
La connaissance du public

Rapport

BASSY, Alain-Marie

Séminaire des 3 et 4 février 1978

Provenance du document : Service Études et recherche, Bibliothèque publique d'information
Document déposé dans la bibliothèque numérique de l'Enssib
Couverture réalisée par l'Enssib pour les besoins de la numérisation le 3 novembre 2016



Le titulaire des droits autorise l'utilisation de l'œuvre originale à des fins non commerciales, mais n'autorise pas la création d'œuvres dérivées.

LA CONNAISSANCE DU PUBLIC.

RAPPORT PRÉSENTÉ PAR A.M. BASSY

1^E COMMISSION

SEMINAIRE DES 3 ET 4 FEVRIER 1978, DEAUVILLE

LA CONNAISSANCE DU PUBLIC ..

(Deauville, 3 et 4 février 1978).

Remarques liminaires: Avant toute analyse, il m'a semblé que trois remarques liminaires s'imposaient :

- 1) La première remarque concerne la faiblesse de notre connaissance du public et plus particulièrement de nos instruments de connaissance eu égard à l'ampleur du phénomène et au chiffre de population déplacée. D'un côté près de 6 000 000 de visiteurs, circulant librement dans un espace ouvert de plusieurs centaines de milliers de m², selon des parcours chaque fois différents, de l'autre des chiffres grossiers de fréquentation, des variations difficiles à corriger (dans l'ignorance d'autres paramètres), des enquêtes ponctuelles par sondage difficilement systématisables, enfin une disparité des opérations selon les différents "lieux" du Centre (Si les enquêtes furent fréquentes à la BPI, elles l'étaient moins au Musée, ou au CCI). Cette observation sur la faiblesse de notre connaissance est un simple rappel à la prudence dans l'utilisation des chiffres.
- 2) Ma seconde remarque est directement liée à celle-ci. Je veux évoquer le mauvais usage des chiffres et des statistiques. Disraéli disait qu'il existait trois sortes de mensonges "le mensonge simple, le mensonge fieffé, et la statistique". L'utilisation faite par différents journaux et différentes revues des quelques chiffres et statistiques recueillis dans le Centre paraît bien donner raison au ministre anglais. On reste surpris en effet par la diversité des interprétations données aux mêmes chiffres -diversité qui reflète simplement celle des opinions politiques de ces périodiques et donc des a-priori que l'auteur de l'article a, dans chaque cas, reportés sur les chiffres qui lui étaient fournis. Sous la plume de l'un naîtra un "Beaubourg élitiste", et sous la plume d'un autre un "Beaubourg boudé par l'intelligentsia". Abstenons-nous donc de répéter les mêmes erreurs. J'ai préparé à votre intention un bref dossier réunissant les chiffres les plus significatifs recueillis dans le Centre depuis un an. Ces chiffres sont là pour servir de base aux discussions que nous ne manquerons pas d'avoir tout à l'heure, mais gardons nous de plaquer sur eux des significations a-priori.

-3) En effet, et ce sera ma troisième remarque, il me semblerait tout aussi ridicule de prétendre, comme certains l'ont fait, que le Centre a manqué son objectif, puisqu'il n'est pas fréquenté en permanence par des milliers d'ouvriers et des milliers de paysans (qui l'aurait jamais supposé ?), que de contempler avec une satisfaction béate ce nouveau nombril de Paris, capable d'attirer près de 6 000 000 de visiteurs en un an. Outre la diversité, la pauvreté des interprétations données aux chiffres ne laisse pas de m'étonner. Il ne s'agit pas de superposer simplement la réalité aux objectifs vrais ou faux, et de lever ou d'abaisser le pouce pour condamner ou absoudre. Il s'agit bien plutôt de comprendre, à partir des indications recueillies, la nature exacte du phénomène auquel nous assistons et les mécanismes d'ordre socio-culturel qui, de façon parfois incontrôlée, ont été mis en jeu; et c'est précisément ce à quoi je vais m'efforcer.

Le Centre G.Pompidou a connu, dans la presse, des avatars multiples: On l'a comparé à une raffinerie, un supermarché, et même à King-Kong. Aussi puis-je me sentir l'esprit libre si je hasarde à mon tour une comparaison. L'aventure de Jonas, dans la bible, m'en fournira, si vous le voulez bien, le prétexte. Jonas a désobéi à Dieu et c'est pour cette raison qu'embarqué sur un navire, il est jeté dans les flots pour apaiser la tempête. Jonas ensuite est englouti par un poisson aussi énorme que le Centre. Jonas enfin est rejeté, transformé et converti sur la grève. Ces trois épisodes m'offrent une trame que, dans mon analyse, je me permettrais de suivre :

1. La faute originelle de Jonas : je voudrais tenter de démonter les mécanismes d'effets pervers qui ont pu déjouer, involontairement, les visions et les objectifs de départ.
2. Jonas dans la baleine, c'est le public dans le Centre et l'analyse du syndrome de mythification du Centre par ce public.
3. Jonas rejeté sur la grève: nous tâcherons d'apercevoir quelles sont, en profondeur, les transformations réelles qu'un Centre comme celui-ci peut opérer sur son public.

1. La faute de JONAS : les effets pervers.

Le public du Centre a-t-il désobéi aux ordres divins ? C'est là la première question.

