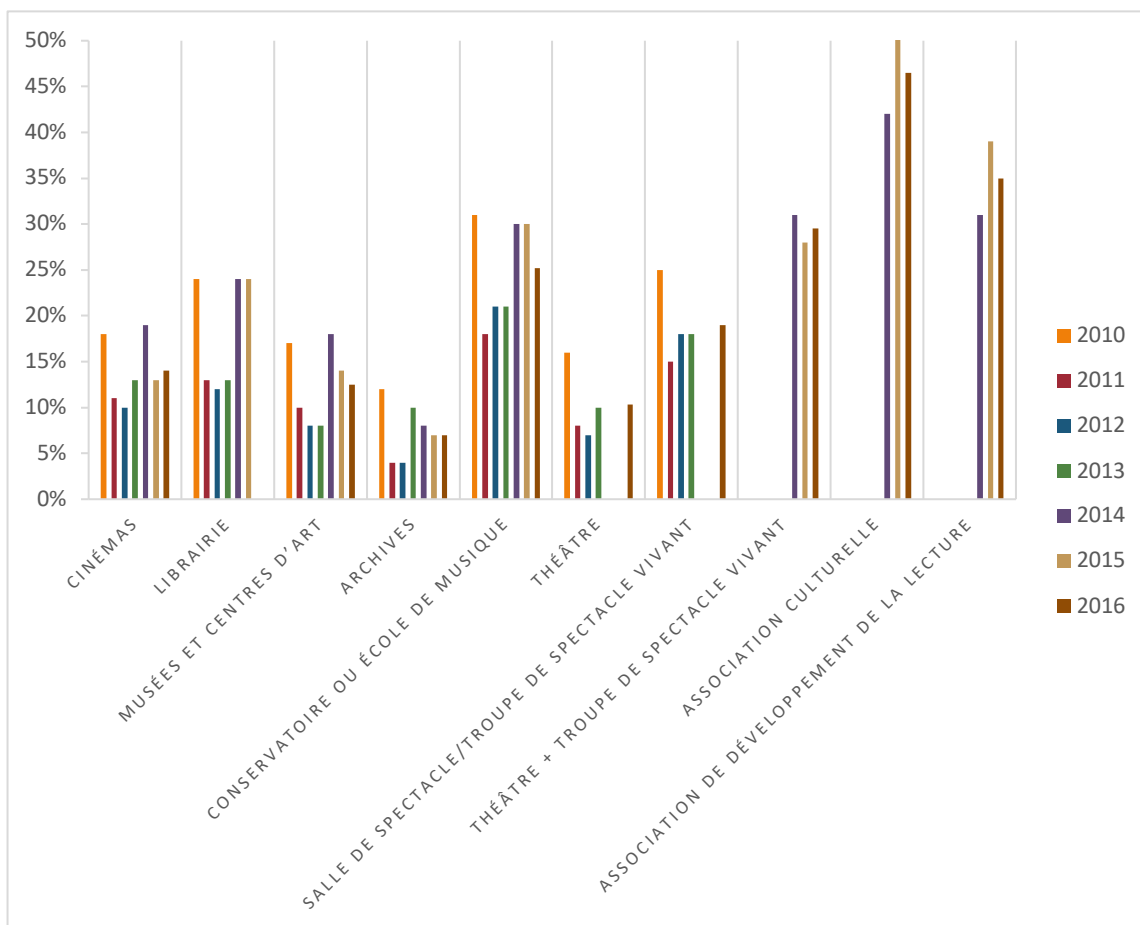


Figure 7 : Partenariats culturels des bibliothèques (2010-2016)

¹²⁶ Catherine Dutheil, François Ribac et Pierre Delcambre, *La fabrique de la programmation culturelle*, Paris, La Dispute, 2017, p. 130.

¹²⁷ Béatrice Coignet et al., *Mémento du bibliothécaire : guide pratique*, Paris, ABF, 2017, 228 p.

¹²⁸ D. Arot, *Les partenariats des bibliothèques*, op. cit., p. 24.

avec des salles ou avec des festivals. S'intéresser aux statistiques sur les partenariats permet de mettre en perspective les partenariats avec les cinémas ce qu'illustre la figure 7 ci-dessus.

Bien que les cinémas se situent plutôt dans la moyenne, on voit que d'autres structures, tels les conservatoires et écoles de musiques, collaborent nettement plus fréquemment avec les bibliothèques : cette collusion est possiblement plus aisée du fait que les deux institutions relèvent des services municipaux. De même, si musées et archives apparaissent moins régulièrement comme partenaires, il faut prendre en considération un effet de seuil. Ces services culturels sont nettement moins fréquents dans les petites villes (inférieures à 10 000 habitants) et moins développés (en moyens et en ressources humaines) dans les villes moyennes, à l'inverse des grandes de plus 100 000 habitants, où ces partenariats sont très usuels¹²⁹.

En fin de compte, et depuis 2014 où ces paramètres sont pris en compte dans l'enquête annuelle sur les données d'activité des bibliothèques municipales, ce sont les associations qui apparaissent comme les partenaires les plus naturels et les plus réguliers des bibliothèques : qu'il s'agisse des associations culturelles (catégorie malheureusement trop vague) ou des associations de développement de la lecture. Les partenaires des secteurs marchand et institutionnel semblent en comparaison moins évidents à solliciter pour les bibliothèques, tandis que les associations peuvent avoir besoin des bibliothèques pour donner un cadre à leur action. Nous avons aussi constaté lors d'entretiens que des bibliothèques qui n'avaient pas de relations avec des cinémas pouvaient en avoir de très nourries avec des associations, et c'est encore plus souvent le cas en ce qui concerne la collaboration avec des festivals, qui sont en général des structures associatives. Les associations présentent plusieurs avantages en tant que partenaires. Elles allient à une bonne implantation dans le tissu local une certaine adaptabilité ou souplesse, qui se conforme plus aisément aux partenariats. Si elles peuvent avoir des contraintes techniques et administratives importantes selon la taille de leur structure, la nature de leurs acteurs (bénévoles ou salariés) ou encore la gestion d'une régie, ces contraintes diffèrent de celles des impératifs des salles de cinéma qui doivent gérer en particulier les remontées de recettes auprès du CNC. Leur objectif, tourné vers l'intérêt général et le partage culturel, les rapproche des missions de service public des bibliothèques et facilite l'entente sur des projets à visée non commerciale. Toutefois, la question de la différence entre la prestation et le partenariat se pose aussi dans ce type de relation.

Prenons l'exemple de la bibliothèque de Rennes Métropole - Les Champs Libres, qui n'a pas lié de partenariats avec les salles de la ville de Rennes, ni avec le Gaumont voisin qui domine l'esplanade Charles-de-Gaulle, ni avec les deux cinémas d'Art et Essai¹³⁰. Dans le domaine du cinéma, elle a pourtant des liens avec de multiples autres acteurs. Premièrement, elle dispose d'un partenariat avec l'association Clair-Obscur, spécialisée dans l'éducation à l'image, qui organise à la bibliothèque des rendez-vous jeunes publics d'analyse critique et d'atelier de fabrication, qui permet de pallier « un certain manque d'animation sur le cinéma sur les différents pôles de la bibliothèque », d'après Mathilde Coulon¹³¹. On est, dans ce cas précis, assez proche d'un service proposé par l'association à la bibliothèque. En revanche, la bibliothèque participe aussi à plusieurs festivals nationaux (Mois du film documentaire, Festival du court métrage) et un festival local, le festival

¹²⁹ Ministère de la culture et de la communication, DGMIC, SLL, *Bibliothèques municipales, données d'activité 2015*, op. cit. p. 44.

¹³⁰ Dont un cinéma « institutionnel », le Ciné TNB, installé dans le Théâtre national de Bretagne.

¹³¹ Entretien avec Mathilde Coulon, bibliothèque de Rennes Métropole – Les Champs Libres.

Travelling¹³², organisé par la même association Clair-Obscur. L'intérêt de ces partenariats est de « toucher les non-publics » de la bibliothèque, en proposant des rencontres et des conférences. Dans le cas du festival Travelling, il s'agit « d'offrir le pendant littéraire de la thématique annuelle » retenue par les organisateurs. Mais incidemment, ce cadre festivalier permet aussi à la bibliothèque de collaborer avec le Musée de Bretagne, qui partage le même bâtiment, ce qui nous permet d'illustrer la dimension multilatérale des partenariats des bibliothèques. Les salles de cinéma, qui sont des rouages essentiels de ces festivals, restent cependant à l'écart de la sphère partenarial direct de la bibliothèque. Indépendamment des problématiques juridiques que nous avons déjà évoquées, se pose la question de la légitimité pour le service public qu'est la bibliothèque de collaborer avec des établissements qui font commerce de la culture, assumant d'une autre façon un service culturel de proximité.

2. *Stand by me*¹³³ : les librairies, un partenaire du secteur commercial plus évident ?

(...) c'est tout le sens et l'étendue des missions respectives des librairies et des bibliothèques qui est en question, et leur place dans la société ainsi que l'offre de livres. La relation des bibliothèques et des librairies est donc éminemment politique : la défense d'une certaine conception du service public et la mission de favoriser l'accès à la culture rapprochent les librairies et les bibliothèques, au-delà de l'opposition entre marchand et non marchand, et de l'opposition entre privé et public, dans la lutte contre la menace d'une privatisation du savoir et de la culture (...)¹³⁴.

Contrairement aux salles de cinéma, les librairies sont un fournisseur, de documents et de services, pour les bibliothèques. Cependant, la réflexion d'Amandine Bellet sur l'évolution de cette relation vers le partenariat nous a semblé pouvoir également correspondre aux motivations qui peuvent animer les relations entre bibliothèques et salles de cinéma indépendantes ou municipales, elles aussi orientées vers la défense de l'offre culturelle. En cela, tous deux apparaissent comme des « médiateurs-marchands »¹³⁵, à la fois passeurs culturels et commerçants. De plus, comparer les liens entre bibliothèques et librairies nous a paru pertinent afin d'interroger la manière dont un partenariat culturel peut exister entre des structures s'appuyant sur une même spécialisation et un même tissu local, au-delà de la tension entre l'exercice d'une mission de service public et sa réalité commerciale ou non commerciale.

Les librairies sont en effet le seul autre acteur du secteur culturel marchand à collaborer avec les bibliothèques mis en avant dans les enquêtes de l'Observatoire de la lecture publique. En moyenne, au cours des années 2010-2016, 18 % des bibliothèques déclaraient un partenariat avec une librairie¹³⁶. De plus, tout comme la question d'une concurrence entre bibliothèques et librairies s'est posée lors des débats sur le droit de prêt, elle peut se poser entre bibliothèques et salles de cinéma,

¹³² Les projections organisées par ce festival ont lieu dans les différents cinémas de Rennes et de la métropole.

¹³³ Rob Reiner, 1986.

¹³⁴ Amandine Bellet, *Librairies et bibliothèques : de la prestation au partenariat*, Mémoire d'études pour le diplôme de conservateur des bibliothèques, Enssib, Villeurbanne, 2010, p. 63.

¹³⁵ Diana Cooper-Richet, « Le libraire, un "médiateur-marchand" ? » dans Diana Cooper-Richet, Jean-Yves Mollier et Ahmed Silem (dir.), *Passeurs culturels dans le monde des médias et de l'édition en Europe, XIX^e et XX^e siècles*, Villeurbanne, France, Presses de l'Enssib, 2005, p. 55-67.

¹³⁶ Voir annexe 6.

relativement à des projections ou au prêt de DVD de fiction qui repassent en exploitation.

Quelques points peuvent nous permettre de distinguer premièrement les différences entre ces deux partenaires possibles et deuxièmement la manière dont s'articule leur relation avec les bibliothèques. Les modes de fonctionnement de ces structures sont évidemment très différents. La constitution des fonds, en librairie, s'appuie sur les facteurs de nouveauté et de succès, qui sont des indicateurs de vente importants, sans négliger les librairies indépendantes qui réalisent un travail important sur la constitution de leur fonds. De même, l'exploitation cinématographique repose sur la projection des sorties ou ressorties récentes, à l'exception des salles consacrées au cinéma de patrimoine. Les bibliothèques, à l'inverse, constituent *a priori* des fonds généraux où les nouveautés et les succès – de librairie comme de *box office* – ne forment qu'une partie de la collection. La question de la spécialisation est aussi abordée différemment. Alors qu'une librairie ou une salle de cinéma peuvent tirer parti d'une spécialisation de leur offre (en travaillant sur une spécialisation du fonds en librairie, ou en salle par l'obtention d'un label Art et Essai ou une focalisation sur le cinéma de patrimoine), qui favorise la diversité culturelle locale, les bibliothèques développent des fonds spécialisés en complément d'une offre généraliste, en fonction de leur taille et des publics desservis.

La subjectivité est au cœur de la profession du libraire, qui sélectionne des ouvrages, les met en valeur et assume un positionnement, parfois militant, sur ses choix de vente. C'est moins le cas des exploitants de salle : le cas des programmeurs est peu connu, mais les salles sont davantage tenues par les conditions de distribution des films ou, dans le cas des circuits (qu'il s'agisse de multiplexes comme des réseaux indépendants comme Utopia), par les engagements de leur réseau. Toutefois, les salles indépendantes gardent la possibilité d'adapter leur offre de films à leur public et font un travail de veille important sur la programmation. En bibliothèque publique, on ne recherche pas cette personnalisation de l'offre car la collection repose sur une certaine idée d'équilibre, d'encyclopédisme et de représentativité de la production littéraire et culturelle. On peut néanmoins nuancer cette moindre subjectivité des bibliothèques publiques par la dimension prescriptive qu'elles continuent d'assumer. Par exemple, le nombre de DVD empruntables reste souvent inférieur à celui des livres dans les abonnements ; le nombre de prêts simultanés autorisés de DVD de fiction et de documentaire peut dans certains cas être différencié. Si cela relève pour partie d'une démarche visant à assurer une bonne rotation des documents entre les lecteurs, du fait de la tension importante sur le prêt de DVD de fiction, il s'en détache néanmoins une hiérarchisation entre les différentes typologies de documents, qui favorise le papier au détriment d'autres médias.

Malgré ces différences de sélection de documents ou de programmation, on ne peut nier que les objectifs et les publics de ces établissements restent similaires. Le cumul de pratiques culturelles par les publics reste une dimension importante de leur fréquentation et leur utilisation. La distinction entre le secteur marchand et le secteur public ne doit pas faire des impératifs économiques en grande partie déterminants la seule clef de lecture de leur utilisation par le public. Les bibliothèques publiques sont elles aussi soumises à des tensions économiques, tandis que librairies et cinémas indépendants éprouvent la nécessité de se démarquer, comme nous l'avons évoqué précédemment¹³⁷, dans le secteur très concurrentiel des

¹³⁷ Voir p. 24-25.

industries culturelles, en particulier face à l'offre en ligne ou à la pression exercée par le poids des gros acteurs de leurs secteurs respectifs.

Les relations entre bibliothécaires et exploitants de salles pâtissent cependant, à l'inverse des relations entre bibliothécaires et libraires, d'un horizon professionnel – et donc d'une culture professionnelle – très différents.

En dehors de ces cadres définis institutionnellement ou en fonction de secteurs d'activités, les acteurs associatifs que sont les festivals sont régulièrement en relation avec les bibliothèques, comme nous l'avons vu avec l'exemple de Rennes et de l'association Clair-Obscur. Les festivals jouent un rôle très important dans la rencontre entre cinémas et bibliothèques, en particulier les manifestations nationales qui s'insèrent très bien dans les programmations annuelles des établissements. Il conviendra cependant de nuancer la réalité des interactions entre bibliothèques et cinémas dans ce contexte.

D. LES FESTIVALS, POINTS DE RENCONTRE ENTRE BIBLIOTHÈQUES ET CINÉMAS ?

1. *Premier contact*¹³⁸ : bibliothèques et cinémas dans la dynamique festivalière

Comment articuler les virtualités festivalières aux finalités de toute politique culturelle soucieuse de démocratisation, de soutien aux artistes, d'aménagement culturel du territoire ?¹³⁹

Si elle interroge les objectifs des politiques culturelles territoriales, cette question posée par les sociologues Emmanuel Négrier et Félix Dupin-Meynard nous renvoie aussi à la question des temporalités précédemment évoquée au sujet des relations entre bibliothèques et cinémas. Les relations entre bibliothèques et festivals de cinémas rejouent en effet à nouveaux frais certains enjeux des relations entre salles de cinéma et bibliothèques : les impératifs de calendrier et de programmation se détachent à nouveau, avec certes des ressorts différents. Une collaboration événementielle apporte de nouvelles perspectives à des partenariats territoriaux, en partageant des expériences professionnelles différentes et en s'ouvrant, pour les divers organismes engagés (bibliothèque, salle de cinéma et organisation du festival) à des publics nouveaux. Mais la gestion d'une manifestation peut aussi alimenter des tensions « sur les choix de programmation (ou plutôt le manque de partage de ceux-ci), sur les pratiques tarifaires, sur l'engagement réel – ou au contraire le simple effet d'aubaine – des acteurs locaux dans ces événements »¹⁴⁰, ce qui apparaissait dans l'enquête sur le festival du Mois du film documentaire dans le territoire de Belfort.

Les « virtualités festivalières » recouvrent un mode de découverte des films dé-corrélé du rythme des sorties, qui peut malgré tout mieux correspondre au temps long dans lequel s'inscrit la médiation culturelle en bibliothèque. La « complémentarité » de l'action culturelle entre festivals et bibliothèques dépend également de leur implantation territoriale et de la diversification possible des publics. Les recoupements sont possibles, comme on l'a vu avec la bibliothèque de

¹³⁸ *Arrival*, Denis Villeneuve, 2016.

¹³⁹ E. Négrier et F. Dupin-Meynard, *Festivals, médiathèques et publics*, op. cit., p. 10.

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 55.

Rennes Métropole - Les Champs Libres¹⁴¹, entre la programmation de l'action culturelle d'une bibliothèque et le caractère événementiel des propositions d'un festival cinématographique. Se placer dans une dynamique événementielle peut être plus pertinent pour une bibliothèque, car cela autorise d'anticiper longtemps à l'avance les tâches et leur répartition. Dans le même temps, le développement partenarial, en particulier avec le secteur public, est au cœur de la stratégie d'un festival, qui doit chercher des lieux pour ses manifestations, des relais de communication auprès du grand public et de publics spécialisés, des interlocuteurs pour animer ses événements. Il faut donc rappeler que la bibliothèque est bien souvent un partenaire parmi d'autres pour les festivals, qui s'inscrivent dans une constellation d'acteurs divers.

Le festival renvoie à une « série périodique de représentations artistiques »¹⁴² qui recouvre plusieurs avantages pour une bibliothèque. Les manifestations organisées se trouvent en effet relativement solubles dans la programmation culturelle d'une bibliothèque. Premièrement, l'aisance et l'habitude qu'il y a à travailler avec des associations tend à inciter à des collaborations, souvent sur sollicitation. C'est le cas de la médiathèque André-Labarrère à Pau, qui n'est pas dans la recherche de partenariats avec ces acteurs mais qui répond à plusieurs sollicitations, venant du cinéma Le Méliès, organisateur d'un festival (*Rock this town*), mais aussi d'autres partenaires, qui peuvent ne pas être uniquement associatifs. Dans le cadre de Cin'espace, organisé par le Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement, la médiathèque et Le Méliès sont associés dans la projection d'un film chacun (de fiction ou documentaire) et accueillent une exposition, des conférences, voire des ateliers. Côté associatif, le même fonctionnement, partagé entre médiathèque et cinéma Art et Essai, se retrouve avec le festival Un aller-retour dans le noir, porté par l'association du même nom¹⁴³. Deuxièmement, on le voit déjà, en fonction de l'ampleur et des formats de la manifestation, la bibliothèque peut apporter ses compétences propres, dans l'organisation d'expositions, de conférences, d'ateliers et de rencontres avec différents types de publics que la bibliothèque atteint plus facilement, comme les publics jeunesse. Le travail en partenariat permet ainsi aux structures de mettre en commun au service de la manifestation des moyens et des services, qu'Anne-Laure Garrigues décrit ainsi pour Pau :

Pour nous : contribuer au contenu (réflexion sur la programmation, échanges de carnets d'adresse...), prendre en charge l'organisation de ce qui nous concerne en lien avec le reste du programme, valoriser l'offre des autres partenaires. L'organisateur [du festival] se charge en général de la communication, voire de certains frais (déplacements...) ¹⁴⁴.

Il apparaît ainsi particulièrement valorisant pour les équipes de pouvoir organiser une partie de l'événement, et notamment un débat avec un réalisateur ou une réalisatrice, dans l'enceinte de la bibliothèque, point qui a systématiquement été abordé lors de nos échanges avec les professionnels qui avaient eu cette occasion, principalement à l'occasion du Mois du film documentaire. Enfin, la périodicité des festivals, qui se renouvellent *a priori* annuellement à une date régulière, institue un rendez-vous facile à repérer auquel les programmeurs en bibliothèque peuvent se raccrocher, à l'inverse du rythme de l'actualité dans lequel ils peinent à se situer.

¹⁴¹ Voir p. 39.

¹⁴² « Festival », déf., *TLFi*, disponible en ligne : <http://www.cnrtl.fr/definition/festival>.

¹⁴³ Réponse au questionnaire, voir annexe 2.

¹⁴⁴ *Id.*

Se pose également la question des publics touchés par ces manifestations : on peut faire l'hypothèse que les publics habitués à fréquenter les festivals de cinéma s'apparentent davantage à ceux des « réguliers » des salles de cinéma, en l'absence d'étude globale portant sur ces publics¹⁴⁵. On voit là l'intérêt que peut revêtir le partenariat avec une bibliothèque pour ces structures : inscrire leur activité dans des politiques de démocratisation culturelle ou d'éducation artistique et culturelle, grâce au soutien d'une bibliothèque, peut leur permettre d'obtenir des financements et de donner plus d'ampleur à leur événement, d'élargir le socle de l'entre-soi festivalier¹⁴⁶. Pour les bibliothèques, il s'agit aussi de bénéficier de l'effet « vitrine » d'un festival¹⁴⁷, d'un mode de communication décalé de la routine de l'établissement qui peut être propice à gagner des publics éloignés de la lecture publique. En termes de médiation, les passerelles entre festivals et bibliothèques peuvent être un moyen de lancer des collaborations approfondies. Les projections en médiathèques correspondent, de manière générale, à l'ambition d'échange et de débat¹⁴⁸ qui anime l'organisation des festivals.

Les relations avec les salles de cinéma tendent cependant parfois à se distendre dans le cadre de ces partenariats. Si cela ne semble pas être le cas dans l'exemple de Toulouse susmentionné, c'est régulièrement une structure pyramidale qui se met en place, où le festival est le référent de la salle comme de la médiathèque. En dehors d'échanges déjà existants, la participation à un festival ne va donc pas forcément motiver des échanges nouveaux. Cette logique se retrouve par exemple à Grenoble, où le réseau de lecture publique organise un nombre assez élevé de projections (45 en 2018), souvent dans le cadre de partenariat avec des acteurs du terrain : les festivals donc, mais aussi la Cinémathèque de Grenoble. Pour ce qui concerne les festivals, on voit que le rôle social des bibliothèques joue un rôle important dans la relation partenariale. La bibliothèque de Grenoble collabore ainsi avec le festival Vues d'en face, festival international du cinéma LGBT¹⁴⁹, qui organise lui-même ses relations avec les cinémas Le Club et Le Méliès ; elle est aussi liée au Planning familial pour organiser des projections dans le cadre du festival Les dérangeantes¹⁵⁰, autour de la place des femmes dans la société, ou encore des Rendez-vous de la Résistance organisés par l'Association Nationale des Anciens Combattants de la Résistance de l'Isère. À chaque partenariat correspond la tenue de deux ou trois projections, de cinéma documentaire ou de fiction, en parallèle d'une programmation plus large dans les salles de la ville¹⁵¹. Si ces partenariats sont en général satisfaisants pour les structures participantes, il faut cependant relever que les bibliothèques ne sont pas associées aux choix de programmation globaux, mais seulement aux événements qui ont lieu en leurs murs, hors rares exceptions¹⁵².

¹⁴⁵ En France, seuls les publics du festival de Cannes, cas particulier de hiérarchisation socio-culturelle exacerbée, ont fait l'objet d'études (voir notamment Emmanuel Ethis, *Aux marches du palais: Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation Française, 2001, 259 p.).