Un fait, d'entrée de jeu est frappant. C'est l'écart qui existe entre toutes les prévisions, toutes les estimations préalables et la réalité de la fréquentation quotidienne que nous connaissons. L'écart est déjà significatif lorsque l'on considère les chiffres absolus de fréquentation prévus et réels (la fiche n° 2 du dossier vous en donnera un bon exemple). Comment dans ces conditions ne le serait-il pas au niveau des comportements?

Un second fait vient s'ajouter à celui-ci. C'est là difficulté que chacun de nous éprouve à contrôler les évolutions de ce public et à enrayer certaines réactions en chaîne. La BPI pouvait bien souhaiter mettre à la disposition du public des postes d'information et d'écoute musicale et une médiathèque de documentation audio-visuelle en langues étrangères, le public n'ya vu (et ne continue à y voir) qu'une discothèque et un laboratoire de langues.

Ces deux faits aboutissent à la même conclusion. Il n'existe pas de déterminisme socio-économico-culturel infallible. Il ne suffit pas de choisir un type d'action et de la mettre en place pour agir comme prévu sur tel ou tel groupe social. Il existe une indépendance, et une imprévisibilité, des individus et par réaction cumulée des groupes sociaux face au conditionnement élémentaire et au déterminisme simpliste. Ainsi voit-on apparaître, pour reprendre le vocabulaire de Raymond Boudon, une série d'"effets pervers". Entendons-nous bien sur le mot. Ces effets ne sont pas pervers parce que ceux qui les ont produits avaient des intentions perverses, mais au contraire parce qu'il s'agit d'effets seconds, incontrôlables le plus souvent par le promoteur du projet et qui viennent "pervertir" le dessein originare et le but même de l'action. On ne saurait être étonné que le Centre G.Pompidou, qui touche des masses de population aussi considérables, fût le théâtre d'un certain nombre de ces effets pervers.

Il est probable en particulier que deux des phénomènes les plus significatifs observés par les enquêteurs -le tassement, au cours des mois, de la représentation des classes moyennes et non-intellectuelles, et le clivage des publics selon les lieux fréquentés -, soient le produit de ces effets pervers ou plus exactement de quatre séries distinctes d'effets pervers que j'appellerai

- les effets de nombre
- les effets de pratique
- les effets de différenciation
- les effets d'amplification.

11. Les effets de nombre.

Le premier effet pervers est un effet qui est bien connu des automobilistes sous la forme de l'embouteillage. De même que les automobilistes ne font pas "express" de se trouver à la même heure au même endroit, les usagers du Centre ont répondu à des sollicitations multiples et souvent bien différentes. -depuis la simple curiosité jusqu'au désir très précis de voir tel tableau ou de consulter tel livre-. Il faut constater que la publicité faite pour le Centre, à l'inauguration, misait avant tout sur cette ouverture, la plus large possible, des motivations (regarder, admirer, jouer, créer, etc...). On a ainsi fabriqué un éventail trop large de motivations, auquel il fallait ajouter cette motivation vide qui consiste à aller chercher sur place le motif de sa visite. De la sorte, on observe, tout au long de l'année une utilisation

"saturée", voire dans certains cas une surutilisation du Centre, en regard des objectifs prévus : l'exemple le plus caractéristique est sans doute celui de la BPI prévue pour 3 à 4000 visiteurs/jour et qui en reçoit 7 à 8 000 (et même 12 000 pendant le week-end). On a vu apparaître des files d'attente, des embouteillages, parfois générateurs de mauvaise humeur.

Cet effet de nombre, imprévu et difficilement contrôlable, a entraîné deux réactions :

- La première était observable chez les responsables des départements du Centre, au niveau de la prise de décision. L'affluence n'a pas permis à certains organes de fonctionner comme il était prévu. Il a fallu s'adapter à la situation, modifier des plans, renoncer à certains principes ou à certaines fonctions. Pensons seulement à la médiathèque de langues qui devait être en libre accès, et qui dès le premier jour a dû, en raison de l'affluence, fonctionner par un système de rendez-vous. (Même chose pour l'atelier des enfants, la cafeteria, etc..)
- La seconde conséquence de cet effet de nombre justifie en partie l'évolution de la ventilation socio-professionnelle du public. L'affluence des premiers mois était telle (et le type de publicité faite si assimilable à celui de produits non-culturels) qu'elle a pu donner au Centre l'aspect d'un vaste rassemblement populaire, à laquelle l'élite intellectuelle a, par une réaction bien connue, hésité à se mêler. Cette élite a donc boudé le Centre pendant les premiers mois, et c'est ce qui explique la sur-représentation des classes moyennes et la sous-représentation des classes supérieures lors des premières enquêtes des mois de Février-Mars. Au contraire, quelques mois plus tard, cette élite intellectuelle, qui avait seulement différé sa visite, s'est alors rendue au Centre. C'est ce qui justifie sa remontée au mois de Juin, qui est renforcée par la diminution en chiffres absolus des couches moyennes ou non-intellectuelles. Cette diminution s'explique, quant à elle, par une seconde série d'effets pervers que j'appellerai les effets de pratique.