¹⁴⁶ Émilie Richard, *Les enjeux de collaborations entre les bibliothèques et les festivals de cinéma : l'exemple du festival Lumière à Lyon*, Mémoire de master, Esssib, Villeurbanne, 2017, p. 38-39.

¹⁴⁷ Christel Taillibert, *Tribulations festivalières : les festivals de cinéma et audiovisuel en France*, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 34.

¹⁴⁸ Jean-Yves de Lépinay, « Avant-propos » dans *Du cinéma en bibliothèque*, Paris, ABF/Images en bibliothèques, 2017, p. 15.

¹⁴⁹ Voir <http://www.vuesdenface.com>

¹⁵⁰ Voir <http://isere.planning-familial.org/actualites/festival-de-cinema-les-derangeantes-2018-en-mars-grenoble-00545>

¹⁵¹ Entretien avec Marion Didier, responsable de la coordination cinéma, Bibliothèque Municipale de Grenoble.

¹⁵² Rappelons ici le cas de Dreux, où la bibliothèque n'est plus associée à ce choix-même du fait de tensions passées avec les organisateurs d'un festival local.

La question du lieu ou des lieux où se déroule la manifestation apparaît très importante. L'étude portant sur le territoire de Belfort montrait en effet que le cadre du festival causait parfois des frustrations pour les bibliothécaires, dans la mesure où leur travail apportait finalement peu de visibilité à leur établissement quand l'événement se tenait hors les murs, dans un cinéma. L'échange paraissait notamment plus profitable au festival et à la salle qu'à la médiathèque. Une bibliothécaire témoignait ainsi :

Pas sûre que ça apporte quelque chose à la bibliothèque... Mais par contre, la bibliothèque apporte du public. En tout cas, ça n'a jamais amené de gens en plus. La salle est à côté mais les gens ne savent même qu'il y a la bibliothèque ici !¹⁵³

Il faut alors interroger la pertinence d'un partenariat tripartite, dans la mesure où la bibliothèque en tirerait peu d'avantages :

La question du lieu revient sans cesse : comment un festival peut-il « ouvrir les portes des bibliothèques » à travers une stratégie événementielle, sans que les lieux des représentations soient les bibliothèques elles-mêmes ? [...] Au-delà du lieu, c'est une question d'identification des bibliothèques en tant qu'organisatrice qui se pose. Même si elles introduisent quasi systématiquement les représentations, l'enquête auprès des publics a montré qu'elles n'étaient, bien souvent, pas identifiées en tant que co-organisatrices par les spectateurs¹⁵⁴.

Les exemples que nous avons abordés – Rennes, Pau, Grenoble – comme l'exemple des collaborations entre les bibliothèques municipales de la métropole de Lyon et le festival Lumière, étudiés par Émilie Richard¹⁵⁵, mettent en avant de grandes métropoles, ce qui n'est pas anodin. C'est en leur sein que prolifèrent de nombreux festivals, qui tirent parti de la polarisation de l'offre culturelle autour des grandes villes, et qui permettent aussi de se spécialiser sur certains domaines (cinéma militant, cinéma de patrimoine, cinéma du monde, etc.). Les bibliothèques sont parfois cependant en retrait dans la communication de ces manifestations très reconnues¹⁵⁶. Cependant les villes n'ont pas le monopole de ce type d'initiatives. On le voit à travers l'organisation de certaines manifestations, qui constituent des points de repères y compris pour de petits acteurs locaux, comme la Fête du film d'animation, organisée par l'Association française du cinéma d'animation, la Fête du court métrage, et bien sûr le Mois du film documentaire.

2. *Un bellissimo novembre*¹⁵⁷ : le Mois du film documentaire, entre bibliothèques, cinémas et autres partenaires

[Le Mois du film documentaire] crée des partenariats entre salles de cinéma et médiathèques : sur ce créneau difficile du cinéma documentaire, des actions communes amènent le public à apprécier la qualité des programmations en salle, et font découvrir aux spectateurs le chemin des médiathèques¹⁵⁸.

¹⁵³ E. Négrier et F. Dupin-Meynard, *Festivals, médiathèques et publics*, op. cit., p. 36.

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 36-37.

¹⁵⁵ É. Richard, *Les enjeux de collaborations entre les bibliothèques et les festivals de cinéma*, op. cit.

¹⁵⁶ C'est que montrait Émilie Richard pour les bibliothèques de la métropole de Lyon dans le cadre du festival Lumière.

¹⁵⁷ *Ce merveilleux automne*, Mauro Bolognini, 1968.

¹⁵⁸ Images en bibliothèques, *Le Mois du film documentaire, Bilan 2006*, p. 20.

L'histoire du Mois du film documentaire illustre bien la manière dont le succès d'un festival repose sur la rencontre entre une initiative et un public, d'amateurs comme de professionnels. Comme l'écrivait Pascal Ory, « de cette rencontre entre une formule et un public naît une forme, parfois un format »¹⁵⁹ : en l'espace de vingt ans, c'est en effet une forme originale qu'a créée ce festival¹⁶⁰. À la fois marqué par une forte inscription dans des territoires grâce au relais de coordination régionales et festival national piloté par Images en bibliothèques, c'est un exemple exceptionnel de politique culturelle décentralisée dans le domaine du cinéma¹⁶¹.

Depuis sa première édition en 1999, sous l'impulsion de la Direction du Livre et de la Lecture et du CNC, on peut dire que le Mois du film documentaire a participé à l'artification de la forme documentaire du cinéma, en constituant une forme de « pratique légitimante »¹⁶² pour le documentaire d'auteur, en l'inscrivant dans des lieux de patrimoine que peuvent être les bibliothèques. Les bibliothèques ont œuvré, avec les cinémas et d'autres types de structures culturelles et éducatives, principalement en France mais aussi dans les institutions françaises à l'étranger, à la reconnaissance du cinéma documentaire, et notamment à la valorisation de collections de « films rares et précieux »¹⁶³ conservés en leur sein. En vingt ans, cette reconnaissance a porté ses fruits en termes de visibilité de cette forme et de diversité culturelle. Le documentaire est aujourd'hui de plus en plus présent dans la programmation des salles. La création en mai 2017 de la Cinémathèque du documentaire, installée à la Bpi, est venue renforcer de la présence d'un acteur national la légitimité de ce genre cinématographique¹⁶⁴.

Quelle place alors pour les relations entre bibliothèques et salles de cinéma dans le cadre du Mois du film documentaire ? Si l'on retrace l'histoire de la manifestation, on se rend compte que la place actuelle du réseau des médiathèques au sein de l'ensemble des structures participantes n'a pas toujours été aussi prépondérante qu'aujourd'hui¹⁶⁵. C'est à partir de 2007 que l'écart s'est véritablement creusé et que les bibliothèques sont devenues le principal moteur du festival, alors qu'en 2006, les salles de cinémas étaient plus nombreuses à prendre part à l'événement (on comptait alors 250 salles contre 240 bibliothèques dans les structures associées)¹⁶⁶. Le nombre de salles participantes est resté relativement constant – 344 partenaires en 2017 – tandis que l'ensemble des autres partenaires a progressé. 799 bibliothèques y ont ainsi pris part en 2017, mais il faut aussi mentionner les autres animateurs de ce réseau que sont les établissements culturels français à l'étranger, les partenaires éducatifs, sociaux, les musées, etc. qui permettent aujourd'hui d'accueillir environ 150 000 spectateurs en l'espace

¹⁵⁹ Pascal Ory, « Qu'est-ce qu'un festival ? Une réponse par l'histoire » dans *Une histoire des festivals, XX^e-XXI^e siècles*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2013, p. 32.

¹⁶⁰ Festival qui n'en a pas le nom mais l'est par sa récurrence.

¹⁶¹ Cette logique de décentralisation, en démultipliant les lieux de la manifestations (à la fois géographiquement et institutionnellement) marque le double objectif d'élargir des publics et de conforter la visibilité nationale de l'événement, un effet que l'on retrouve dans les festivals musicaux, d'après Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier, « Observer les publics des festivals. Approche stratégique et renouvellement sociologique », 2017, p. 6. En ligne : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01440356>.

¹⁶² P. Ory, « Qu'est-ce qu'un festival ? Une réponse par l'histoire », art cit, p. 30.

¹⁶³ Selon la formule de Marianne Palesse lors de notre entretien.

¹⁶⁴ <https://www.cnc.fr/cinema/communiqués-de-presse/francoise-nyssen-lance-la-cinematheque-du-documentaire-pendant-le-festival-de-cannes-109670>.

¹⁶⁵ Voir annexe 7.

¹⁶⁶ Images en bibliothèques, *Le Mois du film documentaire, Bilan 2006*, p. 10.

d'environ 3 200 séances¹⁶⁷, soit environ 47 spectateurs par séance à l'échelle nationale.

Il y a quelques années, les partenariats entre bibliothèques et salles de cinéma dans le cadre du Mois du film documentaire étaient surtout motivés par des considérations logistiques, ce que mettait en avant le rapport de 2005 d'Images en bibliothèques¹⁶⁸, tout en reconnaissant les difficultés afférentes à ces motivations. La logique thématique de programmation des vidéothécaires semblait alors s'opposer à celle des exploitants :

Les vidéothécaires effectuent un travail permanent d'acquisition de films et de constitution de collection. Le contact quotidien avec les lecteurs leur permet d'évaluer les centres d'intérêt du public. C'est souvent dès le printemps que l'équipe de l'établissement fait émerger une thématique, commence à construire une programmation et recherche des titres de films. D'où une disparité entre médiathèques et cinémas : ceux-ci, dans une logique d'exploitants, plutôt que de partir *a priori* d'un thème de programmation, sont attentifs à l'actualité cinématographique, aux récentes sorties en salle, et décident de leur programmation à l'automne¹⁶⁹.

L'autre accroc possible, c'était encore l'aspect commercial ou gratuit des projections, qui a également un impact sur le rayonnement des participants :

Au point de vue de la cohérence des thèmes tout d'abord. Autre question délicate : les diffusions de films en médiathèque sont gratuites, alors que l'exploitant a une billetterie, prend des risques financiers, doit trouver un équilibre. Bien que de nature différente, la programmation de la médiathèque peut parfois être vécue à tort comme une « concurrence ». A contrario, quand toutes les projections se passent en salle, les médiathèques perdent leur visibilité en tant qu'établissements organisateurs et programmeurs, le public ne repère pas l'existence de leur collection de films¹⁷⁰.

Malgré ces difficultés à s'accorder, la situation semble cependant avoir beaucoup évolué depuis 2005 : les partenariats propres au Mois du film documentaire entre salles de cinéma et médiathèques ont nettement changé de forme, et l'intérêt technique que pouvaient avoir les médiathèques dans leur collaboration avec un cinéma n'en est plus forcément le critère dominant. La généralisation des vidéoprojecteurs et l'aménagement d'auditoriums dans les bibliothèques ont permis de se libérer d'un partenariat « utilitaire » et de faire évoluer ces relations de manière encourageante vers l'élaboration de projets communs. Notons par exemple que dans les années 2006-2007, un groupe de travail « partenariats cinémas-bibliothèques » avait été mis en place dans la région Aquitaine, pour participer au portage de projet du festival de manière collective entre les deux types de structures. L'existence de ce groupe montre le besoin d'accompagnement nécessaire pour faciliter la rencontre des personnes concernées et la compréhension des enjeux respectifs des vidéothécaires et des exploitants¹⁷¹.

Si l'on ne dispose pas d'éléments précis permettant d'étayer un rapport de cause à effet, on peut néanmoins faire l'hypothèse que le Mois du film documentaire

¹⁶⁷ *Id.*, *Le Mois du film documentaire, bilan 2017*, p. 6-7.

¹⁶⁸ « Elles y sont conduites, n'ayant souvent pas d'auditorium équipé, par leur désir de montrer des films dans de bonnes conditions techniques », *Id.*, *Le Mois du film documentaire, bilan 2005*, p. 11.