12. Les effets de pratique.

Cette seconde série d'effets pervers est sans doute celle qui manifeste le mieux le divorce involontaire entre les moyens utilisés et la fin souhaitée. Je l'ai dit, la promotion du Centre à l'origine (affichage dans le métro, soirée "France Soir", écho sur les postes périphériques de radio et sur les chaînes de télévision) visait un public très large, et, plus particulièrement les catégories populaires ou non-intellectuelles de la population de l'agglomération parisienne. On souhaitait initier une pratique chez ceux qui n'en possédaient pas. Et, de fait, ces catégories ont été touchées et sont venues. Mais, on le constate également, ce sont elles qui ont porté les critiques les plus vives contre le Centre, et le taux de satisfaction augmente depuis que leur représentation diminue. Essayons d'interpréter le phénomène. Le Centre, exception faite de la BPI qui exige une participation individuelle, répond à un schéma traditionnel de la muséologie (n'a-t-on pas longtemps parlé du Musée Pompidou pour désigner le Centre ?) Or ce schéma est fondé sur l'admiration. Qu'il s'agisse du Musée d'art moderne ou du Centre de création Industrielle -dont l'action pour le grand public ne se manifeste guère que par ses expositions- nous retrouvons dans chaque cas le même schéma fondé sur le regard et sur l'admiration. Or, chez les classes populaires et non-intellectuelles -de nombreuses études sociologiques comme celles de Bourdieu l'ont prouvé- l'admiration ne peut être, en l'absence d'autres ressources culturelles, que, ou historique (" C'est très ancien, cela a plus de 20 siècles, faire une chose pareille à cette époque là.."), ou laborieuse ("Cela représente tout de même un énorme travail..."). Dans cette situation, que voyons-nous ? Le CCI propose des objets qui ne peuvent susciter l'admiration historique

(les classes populaires ne peuvent admirer une moulinette ou une paire d'après-ski) . Et le Musée propose des objets qui ne peuvent susciter l'admiration laborieuse (Eternelle réflexion devant la peinture contemporaine : "C'est un dessin de gosse, donnez moi des pinceaux, j'en fais autant en cinq minutes"..) . Le véritable problème, comprenons-le bien, se situe ici dans un hiatus entre l'a-priori sur le comportement (puisque tout donne l'apparence d'un musée ou d'une exposition, il faut se comporter comme dans un musée ou une exposition) et les objets culturels présentés (objets de la vie quotidienne, peinture abstraite, etc..). Cette antinomie ne pouvait se résoudre que par l'invention d'autres formes de participation à la culture qui rejetassent définitivement le schéma muséologique traditionnel et les comportements qu'il appelle obligatoirement.

Là ne s'arrête pas cependant cette série d'effets pervers.

Nous sommes en présence, je le rappelle, de catégories de population dont le comportement stéréotypé s'exerce en quelque sorte à vide, puisqu'il ne trouve pas d'objet susceptible de le justifier. Aussi allons-nous voir s'opérer un curieux transfert, une sorte de déviation du comportement. Ces classes moyennes, non-intellectuelles vont reporter leur attitude estimative, et admirative, des objets présentés et du Centre lui-même à ses leur origine commune, c'est à dire au coût qu'ils représentent. En somme, le prix des choses est le seul signe sublime susceptible à la fois de les toucher et de polariser, de fixer un comportement injustifié ("Cela a dû coûter des milliards"). Ce déplacement de l'objet culturel à son coût suscite une réaction généralisée d'appropriation collective de l'espace et des choses. L'âme du contribuable se réveille. Chacun se sent propriétaire, grâce aux impôts qu'il a payés, d'une petite partie du Centre. Chacun estime avoir acheté le droit d'user et d'abuser, et celui "d'occuper l'espace". C'est là une réaction tout à fait originale et fondamentalement différente de celles qu'on peut observer dans d'autres lieux culturels. Le Louvre et ses richesses appartiennent à l'histoire, et donc au seul représentant de l'histoire, l'Etat. Nul ne se sent propriétaire des murs ou des objets. Il en va autrement au Centre G.Pompidou. Le Centre a été "payé" -c'est ce qui explique certaines réactions : mauvaise humeur devant l'entrée payante du Musée, des expositions, etc...-

La permissivité, l'affluence même dans les premiers mois se justifient largement par ce désir d'appropriation de l'espace, ce souhait primitif, tribal, et souvent obscur de signer en quelque sorte son passage, sa présence à Beaubourg ("Je suis allé à Beaubourg". "Vous n'êtes pas allés à Beaubourg?").

Très souvent cet effet en entraîne un second: c'est la méfiance, la suspicion et, à terme, l'idée de "complot Beaubourg". Le Centre a été payé par le contribuable et le contribuable n'y trouve pas matière à le satisfaire. Il faut donc bien que ce Centre satisfasse quelques individus, rapporte à quelques individus. Qui seront-ils ? La réponse est simple : les technocrates, bien entendu, que je serais tenté d'appeler les "technodiables", tant dans la mythologie populaire contemporaine, le technocrate semble avoir repris tous attributs autrefois dévolus au Malin : invisibilité mais toute-puissance, avatars multiples mais anonymat unique et inspiration identique, désir apparent de faire le bien mais fatalité à faire le mal, orgueil et démesure.

Par cette succession d'effets pervers, on voit comment les classes modestes et non-intellectuelles, faute d'une invention par le Centre de nouveaux moyens d'accès et de participation à la culture, voire de pédagogie culturelle, ont pu dans certains cas renoncer à venir dans le Centre une seconde fois, ou se limiter à certaines parties du bâtiment.

13) Les effets de différenciation.

La troisième série d'effets pervers concerne, de fait, la différenciation,

le clivage intervenu au cours des mois dans le public selon les lieux fréquentés. La fiche 14 du dossier est éclairante à cet égard: ce ne sont pas les mêmes catégories sociales, culturelles, professionnelles qui fréquentent le Musée, la Bibliothèque, les expositions du CCI, le Forum, les salles de spectacles; etc.. Le principe même du Centre intégré semble ainsi se trouver remis en cause. Tentons une fois encore, de démonter le mécanisme.

Le Centre G.Pompidou offre au public, dans un lieu unique, différents types d'accès à la culture contemporaine. Reconnaissons toutefois qu'il s'agit plus de pluridisciplinarité que d'interdisciplinarité véritable. Pour le public, il s'agit d'une juxtaposition d'entités facilement assimilables au connu: Musée, expositions, bibliothèque, salle de spectacle, etc.. Aucune fusion réelle, aucun passage autre que matériel n'assure la transition d'un ensemble à l'autre. Pourtant l'unité de lieu existe.

Cette contradiction fait naître une réaction imprévue. Le public a sous les yeux, présentés conjointement, différents outils d'accès à la culture. Aussi est-il amené à faire des comparaisons, des classements, et à terme des choix parmi eux, alors qu'ils sont incomparables et hétérogènes par nature. Nul n'aurait jamais songé à comparer le Musée du Louvre à la Bibliothèque Nationale ou le Musée Carnavalet au Théâtre de la Ville. C'est cependant le phénomène qui ici se produit, et qui cause à terme les clivages observés dans la population du Centre selon les lieux de fréquentation.

De façon assez pittoresque cet effet pervers rejaillit sur les responsables du Centre. Dans cette situation, on va bientôt souhaiter disposer d'études comparatives de fréquentation des divers départements ou établissements. On les compare, on les classe selon le nombre des entrées ou la ventilation des populations représentées. De l'intégration on en arrive involontairement, par une série d'effets pervers, à une mise en concurrence dépourvue de fondement

14) Les effets d'amplification

Tous les phénomènes que nous venons d'observer tendent à s'accroître, semble-t-il, au fil des mois. Cette accentuation est, elle aussi, le résultat d'un effet second, qu'on peut appeler l'effet d'amplification. Cet effet résulte de deux causes.

D'abord, la substitution au cours de l'année d'une publicité de bouche à oreille à la publicité tous azimuts voulue par le Centre à l'ouverture. Les personnes satisfaites amènent à leur tour des amis ou des parents. Les plus critiques au contraire ne recrutent guère autour d'elles. Dès lors les recrutements en chaîne se font de plus en plus dans les mêmes catégories socio-professionnelles.

Cette amplification des écarts est renforcée encore par le système des correspondants du Centre, cette sorte de sublimation culturelle des clubs Tupperware. Ce système officialise en effet l'initiation et le bouche à oreille. Il tend donc à assurer à la fois la permanence et l'amplification d'un recrutement au sein des mêmes catégories (c'est à dire en général des catégories culturelles). Le correspondant a en effet assez souvent une fonction ou une activité culturelle au sein d'un groupe (entreprise, association, milieu scolaire ou universitaire). Il est spontanément porté en outre à prendre contact avec des personnes qu'il juge susceptibles d'être intéressées par ce type d'activités culturelles. Au lieu d'étendre l'éventail de recrutement, le système des correspondants, s'il augmente le nombre des visiteurs, tend donc cependant à assurer la permanence d'un recrutement type et l'amplification des écarts socio-culturels observés au bout de quelques mois.

On voit ainsi, comment, à travers ces quatre séries d'effets pervers, une certaine part du public qui, les premiers mois l'ont prouvé, pouvait être touché, risque si l'on n'y prend garde de disparaître par suite d'une confusion initiale dans l'esprit du public comme dans l'esprit des promoteurs du Centre entre objet de culture et pratique de culture.

Près de 6 000 000 de visiteurs cependant ont cette année parcouru le Centre. A travers les observations, les lettres, les cahiers de remarques, les enquêtes, peut-on parvenir à dessiner "l'image d'une idée" . L'image de l'idée que ces visiteurs se sont faits du Centre. Jonas à présent est dans la baleine : comment, dans cette situation, se la représente-t-il ?

2. Jonas dans la baleine : l'image mythique du Centre.

Le séjour de Jonas dans le ventre de la baleine est à l'origine d'une image mythique de celle-ci. Jonas dans la baleine n'est pas innocent. Il le sait. Il le sent. De la même façon aucune visite à Beaubourg n'est véritablement innocente. Se rendre à Beaubourg ce n'est pas seulement exercer une pratique culturelle élémentaire (aller à une exposition, visiter un musée, consulter des ouvrages en bibliothèque). C'est toujours d'une certaine façon prendre parti, assumer volontairement ou involontairement une responsabilité, un choix. C'est s'exposer aux reproches, aux discussions, aux curiosités, aux questions ("Vous êtes allé à Beaubourg? Qu'en pensez-vous ? Moi je...")

Jusqu'à présent, il faut bien observer qu'il n'existe pas de transparence du Centre, du bâtiment, du phénomène. On ne peut oublier que l'on est dans le Centre Beaubourg. Si je vais voir une exposition au Grand Palais, à Paris, le Grand Palais n'a aucune importance, il est transparent. Je pourrais voir la même exposition à Cambrai ou à Montauban, l'exposition seule a dans la circonstance une importance. Beaubourg au contraire est, dès le premier jour, devenu un mythe, et ce mythe constitue une sorte d'écran opaque à travers lequel les objets de culture sont aperçus.