¹⁶⁹ *Ibid.*

¹⁷⁰ *Ibid.*

¹⁷¹ *Id.*, *Le Mois du film documentaire, bilan 2006*, et *bilan 2007*.

a avantageusement incité les structures à faire perdurer ce type de collaboration au-delà du seul événement, et à le reproduire sur d'autres manifestations ou de manière ponctuelle au cours de l'année. Rappelons par exemple qu'autant Images en bibliothèques que les bibliothèques départementales coordonnant l'événement engagent vivement les bibliothèques municipales à être directement en contact avec la salle de leur commune¹⁷². Cela n'est toutefois pas systématique et dépend avant tout des contextes locaux¹⁷³. À Louviers, Fabien Van Loyen évoque ainsi une relation qui s'est construite en l'espace de vingt ans, et reconnaît : « aujourd'hui, je ne peux plus me passer de la salle de cinéma pour mes animations »¹⁷⁴. Les projections dans le Mois du film documentaire organisés par la bibliothèque se déroulent ainsi entièrement au cinéma Le Grand Forum, ce qui donne accès à des conditions intéressantes de projection pour les spectateurs. Si au départ, ces séances faisaient l'objet d'une tarification (pour les spectateurs, sans coût de prestation pour la bibliothèque), la qualité des relations entre le bibliothécaire et l'exploitant a permis de faire accepter la gratuité de la manifestation. La salle y trouve aujourd'hui son compte, car cela permet d'obtenir des retombées autre que les recettes, en faisant revenir un public qui ne fréquentait plus ce cinéma.

De manière plus globale, les collaborations entre bibliothèques et cinémas lors du Mois du film documentaire peuvent se répartir en quatre catégories, d'après Marianne Palesse, déléguée générale d'Images en bibliothèques. Ces catégories peuvent se recouper, tout comme elles continuent de croiser des problématiques plus anciennes d'absence de lieu/de matériel dédié à la projection dans la médiathèque :

- Une programmation autour d'une thématique commune ;
- La bibliothèque fait écho à la programmation du cinéma ;
- La bibliothèque organise une rencontre avec le/la cinéaste (ou autre intervenant·e) dont le film est projeté dans la salle de cinéma ;
- La bibliothèque programme un film dans la salle de cinéma (gratuitement ou avec tarification)¹⁷⁵.

Le montage de projet est donc variable selon les cas : il peut s'agir d'une mise à disposition gracieuse d'une salle, ou de location d'espace. Ces partenariats prennent cependant souvent forme par la co-construction de séances entre l'équipe de la bibliothèque et les exploitants, et reposent aussi souvent sur le partage des tâches et des coûts. Très concrètement, à Anglet, cela se traduit par la répartition des frais de déplacement/d'hébergement et la rémunération des intervenants : la médiathèque Quintaou prend en charge le salaire du metteur en scène invité, et la salle L'Atalante de Bayonne se charge de ses frais¹⁷⁶.

Le Mois du film documentaire est à la fois un moment de mise en relation important, parfois le seul de l'année, entre ces structures dont les fonctionnements et objectifs diffèrent le reste du temps. Il crée un temps spécifique propice aux interactions, qui peut rejaillir sur le reste des activités culturelles de l'année.

¹⁷² Entretien avec Jean-Baptiste Mercey, médiathèque départementale de l'Aveyron, et avec David Donnat, médiathèque départementale de l'Eure.

¹⁷³ Ce n'est par exemple pas le cas dans le Rhône, pourtant riche en festivals de cinéma locaux et activités de cinéma club, d'après Jean-François Baudin, bibliothécaire à la médiathèque départementale du Rhône (courriel du 8 octobre 2018).

¹⁷⁴ Entretien avec Fabien Van Loyen.

¹⁷⁵ Typologie définie au cours de l'entretien.

¹⁷⁶ Entretien avec Marie-Hélène Saphore.

Cependant dépasser cette fenêtre événementielle et se saisir de cette collaboration pour alimenter une stratégie globale d'action culturelle reste peu évident.

En dépit des différentes interactions présentées dans cet état des lieux des relations entre bibliothèques et cinémas, il semble que perdure le constat selon lequel les collections audiovisuelles – et au-delà, le cinéma comme art et comme mode d'expression – ne sont pas mises en valeur à la hauteur de l'investissement qu'elles représentent et des pratiques courantes du public¹⁷⁷.

Les arguments du manque de connaissances sur le mode de fonctionnement de l'exploitation cinématographique d'une part, et sur le manque de formation juridique sur le cadre de la projection non commerciale d'autre part, continuent de faire obstacle à des relations plus approfondies, qui pâtissent également de difficultés à définir une programmation culturelle tenant véritablement compte de la complémentarité entre le rôle d'une salle de cinéma et celui d'une bibliothèque.

Finalement, les craintes liées au manque de légitimité des bibliothécaires sur le terrain du cinéma – de fiction comme documentaire – restent prédominantes. Le contexte actuel de mutations des pratiques des spectateurs et spectatrices pourrait cependant être une occasion pour les bibliothèques – comme pour les cinémas – de revoir la manière dont ils collaborent à l'échelle locale.

¹⁷⁷ Christophe Evans, « Le public du cinéma en médiathèques » dans *Publics : quelles attentes ? Bibliothèques : quelles concurrences ?*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2014, p. 51-58.

Les seules situations où ce critère est pertinent se trouvent dans les bibliothèques spécialisées comme la médiathèque François Truffaut. Est également pris l'exemple de la médiathèque José-Cabanis à Toulouse qui retire un DVD des collections dès qu'il a fait l'objet de 180 prêts. En revanche, le critère de fraîcheur intellectuelle est utilisé pour les documentaires qui sont souvent liés à un phénomène ou à une époque particulière.

Les films sont aussi retirés des collections parce que les droits de représentation expirent au bout de dix ans, les médiathèques reçoivent chaque année une liste de films arrivés en fin de droit⁸¹. Les DVDs ne peuvent ensuite pas être vendus ou donnés, à cause des droits attachés. Images en Bibliothèques précise que « lorsqu'une bibliothèque souhaite retirer un film de sa collection, la seule solution est de le détruire. En effet, les contrats passés entre les éditeurs de DVD et les fournisseurs des films ne permettent pas de vendre ou donner les DVD. »⁸²

III. ACTION CULTURELLE : COMMENT UNE BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE INSCRIT LE CINEMA DANS UNE DEMARCHE DE DEVELOPPEMENT CULTUREL ?

Mettre en valeur des collections ne peut pas se faire uniquement au sein des rayons de la bibliothèque, c'est aussi organiser des événements autour de celles-ci, et c'est ici qu'intervient ce qu'on appelle l'action culturelle. D'après le dictionnaire de l'ENSSIB, « l'action culturelle en bibliothèque correspond à une politique d'animations construite et cohérente. Là où l'animation renvoie à une somme d'événements spontanés, organisés au fil de l'eau, l'action culturelle est un projet raisonné, intrinsèque au projet bibliothèque dans sa relation aux publics et aux collections. [...] »⁸³ Cette définition posée, nous pouvons maintenant tenter de comprendre les liens entre l'action culturelle en tant que projet

⁸¹ CARON, Estelle, CHANTEREAU, Danielle. Op.cit. p. 112.

⁸² Site d'Images en bibliothèques, « droits et usages de films en médiathèques » : <<https://imagesenbibliotheques.fr/ressources/droits-et-usages-de-films-en-mediathèques>>

⁸³ Bibliothèque de l'Enssib, Service Questions/Réponses, 6 avril 2021, en ligne : <https://www.enssib.fr/services-et-ressources/questions-reponses/politique-daction-culturelle>

cohérent, et le cinéma. Pour cela, nous verrons comment l'action culturelle s'est fait une place en bibliothèque et s'est imposée comme inévitable. Nous nous intéresserons ensuite aux événements proposés aujourd'hui par les bibliothèques françaises, ainsi que leurs modalités. Finalement, nous regarderons quel est le public de ces actions.

1. La montée de l'action culturelle

A. Vers le progrès ?

Dans les années 1970, les animations se développent dans les bibliothèques, et les lieux sont aménagés pour proposer des activités : la construction de salles polyvalentes ou encore des auditoriums. C'est surtout en 1981 avec la décentralisation, qu'apparaît véritablement la notion d'action culturelle, avec des propositions autour du livre.

Les années 2000 ancrent définitivement cette pratique dans les médiathèques au point qu'« il paraît essentiel pour les bibliothécaires de penser l'action culturelle dans le cadre plus large de la politique de l'établissement, et de le faire sans concession ni complaisance. »⁸⁴ Ce n'est plus un sujet discuté, il est pleinement accepté et compris. La fin de la décennie marque aussi un certain questionnement sur l'avenir de l'action culturelle, notamment vers des questions plus sociales avec le fameux concept du troisième lieu⁸⁵. L'idée étant que « la vocation sociale supplante à terme les missions culturelles des bibliothèques »⁸⁶. En 2008 sort également *L'action culturelle en bibliothèque*, dirigé par Bernard Huchet et Emmanuèle Payen⁸⁷, et réfléchit à différents aspects de l'action culturelle. Il y a donc un intérêt fort pour ce sujet qui traduit des mutations culturelles importantes. Aussi, en 2007, on lit dans *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir* : « On constate à ce sujet que le nombre des usagers ayant participé à des animations organisées par des bibliothèques municipales n'est pas négligeable : 28 % des usagers déclarent avoir déjà visité une exposition, 16 %, avoir participé

⁸⁴ PAYEN, Emmanuèle. « Voix et chemins de l'action culturelle : quelques problématiques ». In : *L'action culturelle en bibliothèque*, Nouvelle édition. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie, 2008.

⁸⁵ SERVET, Mathilde. Op.cit.

⁸⁶ Ibid. p.62

⁸⁷ HUCHET, Bernard et PAYEN, Emmanuèle. *L'action culturelle en bibliothèque*. Nouvelle édition. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2008.

à une animation pour enfants, 9 % à une animation pour adultes, soit, tous genres confondus, 37 % des usagers. »⁸⁸

En clair, la démocratisation culturelle des années 1960 s'est répandue dans les bibliothèques de lecture publique sous la forme de l'action culturelle qui modernise l'image de l'institution et cherche à viser encore et toujours de nouveaux publics.

B. Le cinéma, toujours écarté ?

La montée de l'action culturelle, surtout depuis les années 2000, a mis en lumière l'importance de la bibliothèque dans l'éducation de la population, c'est ce qu'on appelle l'éducation artistique et culturelle (EAC). Pour le cinéma, dans cette même veine, on retrouve beaucoup dans l'action culturelle la notion d'« éducation à l'image », c'est-à-dire le fait d'initier un public, souvent les plus jeunes, à la culture. L'EAC, sans qu'on s'en étonne, touche principalement le livre mais peuvent aussi recouvrir d'autres domaines, dans ce cadre par exemple, les projections font partie des dispositifs de l'action culturelle. Cependant, le problème que l'on rencontre en se posant la question de l'animation autour du cinéma en bibliothèque, c'est la forte complicité entre audiovisuel et musique, qui semblent rassemblées par défaut. On peut citer par exemple la synthèse des données d'activité 2018 des bibliothèques municipales et intercommunales éditée en 2021 par le Ministère de la Culture dans laquelle on lit : « Si une part importante des bibliothèques desservant entre 2 000 et 4 999 habitants met en œuvre des séances de contes et des expositions, elles ne sont que 39% à proposer des concerts et des projections, ce chiffre étant en légère augmentation par rapport à 2017. »⁸⁹ On constate donc que le cinéma est loin d'être une priorité mais surtout, on ne peut pas connaître la vraie part d'animations autour du cinéma : déjà, on parle de « projections », ce qui peut exclure les conférences, les rencontres, les festivals, mais aussi, le pourcentage concerne les concerts également. Pour trouver des statistiques plus précises, on pourrait se tourner vers Images en bibliothèques, mais leur dernière étude de réseau disponible date de 2014. Pour ce qui est des partenariats avec le cinéma, comme

⁸⁸ MARESCA, Bruno, GAUDET, Françoise, et EVANS, Christophe. *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir*. Études et recherche. Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2007, p. 172. En ligne : <https://books.openedition.org/bibpompidou/176.76>

⁸⁹ Synthèse des données d'activité 2018 des bibliothèques municipales et intercommunales éditée en 2021 par le Ministère de la Culture.

le pointe Claire Daniélou dans son mémoire sur le sujet : « Les cinémas n'arrivent qu'en troisième position des structures partenaires des bibliothèques. Même au sein d'un réseau de professionnels des bibliothèques spécialisés sur le cinéma [Images en Bibliothèques], la salle n'est pas le principal interlocuteur. »⁹⁰

Ajoutons également que récemment, la crise sanitaire a porté un coup dans l'action culturelle des bibliothèques, on le verra par exemple dans le cas du Mois du Film documentaire, c'est évidemment le secteur le plus touché durant la crise. Les bibliothèques ont largement adopté les projections en ligne et les plateformes, sous l'impulsion par exemple de la BPI qui en 2020, au Centre Pompidou, a lancé des initiatives de visionnage de films en ligne, augmentant leur catalogue numérique accessible au public.