Chez tout visiteur du Centre, on décèle encore aujourd'hui ce syndrome de mythification, avec lequel il faut compter, et qu'un psychanalyste pourrait un jour s'amuser à étudier.

Les trois piliers du mythe sont le monstrueux, le mystérieux et l'ambigu.

21. Le monstrueux.

Est monstre tout ce qui dérange l'ordre naturel, l'ordre établi. A ce titre Socrate est un monstre dans la Cité. A ce titre Beaubourg le "dérangeant" est lui aussi un monstre.

• Il est monstre, en premier lieu parce qu'il est unique en son genre, seul en France, seul au monde, sans pareil, gigantesque exception de la grammaire culturelle, amer respectable sur la plate étendue de la culture. Ce caractère exceptionnel, unique, n'est pas étranger à son ambiguïté fondamentale : qu'on songe au sentiment trouble d'admiration et d'agressivité du public provincial à l'égard du Centre ("Tout pour Paris. Rien pour la Province...")

• Le Centre G.Pompidou est également monstrueux et anti-naturel par sa situation géographique, par sa taille, par son fonctionnement. Tout en lui est dérangement et dilatation du naturel. Tout y est performance, ou sophistication technique. Il est impossible d'y tout voir, d'y tout faire.

- Enfin, comme la baleine de Jonas, le Centre prend pour le public, l'aspect d'un animal énorme et docile, soumis à une volonté supérieure et inconnue : celle de ces "ils" ou de ces "vous" anonymes, puissances obscures qui président aux destinées du Centre et qu'on invoque à longueur de pages dans les cahiers de réclamations ("Pourquoi n'ont-ils pas plutôt construit le Centre à la Défense ?" "Pourquoi n'avez-vous pas doublé les escalators par des escaliers..") Qui pénètre dans le Centre se sent voué à ces forces inconnues. Un sentiment souvent apparaît : celui d'une perte de maîtrise , d'une sorte d'irresponsabilité dans le ventre de la baleine, la sensation d'être manœuvré, manipulé, conditionné, l'impression qu'"ils" ont tout prévu pour que vous agissiez selon "leurs" plans: les compteurs, les tourniquets, les sens interdits, les caméras et les walkie-talkies des agents de sécurité (qui semblent scander les parcours) contribuent à donner à une large partie du public la sensation d'un itinéraire discrètement piégé.
- Ce caractère monstrueux suscite une réaction d'opposition et de ce fait de retour à l'humain, de reconnaissance de l'homme par l'homme. Les regroupements, la "grégarité" tant de fois observée dans le Centre, la facilité avec laquelle se constituent les groupes, naissent obscurément de ce sentiment d'insécurité face au monstrueux, et du besoin indistinct d'une reconnaissance et d'un rassemblement de tout ce qui est humain.

22) le mystérieux.

L'insécurité est accentuée par la sacralisation, la religiosité, le mystère qui entourent le Centre G.Pompidou. Sans parler à nouveau du mode de recrutement initiatique par le système des correspondants, le bâtiment lui-même apparaît comme un microcosme, un monde clos, échappé du réel, auquel seule une étroite ouverture donne accès. A l'intérieur de ce monde, au long d'un étroit boyau qui demeure le passage obligé vers le Saint des Saints, s'ouvrent d'autres mondes clos eux aussi -bibliothèque, Musée, expositions- dont l'accès est aussi étroit que le précédent. Une carte magnétique, mystérieuse et chiffrée qui ne porte aucune inscription, introduite dans la gueule d'un Cerbère en acier inoxydable permet seule de franchir ces différents seuils.

L'impression dominante n'est donc pas celle de l'ouverture à tout vent, comme certains le souhaitaient au départ, mais plutôt celle de la pénétration dans un monde différent, d'une régression étrange -pour parler le langage de la psychanalyse- , parfois accompagnée d'un malaise de claustrophobe.

La déambulation dans le Centre prend l'aspect d'un parcours initiatique. Jonas dans la baleine avait la vision de "mystères incompréhensibles". Dans le Centre aussi l'incapacité à tout voir, à tout comprendre, à tout assimiler, le sentiment à la fois frustrant et exaltant de contempler des oeuvres uniques mais de laisser échapper l'information qu'elles recèlent sont profondément ressentis par les candidats à l'initiation sacrée.

Tous, -c'est un terme qui revient de façon significative- sont en quête d'une certaine "image de la culture" ("Beaubourg donne une image juste de la culture contemporaine" " C'est cela l'image de la culture...eh bien, ce n'est pas joli"). On comprend dès lors le sens du parcours initiatique dans le Centre. C'est un itinéraire où, constamment, chacun confronte sa vision à ses a-priori. Car, ne nous y trompons pas, ceux qui prétendent chercher une "image de la culture" sont précisément ceux qui, a-priori, ont une certaine image de la culture. Selon que ce qu'ils voient correspond ou non à cet a-priori, ils absolvent ou condamnent. Ils participent plus avant à la cérémonie sacrée ou ils s'en excluent d'eux mêmes. On voit ici le danger qu'il peut y avoir à substituer comme on l'a fait un système de révélation initiatique à un système de pédagogie d'initiation. S'excluront nécessairement ceux qui n'ont pas les moyens culturels d'interpréter et d'assimiler les révélations.

23) l'ambiguïté

En somme le Centre fonctionne comme un monde intermédiaire entre le monde réel et le monde culturel, et ses significations sont radicalement ambiguës. Monde intermédiaire puisqu'on y découvre, dans les galeries du CCI par exemple, les objets du monde réel, du monde quotidien, mais le point de vue sur les choses est profondément modifié. L'objet ne sert plus à l'action; il est là simplement pour être vu, pour être vu autrement. Monde ambigu surtout comme le poisson de Jonas : le poisson qui engloutit le prophète est-il destiné à le dévorer et donc à le punir, ou à le sauver ? De même les utilisateurs du Centre restent indécis: ce monstre est-il destiné à nous détruire ou à nous sauver? Est-ce le symbole de la fin d'une culture ou le début d'une ère nouvelle de la culture? L'ambivalence de la signification du Centre est toujours profondément ressentie : elle commande des symptômes ambigus d'admiration méfiante, d'agressivité enthousiaste, d'approbation "pas dupe", qui tous, à des degrés divers contribuent à cette mythification systématique, que les mass-media ne font qu'accentuer. L'une des premières enquêtes de P.Bourdieu concluait que le Centre est avant tout "une gigantesque machine à faire parler". Et le mythe, le "muthos", est à l'origine parole.

La baleine cependant rejette un jour Jonas sur la grève. Quelles sont les transformations qui se sont opérées en lui ? Qu'en retire-t-il ? Et à la per-
version d'origine ne vient-il pas répondre un effet positif?

-3, Jonas rejeté sur la grève : les effets positifs.

Qu'ils se trouvent être, par un curieux retour, l'aboutissement d'effets pervers, ou qu'ils soient dans certains cas l'effet premier d'une action menée en ce sens, certains résultats positifs sont observables, qui laissent à penser qu'une action en profondeur est possible.

Au nombre de ces effets, j'en vois trois qui me semblent particulièrement remarquables:

- l'importance inhabituelle de la population scolaire et les résultats qu'on peut attendre d'un effort pédagogique-initiatique.
- la transformation progressive des comportements culturels de l'usager de bibliothèque, de musée, d'expositions, etc..., même s'il s'agit des catégories sociales cultivées.
- la valeur d'expérience pilote et le souhait récurrent de voir se multiplier semblables tentatives

31. Les scolaires.

La population scolaire se trouve en proportion tout à fait inhabituelle dans un lieu culturel aussi complexe, et tout particulièrement dans la Bibliothèque -alors que, souvenons nous-en, nous ne fréquentions guère au même âge les bibliothèques, et la visite des Musées nous ennuyait souvent profondément-. Or, depuis l'ouverture, nous constatons :

- . que le nombre des scolaires en groupe ou en visite individuelle ne cesse d'augmenter.
- . que les scolaires se sentent spontanément à l'aise, "chez eux" dans le centre (peut-être parce qu'ils échappent au travers de "propriétaire" mécontent du contribuable)
- . qu'ils sont parmi ceux qui apprennent le plus rapidement à "utiliser" le Centre et à tirer profit de toutes ses ressources.
- . qu'ils sont parmi les plus satisfaits du Centre (le débat sur l'architecture extérieure ne les concerne pas), et qu'ils reviennent désormais fréquemment. Nous avons pu, dans la Bibliothèque, observer à maintes reprises cette satisfaction enthousiaste.

C'est là un point particulièrement important. A la limite j'oserais dire

qu'il est moins grave que certaines catégories modestes ou non-intellectuelles se désintéressent du Centre si leurs enfants en revanche s'y attachent. Grâce à cet heureux contact entre les scolaires et le Centre ("C'est chouette tout ce qu'on peut faire...") se crée progressivement une nouvelle image de marque de la bibliothèque, une nouvelle image de marque du Musée, de l'exposition, du concert, du spectacle. Ne rêvons pas : Beaubourg seul ne changera pas la face du monde et n'entraînera pas à la culture toute la génération future. Il conviendra que le Centre soit suivi d'autres réalisations du même type. "Mais nous tenons certainement là la chance de convaincre une génération de scolaires qu'ils peuvent trouver dans une bibliothèque, dans un Musée, dans une exposition dans un spectacle, une information ou une activité conforme à leurs désirs et à leurs goûts. L'image d'une bibliothèque triste, administrative, poussiéreuse et moralisatrice s'efface, comme s'efface aussi l'image des tristes visites au pas de course des Musées le mercredi après-midi. Il est bien entendu que cet intérêt doit être guidé, orienté, pédagogiquement conduit. C'est un problème d'accueil et de pédagogie : d'autres en parleront mieux que moi. Il n'en reste pas moins que le "boom" scolaire est sans doute l'un des phénomènes les plus spectaculaires et les plus positifs que nous ait donné d'apprécier l'observation du public.