C. Renouvellement du métier de bibliothécaire : former à l'action culturelle

L'importance de l'action culturelle a des impacts significatifs sur le personnel, qui doit apprendre de nouvelles compétences. Virginie Delaine, dans son mémoire sur l'accompagnement du changement en bibliothèques, affirme qu'il y a eu un « glissement des activités des collections vers les services au public » et que celui-ci « a pour conséquence une exigence accrue des employeurs en termes de compétences relationnelles et pédagogiques »⁹¹. On parle ici de service au public, mais cela s'étend évidemment vers l'action culturelle qui induit nécessairement des qualités sociales, puisque l'on parle avant tout de médiation entre un domaine culturel et un public qui doit être atteint par les bibliothécaires.

En 2013, le Rapport de l'Inspection générale des bibliothèques pointait que les bibliothèques publiques prenaient la voie des bibliothèques universitaires en mettant « médiation, accompagnement et pédagogie » au « cœur du métier ». Cette mutation est devenue possible grâce à « l'ouverture des bibliothèques aux personnels d'autres filières de la fonction publique territoriale », avec entre autres, des médiateurs et agents de médiation⁹².

⁹⁰ DANIELOU, Claire. Op. cit. p.21

⁹¹ DELAINE, Virginie. Op.cit. p. 24

⁹² AROT, Dominique, LECOQ, Benoît et al. *Quels emplois pour les bibliothèques ? Etat des lieux et perspectives*. n° 2012- 020, à madame la ministre de la Culture et de la Communication, mars 2013 p. 49. En ligne : <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-lecture/Documentation/Publications/Rapports-de-l-IGB/Quels-emplois-pour-les-bibliotheques-Etat-des-lieux-et-perspectives>

Nous pouvons également aborder la question ici des bibliothécaires volontaires, qui sont nombreux dans les petites médiathèques, particulièrement rurales. S'il est déjà assez compliqué de se former pour les agents de bibliothèque, les bénévoles ont encore plus de difficultés. L'aspect juridique complexe des films, notamment pour la projection, ou encore l'organisation d'événements en tous genres qui peut être éprouvante sont des difficultés plus importantes encore pour des bénévoles qui ne sont pas nécessairement formés pour cela. L'action culturelle demande un travail supplémentaire, et le cinéma n'est pas forcément la priorité.

2. Programmer des événements : autonomie et collaborations

A. Le Mois du film documentaire

Le Mois du film documentaire est un moyen de valoriser des films qui ne seraient autrement très peu voire pas du tout visibles. Ce festival d'échelle nationale a fédéré autour de lui un nombre conséquent de bibliothèques, c'est d'ailleurs parfois le seul événement autour du cinéma qu'une médiathèque organise.

Le nombre de bibliothèques impliquées a augmenté avec la liberté de participation et de programmation. Cela permet aux petites bibliothèques de se sentir valorisées, car elles peuvent organiser des projections et des débats qui répondent aux intérêts spécifiques de leurs communautés locales. Il y a également l'accent mis sur l'accessibilité culturelle, avec des projections dans les zones rurales et urbaines, des événements gratuits et des actions d'éducation populaire. Ces initiatives permettent de renforcer le rôle des bibliothèques comme centres culturels accessibles à tous. On note d'ailleurs que 56 % des participants se trouvent dans des villes de moins de 10 000 habitants⁹³.

Les bibliothèques sont majoritaires dans la participation, 889 bibliothèques étaient présentes en 2023. Mais il y a aussi d'autres acteurs culturels comme les salles de cinéma qui ont été 256 la même année⁹⁴. Il y a toutefois une baisse de ces dernières depuis la crise sanitaire : en 2019, elles étaient 380. Les médiathèques, quant à elles, étaient 885, le nombre de participations est donc

⁹³ Images en bibliothèques. « Catalogue Bilan du Mois du film documentaire 2023 ». p.16. <https://imagesenbibliotheques.fr/ressources/catalogue-bilan-du-mois-du-film-documentaire-2023>.

⁹⁴ Ibid. p.17.

revenu à la normale⁹⁵. Cependant, l'impact de la crise doit être mentionné, puisque la majorité des structures ont dû annuler leurs participations, et la place du numérique a augmenté pour des projections à distance, ou par un accès à des offres de VàD. Jean-Yves de l'Épinay met en lumière une certaine stabilité de l'évènement : « La preuve a été faite que le Mois du film documentaire n'est pas seulement une manifestation dispersée dans des milliers de lieux divers sur le territoire : c'est un réseau, solide, positif, grâce auquel les idées, les ressources, les forces ont pu être partagées. »⁹⁶

D'autre part, le Mois du film documentaire permet d'instaurer des partenariats entre les bibliothèques et d'autres acteurs comme les salles de cinéma, que ce soit grâce à des thématiques et programmations communes, ou pour l'aspect logistique dans le cas où le cinéma prêterait une salle à la bibliothèque par exemple : « Le Mois du film documentaire est à la fois un moment de mise en relation important, parfois le seul de l'année, entre ces structures dont les fonctionnements et objectifs diffèrent le reste du temps. »⁹⁷

B. Les festivals

Emilie Richard se pose la question en 2017 des festivals de cinéma et des bibliothèques dans son mémoire « Les enjeux de collaborations entre les bibliothèques et les festivals de cinéma : l'exemple du festival Lumière à Lyon »⁹⁸. Elle met en lumière les différences qui pourraient opposer les deux acteurs culturels, notamment sur la temporalité. Nous l'avons dit, l'action culturelle est un projet à long-terme qui est organisée autour de sa propre cohérence, tandis que les festivals sont caractérisés par leur aspect évènementiel, mais « il s'agit d'une différence dans la mise en visibilité de la manifestation : le festival permet de faire évènement, là où l'action culturelle

⁹⁵ Images en bibliothèques. « Catalogue Bilan du Mois du film documentaire 2019 + Retour sur les 20 ans ». p. 44. En ligne : <https://imagesenbibliotheques.fr/ressources/catalogue-bilan-du-mois-du-film-documentaire-2019-retour-sur-les-20-ans>.

⁹⁶ Images en bibliothèques « Catalogue Bilan du Mois du film documentaire 2020 », p. 5. En ligne : <https://imagesenbibliotheques.fr/ressources/catalogue-bilan-du-mois-du-film-documentaire-2020>.

⁹⁷ DANIELOU, Claire. Op.cit. p. 49.

⁹⁸ RICHARD, Émilie. « Les enjeux de collaborations entre les bibliothèques et les festivals de cinéma: l'exemple du festival Lumière à Lyon ». ». Diplôme national de master : ENSSIB, 2017. En ligne : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-67737>.

demeure inscrite dans le flux quotidien et le travail sur le long-terme. »⁹⁹ Les deux ne s'opposent pas nécessairement, et au contraire, peuvent se compléter. Il faut également voir ce qui est commun : dans le cas du festival Lumière à Lyon qui est largement axé sur l'histoire du cinéma, les aspects patrimonial et territorial sont communs aux deux structures. Emilie Richard met en lien la mise en avant des réalisateurs ou acteurs célèbres qui expérimentent des caractéristiques de la ville, et le travail des bibliothèques autour du territoire, en proposant par exemple des expositions sur l'histoire de Lyon.

Pour les bibliothèques, s'associer aux festivals peut être un avantage considérable, les animations de manière générale apportent de nouvelles inscriptions, ou du moins une certaine curiosité de ce qui se passe entre les murs de la bibliothèque.

Pourtant, malgré l'impact relativement positif que pourrait avoir un partenariat, les bibliothèques sont peu nombreuses à s'associer. Sophie Courtel réalise un mémoire sur les festivals littéraires et les bibliothèques, même s'il s'agit ici du milieu du livre, nous pouvons tout de même examiner les raisons de ce non-événement. Tout d'abord, il y a la question de la temporalité : « Les bibliothèques publiques, quant à elles, sont assujetties à des contraintes hiérarchiques, financières, qui peuvent donner l'impression qu'elles sont lentes à réagir »¹⁰⁰. Le manque formation entraîne également un manque de légitimité de la part des bibliothécaires, qui craignent de faire partie d'un format différent, qui semble trop grand, trop éloigné des activités de la bibliothèque. Ce sont les deux principaux freins que relèvent Sophie Courtel, et qu'il nous semble intéressant de mentionner, nous verrons par ailleurs que la légitimité est une question qui surgit régulièrement, nous l'étudierons lors de l'étude de cas.

C. Les partenariats avec les salles de cinéma

L'objet de cette partie est plus amplement défini dans le mémoire de Claire Daniélou déjà cité. Cependant, sans nous attarder, nous voulons tracer les

⁹⁹ RICHARD, Emilie. Op.cit. p. 37

¹⁰⁰ COURTEL, Sophie. « Festivals et bibliothèques: formes culturelles, enjeux territoriaux et opportunités pour valoriser la littérature ». Mémoire d'études pour le diplôme de conservateur des bibliothèques Villeurbanne : ENSSIB , 2020, p. 73. <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-69606>

quelques contours de ce sujet, et il sera également développé plus concrètement dans l'étude de cas sur la Bretagne.

La première constatation autour des partenariats entre les deux structures est qu'il y en a peu : « En 2015, 13 % des bibliothèques de lecture publique déclaraient avoir un partenariat avec une salle de cinéma. »¹⁰¹ Cela s'explique par certaines raisons :

- Encore une fois, la bibliothèque a une temporalité particulière, elle mène des projets de développement de lecture publique sur le long terme, et fonctionne selon un plan annuel ou semestriel, tandis que le cinéma fonctionne mensuellement ou hebdomadairement.
- Il est difficile de mettre en lien une institution non-commerciale, publique, et une autre commerciale, privée.
- Il n'y a pas de personnel spécialisé sur la question. Souvent, les bibliothécaires s'occupent de plusieurs pôles à la fois, ce qui ne permet pas d'avoir des interlocuteurs bien définis.

De façon générale, tous ces facteurs rendent la communication entre les deux structures très difficile, le manque de connaissances de l'un vis-à-vis de l'autre fait que l'idée de collaborer n'est pas du tout évidente. Les partenariats qui sont les plus nombreux sont aussi faibles : il s'agit de prêt de locaux de la part du cinéma par exemple. Pourtant, les partenariats entre bibliothèques et salles de cinéma en France sont faisables et pourraient être fructueux à l'échelle locale, ces collaborations pourraient offrir des opportunités pour promouvoir le cinéma et l'éducation à l'image, pour toucher un public plus large et diversifié.

D. Communiquer autour d'évènements

Le problème principal de la communication en bibliothèque, c'est bien l'aspect non commercial, puisqu'il limite les moyens de communication dans le cadre de projections organisées par la bibliothèque. Le matériel publicitaire comme les affiches de films, ne peut pas être utilisé. La publicité doit se restreindre aux sites des structures en charge de l'organisation, ou aux journaux locaux. En réalité, la communication s'inscrit aussi dans la question juridique, et tout dépend des fournisseurs, surtout qu'il s'agit de payer les droits de projection pour une seule projection, chaque médiathèque doit donc se renseigner plus particulièrement.

¹⁰¹ DANIELOU, Claire. Op.cit. p. 4

L'ouvrage *Faire connaître et valoriser sa bibliothèque : communiquer avec les publics*¹⁰² met en avant une communication sous la forme du face-à-face, c'est-à-dire le plus souvent sous la forme d'une conversation, à l'accueil par exemple. C'est un outil plutôt pertinent pour les bibliothèques de lecture publique puisque ce sont, pour beaucoup, des endroits avec une certaine convivialité et un lien entre les usagers et les bibliothécaires. Mais le problème, c'est que cela n'attire que le public de la bibliothèque, qui est de fait déjà conquis.