32. Les comportements culturels.

Dans toutes les études statistiques menées jusqu'à présent à Beaubourg, on a systématiquement privilégié le quantitatif sur le qualitatif. Peut-être, dans un premier temps, est-il tout aussi important de modifier les comportements culturels traditionnels (c'est à dire ceux des classes cultivées) que de rallier à tout prix à la cause de la culture d'autres catégories sociales non préparées à la recevoir. Expliquons nous : la bibliothèque, le Musée, le CCI, par leurs modes d'action, dynamitent l'attitude érudite au profit d'un comportement informatif plus actif, qui repose sur la libre appréciation du document, voire sa discussion ou sa remise en cause. Dans la bibliothèque et la Salle d'actualité, le libre accès aux documents, la présence de moyens audio-visuels devant lesquels les classes cultivées sont, conceptuellement, aussi démunies que les catégories non-intellectuelles, les débats où chacun peut librement s'exprimer; dans le Musée la réduction au strict minimum des notices et commentaires imposés, la possibilité de consulter des oeuvres de "réserve", la documentation artistique : tous ces éléments suscitent chez les classes cultivées une position critique, un libre examen, un libre investissement de soi-même face à l'information. Ce sont des attitudes bien différentes du comportement respectueux et laudatif traditionnellement observé. C'est à mon avis sur les comportements, les stratégies de la lecture ou du regard que devraient à l'avenir porter les études menées dans le Centre G. Pompidou.

33. Une expérience pilote : vers la banalisation du Centre ?

Cette modification en profondeur des comportements culturels, comme la transformation en profondeur de l'image de marque des lieux culturels, ne pourra bien entendu s'opérer que dans la mesure où des initiatives du même type que Beaubourg seront appelées à se multiplier (certaines réalisations existent déjà dans de grandes villes de province). C'est à la fois une constatation optimiste et la traduction d'un souhait. Parmi le public en effet, la satisfaction est grande (la fiche n° 17 du dossier le prouve assez). Même chez ceux qui adoptent les positions les plus critiques -en particulier chez les provinciaux- le désir de voir l'expérience reproduite est constant. Sans doute faudra-t-il alors corriger certaines données, enrayer dès le départ les effets pervers identifiés (mais on en trouvera assurément d'autres) : il est cependant certain que le public est conscient de ce rôle d'expérimentateur, de pilote et de banque générale d'information que peut jouer le Centre (et

même qu'il doit jouer, selon lui). Il ressent Beaubourg comme une expérience dont il a conscience d'être l'objet, et il souhaite que l'expérience porte ses fruits ici et ailleurs, qu'elle soit exploration et incitation.

En devenant pilote d'opérations du même type, le Centre G.Pompidou verrait peu à peu s'effriter son image mythique. On s'orienterait vers une banalisation du Centre. Le mythe qui aujourd'hui encore, nous l'avons vu, constitue l'écran opaque qui entrave une utilisation libérée, s'effacerait progressivement. Le Centre gagnerait en efficacité ce qu'il perdrait en légende.

Ainsi verrait-on la culture mieux servie et plus accessible, les ordres divins moins pervertis.... et Jonas à Ninive.

---oooOooo---

SOMMAIRE

N° de FICHE	TITRE	LES CHIFFRES MARQUANTS
1	UN PUBLIC QUI, DES L'ORIGINE, INSPIRE LES PRONOSTICS....	
2	... MAIS QUI SOUVENT DEJOUE LES PREVISIONS D'HIER ...	10 à 13.000 visiteurs/jour prévus
3	... BIEN QUE CERTAINES DE SES REACTIONS D'AUJOURD'HUI FUSSENT DEJA DISCERNABLES	13 % pour une bibliothèque
4	UN PUBLIC QUI EXCITE TOUTES LES CURIOSITES	
5	UNE FREQUENTATION SOUVENT SUSCITEE PAR LES MEDIAS	66 % informés par les medias
6	UNE FREQUENTATION SOUTENUE	20.000 visiteurs par jour
7	UNE FREQUENTATION VARIABLE SELON LES JOURS ET LES HEURES	Pointes de 14 h-15 h à 18 h - 19 h
8	UNE DUREE DE VISITE VARIABLE SELON LES LIEUX	Centre: moins de 2h; BPI: 2 h et plus
9	UN CHANGEMENT DANS LES MODES DE VISITE	Seuls: 33 %; à plusieurs: 65 %
10	UN EQUILIBRE RELATIF DES SEXES	Hommes: 50 à 54 %
11	UN PUBLIC JEUNE	Moins de 34 ans : 72 %
12	L'AGGLOMERATION PARISIENNE EN MAJORITE	73 % dans le Centre, 83% dans la BPI
13	UNE NETTE EVOLUTION DES REPARTITIONS SOCIO-PROFESSIONNELLES ET SOCIO-CULTURELLES	Classes moyennes Février: 58,8% Juin: 34,2%
14	CLIVAGES ET DIFFERENCIATIONS DES PUBLICS	Classes supérieures: BPI: 21% Expos Musées: 45,4 %
15	LA B.P.I.: UNE ENTITE ORIGINALE ?	34,40 % ne viennent que pour la BPI
16	HABITUDES ET RETOURS	53 à 55 % d'habitues
17	UNE LARGE SATISFACTION	66,8 % enthousiastes ou favorables

1. UN PUBLIC QUI, DES L'ORIGINE, INSPIRE LES PRONOSTICS...

Du jour où le projet du Centre G. Pompidou fut élaboré, la composition et le comportement de son futur public ont été les objets de débats parfois passionnés et ont suscité, chez les sociologues, les politiques ou les responsables du Centre des pronostics divers.