Pour ce qui est des partenariats, il est compliqué pour les bibliothèques de s'imposer véritablement. Déjà, rappelons que « la dimension communicationnelle est intimement associée à la notion d'évènementiel »¹⁰³, et nous l'avons vu précédemment, la bibliothèque ne s'inscrit pas vraiment dans cette notion d'évènement. Les organisateurs d'évènements comme les festivals prennent généralement en charge la communication, malheureusement, les bibliothèques ne bénéficient parfois pas d'une grande visibilité dans ces stratégies. C'est le cas des médiathèques métropolitaines de Lyon dans le cadre du festival mentionné plus haut, où « force est de constater que la communication du festival, notamment sur les réseaux sociaux, ne met que peu ou pas en valeur les actions proposées en métropole. »¹⁰⁴

D'autre part, les bibliothèques se placent souvent comme « relais » des évènements dans lesquels elles prennent plus ou moins part, et « la bibliothèque, si elle veut véritablement être une médiatrice dans le domaine du cinéma, [...] ne peut pas se contenter d'être un relais de communication »¹⁰⁵.

3. Pour quel public ?

A. Une question d'accessibilité

Comprendre les publics, c'est avant tout comprendre comment fonctionnent les territoires. Ne sont pas comparables les publics de la ville et les publics des milieux ruraux dans les petites communes. Nous pouvons tout d'abord regarder

¹⁰² VIDAL, Jean-Marc, et Collectif. *Faire connaître et valoriser sa bibliothèque : communiquer avec les publics*. Villeurbanne : Ecole Nationale Supérieure Sciences Information Et Bibliothèques, 2012.

¹⁰³ TAILLIBERT, Christel. *Tribulations festivières: Les festivals de cinéma et audiovisuel en France*. Paris: Editions L'Harmattan, 2009, p.80-81

¹⁰⁴ RICHARD, Émilie. Op.cit. p. 62

¹⁰⁵ DANIELOU, Claire. Op.cit. p. 35

j'aimerais mettre plus en avant des films et qu'ils sortent des étagères du rayon, que le public puisse les voir pour emprunter plus facilement »¹³⁸, les meubles ne sont pas non plus adaptés : « Les meubles datent aussi d'un certain nombre d'années. Ce sont des colonnes donc ce n'est peut-être pas idéal : en colonnes on ne voit que le dos du DVD. »¹³⁹ Ces difficultés empêchent parfois de mettre plus en avant les collections : « Je regrette quand même de ne pas avoir assez de possibilité d'étagères ou de meubles pour mettre en avant, par exemple faire des « coups de phare » sur le cinéma italien, espagnol ou sur des thématiques diverses. Je suis frustrée parce que je n'ai pas l'espace ni le matériel pour le faire. »¹⁴⁰

C. Proposer une autre vision du cinéma ?

Le public a changé durant la dernière décennie, il est plus « consommateur » de films. Pour Florence Le Pichon, c'est peut-être l'occasion pour la bibliothèque de se démarquer des nombreuses offres des plateformes. L'idée étant de proposer un contenu plus varié : « Ce n'est pas ce public là que doit prioritairement viser les bibliothèques mais plus la défense du film d'auteur. »¹⁴¹ Il ne s'agit pas non plus d'avoir uniquement une offre trop cinéophile ou élitiste mais d'adopter une autre vision du cinéma : « Il faut porter à la connaissance du public, et des plus jeunes, un nouveau regard, nouveau rapport à l'image. »¹⁴² Le sujet porte ici surtout sur l'éducation à l'image, apprendre aux plus jeunes une autre consommation des images.

3. Action culturelle : quelle est la réalité du terrain ?

A. « Do it yourself »¹⁴³: monter des actions culturelles

Les médiathèques participantes à notre étude quantitative sont plutôt nombreuses à réaliser des activités en lien avec le cinéma, la plupart font le Mois du film documentaire, et certaines organisent d'autres animations. Elles sont 26 sur 33 à en proposer, et sur ces 26 médiathèques, 21 le font plusieurs fois par an, c'est donc un chiffre relativement satisfaisant.

¹³⁸ Annexe 5, p. 118.

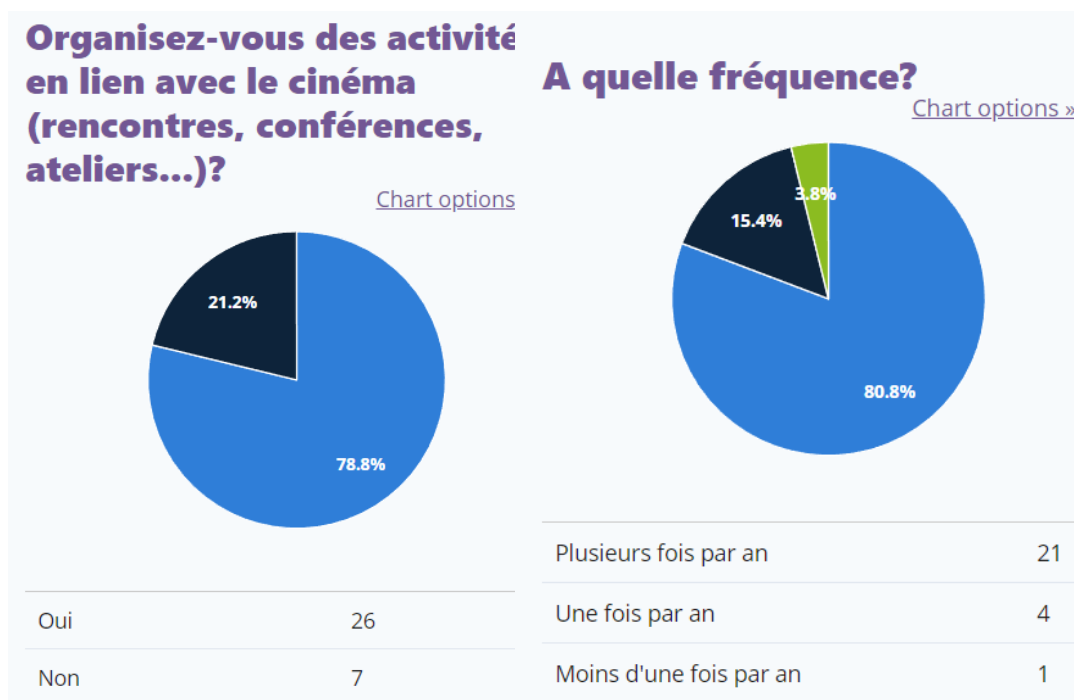
¹³⁹ Annexe 5, p. 118.

¹⁴⁰ Annexe 5, p. 118.

¹⁴¹ Annexe 4, p. 113.

¹⁴² Annexe 4, p. 113.

¹⁴³ Annexe 4, p. 112



Graphique 4 : Activités en lien avec le cinéma Graphique 5 : Fréquence des activités

La médiation des collections est essentielle, parce que la simple valorisation avec des tables thématiques est loin d'être suffisante, et on constate que les médiathèques arrivent, pour le moment, à maintenir l'action culturelle. Cependant, l'avenir de celle-ci est très incertain : si les budgets d'acquisition sont encore convenables et réussissent à répondre correctement aux besoins des bibliothécaires, le budget d'action culturelle est bas, et continue de baisser : « Il y a quelques années la médiane des budgets dédiés aux actions culturelles se situaient entre 500 et 700 €. »¹⁴⁴ Et cela doit être pris en compte avec l'augmentation de la charte des auteurs et illustrateurs de jeunesse, par exemple : « On comprend pour les intervenants et ce n'est pas un problème, mais quand on voit la demi-journée à 300€, ça va très vite sur un budget annuel »¹⁴⁵ explique Carole Pécheur. Dans cette situation compliquée, il faut savoir quoi prioriser, Fannie Campagna affirme : « Depuis un an ou deux, on voit les budgets baisser et ce qui est sacrifié en premier c'est l'action culturelle. Il y a de l'action culturelle mais centrée sur le livre. »¹⁴⁶

Les bibliothécaires sont donc appelés à faire avec leurs propres moyens, ce qui n'est nouveau dans le domaine de la lecture publique, mais est très

¹⁴⁴ Annexe 4, p. 112

¹⁴⁵ Annexe 6, p. 129

¹⁴⁶ Annexe 1, p. 103

contraignant. Pour les budgets, il faut chercher des aides financières où elles peuvent se trouver comme le dit Christelle Kerdal : « J’essaie de trouver des partenariats, on n’a pas beaucoup d’argent donc j’essaie de trouver des moyens de finance un peu partout. »¹⁴⁷ Zoom Bretagne a notamment aidé la médiathèque d’Hennebont à projeter le film *Jeanne Malivel, un soleil se lève*. Pour Fannie Campagna, la mission peut « permettre aux médiathèques de continuer à faire des projections tout au long de l’année »¹⁴⁸ à un prix abordable et en complémentarité avec le Mois du film documentaire.

Florence Le Pichon nous a aussi informé d’une journée organisée à la BPI « sur le fait qu’en bibliothèque, on peut tout faire avec peu de moyens. »¹⁴⁹, elle explique : « Plusieurs d’entre nous se sont alertés, c’est sympa comme journée pro, mais il peut y avoir l’impact inverse : les élus voient que les bibliothèques arrivent toujours à se débrouiller, à monter des actions culturelles avec peu de moyens, donc on peut diminuer encore leurs moyens. »¹⁵⁰

B. Partenariats entre salles de cinéma et cinéma

a. Salles de cinéma et bibliothèques : la fausse concurrence

Le point de départ de notre étude concernait d’une part les partenariats avec les salles de cinéma. La crainte d’une potentielle concurrence entre les deux secteurs semble être partagée par beaucoup de professionnels, elle vient notamment de la question de la gratuité des projections en bibliothèque, puisque c’est un service public.

D’autre part, les deux structures n’ont pas grand-chose à voir sur de nombreux points, en termes de public et de temporalité surtout. Le constat est clair : il n’y a pas de concurrence entre les deux secteurs. Pour Fannie Campagna, c’est le même constat : « Cette concurrence n’existe pas : une médiathèque qui fait deux, voire une séance par mois : comment pourrait-elle concurrencer ? Et encore, une séance par mois c’est énorme ! »¹⁵¹

Les deux doivent surtout être vus comme des établissements complémentaires au sein de la commune. L’important est, encore une fois, d’introduire une

¹⁴⁷ Annexe 5, p. 121.

¹⁴⁸ Annexe 3, p. 104.

¹⁴⁹ Annexe 4, p. 112.

¹⁵⁰ Annexe 4, p. 112.

¹⁵¹ Annexe 3, p. 105

communication entre les acteurs, mais malgré cette journée professionnelle déjà présentée, les collaborations sont toujours rares : « nous n'avons pas eu l'impression que cela ait généré derrière beaucoup de travail ou beaucoup de partenariats autres que ceux qui étaient déjà installés. »¹⁵², mais on pourrait éventuellement voir se développer des projets à l'avenir : « les politiques publiques incitent beaucoup, même les dispositifs financiers, au partenariat, mutualisation des moyens, que ce soit humain, technique ou financier. »¹⁵³

b. Partenariat entre un cinéma Art et Essai et bibliothèque : le cas de la médiathèque de Loudéac

Si les partenariats sont plus complexes à engendrer avec les salles de cinémas privées, le cas des cinémas d'Art et Essai est à part. Ce sont des salles qui répondent à certains critères, notamment la diffusion de films économiquement indépendants, d'auteurs, qui ont une subvention de l'Etat. Les partenariats entre les bibliothèques et ces salles de cinéma sont intéressants puisque leur fonctionnement, leur public et la culture que les deux structures défende est similaire.

La médiathèque de Loudéac entretient depuis plusieurs années un partenariat avec le cinéma Quai des Images, un cinéma Art et Essai donc. Le cinéma ouvre en 2004 avec l'ambition de la médiation et de l'action culturelle. Leur collaboration est en conséquence assez régulière, Carole Pécheur me cite leur principale animation : « on a testé plusieurs choses et ce qui marche bien ce sont les ciné-lectures : quelqu'un de chez nous, de la section jeunesse, va au cinéma. La collègue du cinéma me donne les titres des films qu'elle va passer, souvent des nouveautés, des choses accessibles. Nous, on essaie de coller à la thématique et faire des lectures avant la séance »¹⁵⁴. Ce type de partenariat fonctionne bien puisque comme elle l'explique : « Le fait que toutes les deux on soit des agents municipaux, ça crée moins de problème, avec un cinéma privé c'est différent avec les coûts. Là, c'est la même caisse et on perd moins de temps à organiser, se poser des questions... Toutes les deux on est plus dans l'ouverture, on pense un peu la même chose donc ça se passe bien. »¹⁵⁵

¹⁵² Annexe 4, p. 109.

¹⁵³ Annexe 4, p. 109

¹⁵⁴ Annexe 6, p. 123

¹⁵⁵ Annexe 6, p. 128

Pour la médiathèque, c'est moyen de faire du lien avec le livre notamment, et de rappeler au public l'existence de la médiathèque. C'est aussi un moyen de proposer des animations autour du cinéma sans payer tous les frais : « le cinéma a un réseau de diffusion que la médiathèque n'a pas »¹⁵⁶. Pour le Mois du film documentaire par exemple, les films sont projetés dans les salles du cinéma : « pour le Mois du film documentaire qui est une grosse opération, on ne le fait pas comme le cinéma le fait déjà, j'estime que les gens sont mieux installés là-bas. S'il n'y avait pas eu le cinéma municipal, on l'aurait fait »¹⁵⁷. Dans le cadre d'un projet culturel sur le Liban, un film a été projeté au cinéma, des expositions et des rencontres ont été réalisées dans la médiathèque, les collections ont aussi été élargies par cette thématique. C'est donc un avantage pour la médiathèque qui peut organiser plusieurs activités en même temps. Le cinéma peut également toucher le public de la médiathèque.

C. Un manque de diversité des publics ?

Pour les deux médiathèques à l'étude, les projections réalisées rencontrent toujours un certain succès, sauf dans les cas où la communication a été mal faite. Par exemple, Christelle Kerdal raconte que lors de la projection *d'Une vie comme une autre* pour le Mois du film documentaire 2023, il n'y a pas eu de rubrique dans le journal local, et « sans annonce dans la presse, il ne se passe rien »¹⁵⁸, le nombre de spectateurs s'est donc élevé à une vingtaine, ou une trentaine de personnes, pour une salle de 180 places. La communication, on l'a vu, est un sujet complexe parce qu'à la fois les médiathèques ne peuvent pas faire de publicité, à la fois elles ont besoin de visibilité, la presse locale est essentielle au bon déroulement des animations parce qu'elle permet de toucher un public plus large que seulement les abonnés qui peuvent recevoir des mails ou se renseigner sur le site de la structure.

Mais pour des projections réalisées dans des conditions « normales », les publics peuvent être variés, mais il y a tout de même des tendances. Christelle Kerdal explique : « Selon les thématiques, ce n'est pas le même public. Mais il y a quand même ce que j'appelle un noyau dur : il y a des gens qu'on retrouve

¹⁵⁶ Annexe 6, p. 129.

¹⁵⁷ Annexe 6, p. 127.

¹⁵⁸ Annexe 5, p. 120.

dans beaucoup de nos animations, c'est notre « public fidèle »¹⁵⁹. A Loudéac, le public est généralement plus spécifique : « Ce sont beaucoup des retraités, jeunes retraités ». Concernant les animations Jeune Public, il n'y a pas trop de difficulté à attirer les enfants. C'est d'ailleurs pour cela que Zoom Bretagne a dans ses propositions aux médiathèques une animation Jeune Public en partenariat avec l'UFFEJ : « Pour l'atelier, la plupart du temps, le jeune public marche bien : il y a une vraie demande »¹⁶⁰.

Il y a quand même des publics difficiles à toucher, notamment de 30 à 40 ans : « l'entre-deux, les 30-40 ans, est très dur à toucher. Les trentenaires viennent surement plus pour leurs enfants que pour eux, en animation jeune ils sont là »¹⁶¹ explique Carole Pécheur. Cependant, c'est une problématique plutôt globale que les bibliothèques rencontrent dans leur fréquentation. Les adolescents, public qui peut aussi être difficile, est néanmoins intéressé par certaines thématiques., la médiathèque de Loudéac et le cinéma ont réalisé des animations autour de Thomas Pesquet, avec des activités comprenant des casques de réalité virtuelle, une projection suivait l'animation. Le public était plutôt jeune, et Carole Pécheur commente : « On fait la même communication pour toutes nos animations donc on sait que l'information passe »¹⁶², preuve que tout dépend de la thématique. La médiathèque d'Hennebont avait organisé une projection dans le cadre de la semaine nationale de la santé mentale, l'évènement avait aussi touché un certain type de public : les professionnels du domaine.

L'aspect régional a aussi son importance, des projections de film sur des sujets historiques ou culturels de la région peuvent toucher plus largement. C'est le cas de *Jeanne Malivel, Un soleil se lève* : « beaucoup de gens connaissent le travail de Jeanne Malivel, ou même sa famille, c'était un public très particulier, et je ne reconnaissais pas les trois quarts. Il y avait quelques habitués mais autrement, je ne pense pas qu'ils étaient d'Hennebont parce que certains sont intervenus et venaient d'autres villes. »¹⁶³ L'aspect local pousse à une certaine

¹⁵⁹ Annexe 5, p. 120.

¹⁶⁰ Annexe 3, p. 105.

¹⁶¹ Annexe 6, p. 126.

¹⁶² Annexe 6, p. 129.

¹⁶³ Annexe 5, p. 120

curiosité, notamment parce que ce sont des films difficilement trouvables autrement, rendant l'évènement plus « inédit ».

Au-delà de la logique d'offre : le lien comme fondement

Dans l'action culturelle, qu'elle soit subventionnée ou privée, l'objectif est le plus souvent d'atteindre un public, c'est-à-dire que des personnes éprouvent l'envie de participer. Je suis convaincu que toute proposition culturelle, dans sa singularité, a quelque part son public naturel. Lorsque la fréquentation est faible, la cause ne réside pas dans l'inadéquation de l'œuvre proposée, mais dans l'absence de lien tissé entre cette proposition et les personnes qu'elle pourrait toucher. L'enjeu consiste donc à établir cette relation, à construire ce pont entre l'œuvre et celles et ceux qu'elle concerne.

L'approche que je défends ici dépasse la simple adéquation entre offre et demande. Comme l'explique Antoine Hennion dans *La Passion musicale* (1993), la médiation culturelle ne se résume pas à la transmission d'un contenu mais implique la construction d'attachements. Il s'agit de travailler d'emblée sur la nature du lien, car la participation culturelle relève avant tout d'une question identitaire : ai-je en moi une connexion profonde qui me fait reconnaître cette activité culturelle comme essentielle à mon parcours ?

Prenons un exemple : j'adore depuis mon adolescence ce groupe de musique que j'écoute régulièrement. Il symbolise pour moi quelque chose de très important, si ce n'est essentiel, dans la construction de mon identité. Lorsque j'apprends que ce groupe se produit dans une grande salle, je me précipite pour acheter des billets. En quelques minutes, des milliers de places peuvent s'écouler. Une analyse superficielle pourrait conclure que c'est une bonne communication qui a généré cette affluence. En réalité, c'est précisément l'inverse : la communication n'a été que l'étincelle. La véritable raison de cette mobilisation réside dans l'importance préalable de ce groupe de musique pour ces personnes. Rares seront dans l'assistance celles et ceux qui découvrent l'artiste. Les néophytes présents auront été convaincus par des proches eux-mêmes profondément attaché·e·s à ce groupe, désireux·ses de partager une expérience commune.

L'illusion de la communication et la réalité du lien préexistant

Nous rêvons que le même processus puisse s'appliquer aux artistes émergent·e·s. La place doit exister pour tout le monde, et le renouvellement nourrit la diversité culturelle, essentielle à notre écosystème créatif et humain. Comme l'affirme l'UNESCO dans la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (2005), cette diversité constitue « *un patrimoine commun de l'humanité* » qui « *devrait être célébrée et préservée au profit de toutes et tous.* »

Le raisonnement habituel postule qu'un artiste avec moins de notoriété nécessite davantage de communication pour créer des occasions de rencontre. Cette logique est elle aussi fautive. Pourquoi ? Parce que le lien n'ayant pas été préalablement tissé, même la communication la plus sophistiquée, la mieux ciblée, se heurtera à cette absence de connexion préexistante. Il convient donc de cultiver ce lien par d'autres moyens.

Les professionnel·le·s connaissent certaines techniques éprouvées. Un groupe émergent de métal industriel peu connu sera programmé en misant sur l'appartenance au genre musical pour toucher les amateur·rice·s de cette esthétique. C'est le principe des premières parties : des artistes établi·e·s accueillent des talents émergents du même univers musical. Cette pratique, devenue presque un dogme dans la programmation des musiques actuelles, permet effectivement de tisser progressivement des liens. Les spectateur·rice·s, venu·e·s pour l'artiste principal·e, découvrent malgré elles et eux de nouveaux horizons qui peuvent, avec le temps, devenir significatifs pour leurs parcours.

L'expérience culturelle comme transformation identitaire

Le lien ne se construit pas uniquement dans la continuité esthétique des propositions. Il faut comprendre l'ensemble des motivations qui conduisent les personnes à participer à une proposition culturelle. Aller au spectacle, visiter un musée ou un monument constitue avant tout une expérience sociale et identitaire. Pourquoi se presser pour voir la Joconde au Louvre dans une salle bondée, alors que des reproductions numériques de qualité exceptionnelle sont accessibles en deux clics sur nos écrans haute définition ?

On ne se rend pas au Louvre pour contempler la Joconde, la distance imposée et le temps limité devant l'œuvre ne le permettent guère. On s'y rend pour vivre l'expérience, personnelle et collective, d'avoir approché le tableau le plus célèbre du monde. Cela s'applique à toutes les propositions culturelles. Je ne nie pas la possibilité d'une découverte ou d'une émotion esthétique authentique dans un musée. Mais ce qui donne sens à notre déplacement, c'est l'importance symbolique de cette visite et la transformation identitaire qu'elle opère en nous.

« *Je suis allé·e au Louvre* » ne construit pas la même identité en tant que personne que « *Je ne suis jamais allé·e au Louvre* ». Nous devenons différent·e·s par cette pratique. Et « *Je suis allé·e au Louvre Abu Dhabi* » construit encore une autre facette identitaire. Je n'évoque pas ici les bénéfices sociaux ou le capital culturel au sens de Bourdieu (*La Distinction*, 1979), mais notre propre identité, transformée par une pratique culturelle. Certaines personnes, néanmoins, ne trouvent aucune résonance dans le Louvre et n'y verraient aucune transformation identitaire, même en le visitant, faute de lien préalable avec leur construction personnelle. Chacun·e possède des critères identitaires différent·e·s, qui peuvent être enrichis, transformés, proposés, et cultivés.

Netflix ou la stratégie du lien algorithmique

Observons comment certaines plateformes contemporaines travaillent cette question du lien. Par exemple, Netflix représente bien plus qu'un simple canal de diffusion. La plateforme est devenue un label identifié : on y trouve des contenus moins convenus qu'à la télévision traditionnelle, mais remarquablement scénarisés et réalisés. Netflix cultive le lien en permanence grâce à une analyse extrêmement fine de ses audiences.

La plateforme ne relève pas d'une simple logique d'offre mais d'une stratégie de lien profond, intrinsèque à sa conception même. Après avoir acquis les droits de séries de qualité, Netflix a analysé les comportements de visionnage avec une précision chirurgicale. L'intelligence artificielle a ensuite orienté la production de leur première série originale, *House of Cards* (2013), dont le cadre narratif répondait précisément aux attentes identifiées. Cette série, d'une grande qualité, a été littéralement conçue pour faire lien avec ce qui importait déjà à de nombreux·ses spectateur·rice·s.

Cette approche (dite « data-driven »), bien qu'efficace commercialement, soulève des questions sur la standardisation culturelle et la prise de risque artistique. Néanmoins, elle démontre l'importance de connaître celles et ceux à qui l'on s'adresse, non pour les flatter, mais pour établir une connexion authentique.

La rencontre comme méthode : vers une connaissance incarnée du territoire

Pour les lieux culturels ancrés dans des territoires, le travail consiste simplement, mais cette simplicité est très exigeante, à aller à la rencontre des habitant·e·s, à les connaître et les reconnaître. Il

ne s'agit nullement de démagogie mais de connaissance de l'autre. Interrogeons-nous honnêtement : quelle part de notre temps professionnel consacrons-nous à la rencontre formelle avec nos publics ? Nous légitimons aisément le temps passé en prospection au Festival d'Avignon ou à au Festival de Cannes pour repérer de nouvelles créations. Mais déployons-nous autant d'efforts pour rencontrer celles et ceux à qui nous nous adressons ?

Sans cette connaissance, comment proposer des œuvres qui résonnent avec ce qui leur importe, qui leur donnent une raison profonde de se déplacer ? C'est tout bonnement impossible. Cette exigence, car c'en est une, ne relève ni de la démagogie ni de la volonté de plaire. Il s'agit de connaître celles et ceux à qui l'on s'adresse. Connaître l'autre, c'est être en lien avec cette personne. De cette relation peuvent naître l'enrichissement mutuel, les surprises, les désaccords féconds, les disputes constructives.

Le lien authentique permet la prise de risque : « *Je te fais confiance, je viens voir tout ce que tu proposes, même ce qui pourrait me déplaire. Cela m'intéresse quand même.* » C'est cela, le lien véritable. Ce lien, il faut le construire, l'activer, le cultiver. Cette responsabilité nous incombe. On ne peut demander aux personnes de faire ce travail à notre place sur la base de quelques affiches, aussi esthétiques soient-elles, ou de publications sur les réseaux sociaux, aussi nombreuses soient-elles.

Cultiver la relation : un processus vivant et continu

Ma proposition est simple dans son énoncé et exigeante dans sa mise en œuvre : organiser dans notre emploi du temps des moments formalisés consacrés à la rencontre avec les personnes auxquelles nous nous adressons. À partir de cette pratique régulière, nous établirons des connexions profondes, nous les connaissons véritablement.

Attention, cette connaissance n'est jamais acquise définitivement. Les communautés évoluent, les attentes se transforment, les identités se recomposent. Il ne s'agit pas de commander une étude de public à un cabinet externe pour connaître une fois pour toutes « les attentes du public ». Je parle exactement de l'inverse : il ne s'agit pas de connaître les goûts ou les attentes d'un public abstrait, mais de se mettre en lien avec des personnes concrètes.

Ce lien passe entre des êtres humains. Ce n'est pas un questionnaire en ligne à remplir, c'est une relation vivante. Les outils numériques et les **bases de données** doivent aussi nous accompagner. Dans un lieu culturel, le travail est collectif, le personnel change, il faut préserver la mémoire des relations tissées. Nous ne pouvons nous permettre de perdre le lien. Car si nous le perdons, nous perdrons bien plus : nous perdrons notre lieu lui-même. **Sans liens, pas de lieux**. La formule peut sembler lapidaire, mais elle résume l'enjeu fondamental de notre action culturelle, à mon sens.

Comme l'écrivait déjà Walter Benjamin dans *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (1935), l'expérience culturelle authentique relève de l'aura, cette « *singulière trame d'espace et de temps* » qui nous relie à l'œuvre (avec bien des nuances, que j'ai documentées dans l'article **L'œuvre d'art à l'époque de sa médiation numérique**). Aujourd'hui, cette aura ne réside plus seulement dans l'unicité de l'œuvre, mais dans la qualité du lien tissé entre les personnes et les propositions culturelles. C'est ce lien qu'il nous appartient de cultiver, patiemment, avec humilité mais détermination et organisation.

L'accélération comme acte de création : dépasser le mythe du déficit d'attention

Le visionnage accéléré, cette pratique désormais courante, surtout pour les jeunes générations, qui permet de consommer des contenus à 1,25x, 1,5x voire 2x leur vitesse normale, est trop souvent réduit à un symptôme de notre époque, qui serait malade de la vitesse et inattentive. On accuse les jeunes de zapping permanent et d'incapacité à se concentrer. Cette lecture est à mon sens erronée : c'est très bien de regarder plus vite les films, les séries, les informations ou autres « contenus » à l'accélééré, ce n'est pas un déficit d'attention, c'est au contraire une exigence d'une qualité de contenu. Je vais essayer de démontrer pourquoi.

Cette exigence se manifeste par une pratique subtile et nuancée. Le.la spectateur.rice qui accélère ne le fait pas uniformément, mais sculpte son expérience en temps réel : par moments, on choisit de se remettre en vitesse normale, quand on sent qu'on est face à un moment de chef d'œuvre qui nous intéresse. C'est une navigation intime dans le flux, une danse de l'esprit avec les images, où chaque changement de vitesse devient un acte critique, une décision esthétique. 59 % des membres de la Gen Z regardent des versions plus longues de vidéos qu'ils découvrent sur des applications de vidéos courtes, démontrant que loin d'être prisonnier.ère.s de formats courts, ces dernier.ère.s naviguent avec agilité entre différentes temporalités. Et d'ailleurs, à l'intérieur même de certaines vidéos créées par des influenceur.se.s, il peut y avoir des moments d'accélération de leur parole, ces dernier.ère.s anticipent l'accélération que leurs spectateur.rice.s feraient.

L'accélération n'est donc pas une fuite mais une quête, celle des moments de grâce, des fulgurances qui justifient le retour à la vitesse « normale ». C'est reconnaître que toute œuvre n'est pas uniformément dense, que le rythme imposé par le.la créateur.rice n'est pas nécessairement le rythme optimal pour chaque spectateur.rice. Cela a à mon avis un excellent impact cognitif, contrairement à ce

qu'on nous dit. Cette agilité cognitive, cette capacité à moduler sa réception en fonction de l'intérêt ressenti, développe une forme d'intelligence critique que les générations précédentes, soumises au diktat du rythme unique de la projection en salle ou de la diffusion télévisuelle, n'ont pas pu développer de la même manière.

De la consommation passive à la co-création : l'affirmation des droits culturels

Cette pratique de l'accélération s'inscrit dans un mouvement plus large de réappropriation culturelle qui trouve son fondement théorique dans les droits culturels, tels qu'énoncés dans la Déclaration de Fribourg de 2007. Les droits culturels visent à garantir à chacun.e la liberté de vivre son identité culturelle, comprise comme « *l'ensemble des références culturelles par lesquelles une personne, seule ou en commun, se définit, se constitue, communique et entend être reconnue dans sa dignité* ». L'accélération du visionnage, en ce sens, n'est pas une dégradation de l'œuvre mais une modalité de son appropriation, un exercice concret du droit de « *participer à la vie culturelle* » reconnu par l'article 27 de la Déclaration universelle des droits de l'homme.

Le.la spectateur.rice qui accélère affirme son droit à interagir avec l'art selon ses propres termes, à ne pas être un simple réceptacle de la vision de l'artiste, mais un.e co-créateur.rice de son expérience esthétique. L'article 5 de la Déclaration de Fribourg garantit la liberté d'expression dans une langue particulière et le droit de « *poursuivre un mode de vie associé à la valorisation de ses ressources culturelles* ». Par extension, pourquoi ne pas reconnaître le droit de poursuivre un mode de visionnage associé à la valorisation de ses ressources temporelles et cognitives ?

L'œuvre n'est plus un objet sacré et intouchable, mais un matériau vivant, ouvert à la réinterprétation, à la recreation, et c'est tant

mieux. D'ailleurs, la bande annonce du film « Film Socialisme » de Jean-Luc Godard (2010) était le film entier (1h40) accéléré en 2 minutes, comme un pied de nez. Jean-Luc Godard aurait certainement adoré que les spectateur.rice.s soient libres de regarder ses films à la vitesse qu'ils veulent. Pourquoi il aurait adoré ? Car il savait que les gens y verraient autre chose que ce qu'il y avait mis lui-même, et c'est bien cela la puissance de l'art, sa récréation par les spectateur.rice.s. Cette vision reconnaît que l'œuvre n'existe pleinement que dans sa rencontre avec un public actif, créatif, qui se l'approprie et la transforme.

L'intelligence de la vitesse : vers une nouvelle littératie médiatique

L'accélération du visionnage constitue un acte d'éducation aux médias et à l'information par la pratique. Elle développe des compétences cognitives spécifiques : la capacité à évaluer rapidement la densité informationnelle d'un contenu, à hiérarchiser les éléments narratifs, à identifier les moments-clés d'une œuvre. Presque deux tiers de la Gen Z envoient des messages sur les réseaux sociaux à propos de séries ou de contenus vidéo. Pendant leur visionnage, ils sont 60% à parler simultanément avec leurs amis. Cette pratique multitâche n'est pas une dispersion mais une augmentation de l'expérience de visionnage par le partage et le commentaire en temps réel. A ce sujet, lire l'article « [La réinvention de la séance collective de cinéma sur TikTok](#) ».

Le.la spectateur.rice devient son.sa propre programmeur.rice, son.sa propre monteur.se, exerçant une curation instantanée des contenus. Cette pratique s'inscrit dans un écosystème médiatique plus large où les 15-24 ans maîtrisent l'art de composer leurs usages à la carte. Ils regardent très souvent les programmes TV en rattrapage, notamment les émissions de télé-réalité et les genres à suspense incitant au « binge-watching ». L'accélération n'est qu'un outil

parmi d'autres dans cette boîte à outils de la réception active.

Cette agilité cognitive, loin de nous abêtir, nous rend plus intelligents, plus conscients de la valeur de notre temps et de notre attention. Comme je l'écrivais dans « **Nuée d'écrans nuancés** » : sur un téléphone, on est exposé.e à une plus grande diversité d'activités, d'interactions et de contenus, et ce, à une vitesse plus grande. Cela demande une agilité cérébrale plus importante, que l'on peut hâtivement qualifier de déficit d'attention ou de superficialité. Mais en termes purement objectifs, le cerveau est sollicité par plus d'informations qu'auparavant, et il n'a jamais été prouvé scientifiquement que cela réduisait l'intelligence.

La résistance des artistes : entre domination et partage

Face à ces nouvelles pratiques, le monde artistique est assez divisé. D'un côté, des créateur.rice.s qui s'offusquent, voyant dans l'accélération une profanation de leur œuvre. Netflix a fait face à une polémique lors du développement d'un player permettant de regarder en accéléré ses programmes, accusé par certain.e.s artistes de porter atteinte à l'intégrité des œuvres. De l'autre, des artistes qui comprennent que l'art vit dans sa réappropriation par le public.

Les artistes qui veulent qu'on « respecte » leur œuvre n'ont pas compris ce que c'était que l'art, ils ont juste compris ce qu'était la domination et la vanité. L'artiste qui exige un mode de réception unique, qui refuse toute appropriation créative de son œuvre, reste prisonnier.ère d'une vision surannée de l'art, fondée sur la domination symbolique et non sur le partage.

La véritable création artistique accepte, voire célèbre, la multiplicité des lectures et des appropriations. Elle reconnaît que l'œuvre, une fois livrée au public, ne lui appartient plus entièrement. Elle vit sa propre vie dans les consciences et les pratiques de celles et ceux qui la reçoivent. L'accélération, le ralentissement, le découpage, le

remontage, le commentaire, la parodie, toutes ces pratiques participent de la vie culturelle de l'œuvre, de sa circulation sociale et historique, de son impact réel sur les imaginaires.

Pour une politique culturelle de la confiance et de l'accompagnement

Les institutions culturelles, héritières d'un modèle de démocratisation culturelle vertical et paternaliste, peinent à intégrer ces nouvelles pratiques. Elles restent souvent prisonnières d'une vision où le public doit être « éduqué » aux bonnes pratiques de réception, où la médiation consiste à traduire le savoir légitime pour des publics supposés ignorant.e.s. Les droits culturels ne doivent pas être pensés comme une limite aux politiques culturelles, mais comme un fondement exigeant la mise en place des politiques qui répondent à nombre de préoccupations.

La révolution numérique a fait de nous tou.te.s des producteur.rice.s et des diffuseur.se.s de contenus, déplaçant le centre de gravité de la culture de l'institution vers l'individu. Les politiques culturelles doivent prendre acte de ce changement de paradigme et passer d'une logique de l'offre à une logique de l'accompagnement des pratiques. Les changements attentionnels auraient un superbe impact, dès lors qu'on respecte les droits culturels des personnes, car elles n'acceptent plus de s'ennuyer devant de mauvais spectacles. Je sais que c'est un peu brutal, mais je pointe une réalité que le secteur culturel peine à admettre : une part significative de la production artistique subventionnée ne trouve pas son public non pas par manque d'éducation de ce dernier, mais par manque d'intérêt réel pour les publics de la part des artistes et des institutions. Il n'y a pas d'adresse. La vraie exigence, elle est dans l'intérêt pour les personnes à qui on s'adresse. C'est donc très bien que les spectateur.rice.s n'en soient plus dupes, car ils et elles ont plus de connaissances qu'avant.