La pièce à conviction :

extrait d'une lettre adressée le 17 décembre 1973 par M. Augustin Girard, responsable du Service des Etudes et Recherches au Ministère de la Culture à M. Claude Mollard.

"vous vous demandez quel sera le public potentiel du futur Centre Beaubourg lorsqu'il ouvrira.

Avant toute étude du sujet, je crois pouvoir "prophétiser", sans grand risque d'erreur, les points suivants :

1°- Dès son ouverture, le premier problème sera celui d'une surcharge de public : il faut compter qu'il sera visité par 2 à 4 millions de personnes pendant la première année, tout comme Orly.

Il y a parmi ces personnes, qui seront surtout motivées par la curiosité, et par le goût de passer quelques instants dans quelque chose qui soit vraiment de leur siècle, plusieurs catégories.

Il y aura déjà le public des expositions. Ce public se divise lui-même en quatre types de public :

- le très grand public qui est celui qu'on a vu à l'exposition Toutankhamon, qui représente 1.200.000 personnes ;

- le grand public, tel qu'on l'a vu à l'exposition Picasso, qui représente 600.000 personnes,

- le public normal qui est celui que l'on voit aux expositions Van Gogh, Vermeer, Braque, etc... qui représente 300.000 personnes,

- et enfin, le public spécialisé que l'on voit aux expositions du C.N.A.C. ou à certaines expositions du Louvre qui représente 30.000 personnes.

2°- Je pense que vous aurez aussi le public que l'on voit aux ouvertures des Maisons de Jeunes : un public de jeunes, auquel se mêlent des bandes, des marginaux, et qui souvent ont un moment de saccage. Ce public disparaîtra rapidement, mais je le mentionne car je pense qu'il se posera au début, beaucoup plus que par la suite, des problèmes de sécurité.

.../...

1. UN PUBLIC QUI, DES L'ORIGINE, INSPIRE LES PRONOSTICS...

3°- Une fois que l'effet de curiosité sera retombé (au bout d'un an) et si j'exclus le public étranger de mai à septembre, qui sera considérable, et pour lequel il faut prévoir des visites guidées comme celui des simples curieux, il se posera le problème du vrai public du Centre Beaubourg.

Il est certain que l'ouverture du Centre Beaubourg ne changera rien aux grandes contraintes socio-culturelles qui pèsent sur la vie culturelle des Français. Le public potentiel du Centre Beaubourg est donc celui que l'on rencontre d'ores et déjà dans les Maisons de Culture ou au Festival d'Avignon ; il comprendra environ 75 % d'enseignés et d'enseignants. Une brève étude à partir des statistiques de l'I.N.S.E.E. permettrait de savoir ce que représentent, au niveau de la région parisienne, en nombre absolu, ces couches sociales dont on sait qu'elles peuvent fréquenter les établissements culturels. Apparaîtra alors une différence entre le nombre des personnes qui sont venues par exemple à Picasso (600.000) et le nombre trouvé par les chiffres I.N.S.E.E.. C'est cette différence qui constitue le public potentiel".

2. ... MAIS QUI SOUVENT DEJOUÉ LES PRÉVISIONS D'HIER...

Toute "pronostication" est aventureuse lorsqu'elle ne peut se fonder sur un exemple antérieur. Pourtant il fallait concevoir des plans qui fussent accordés à la fréquentation prévisible des divers lieux culturels. Or, comme on le voit, par l'exemple ci-dessous, les extrapolations sur la base des chiffres de fréquentation des Musées Nationaux, des expositions ou de la Bibliothèque Nationale, apparaissent aujourd'hui peu fondées.

La pièce à conviction : Extrait d'un rapport adressé en 1972 à la Direction de l'Etablissement Public, par M. J-M. GULDNER (Essai d'une estimation prévisionnelle de la fréquentation du Centre Beaubourg.)

FREQUENTATION QUOTIDIENNE EN ALLURE NORMALE			
	A	B	C
	Prévision initiale	Prévision Etude Cégos	Prévision de cette étude
A1 Accès/Accueil	3 000 à 4 000		2 000 dont 500
A2 Accueil des enfants	200 à 300		300
A3 Cafétéria	1 500 à 2 500	300 à 1 200	1 680 dont 336
A4 Restaurant	20 à 120	200 à 400	240 dont 120
B1 Salle d'Actualité	1 000 à 1 500		1 500
B2 Galerie C.C.I.	3 000 à 5 000		3 000
B3 Galerie Art Contemporain	500 à 1 000		800
B4 Expos. Temporaires	2 500 à 5 000	265 à 2 600	3 000
B5 Manifest. et rencontres	1 500 à 2 000	250(?) à 700(?)	1 300
B6 Musée	800 à 1 000	400...	850
B7 Bibliothèque	3 000 à 4 000	1 000	1 500
B8 Documentation et recherches	150 à 200		200 dont 150
	14 170 à 22 660	?	13 256

Les chiffres de la colonne A comportent toutes les duplications possibles. Il convient de ramener la fourchette à une évaluation plus réelle : 10 000 à 13 000 / La colonne C, dont une partie au moins, des duplications a été éliminée, en contient encore vraisemblablement.

3. ...BIEN QUE CERTAINES DE SES REACTIONS D'AUJOURD'HUI FUSSENT DEJA DISCERNABLES.

La plus sûre façon de savoir comment allait réagir le public futur était sans doute de l'interroger. L'enquête menée dans ce but de fin 74 à fin 76 dans différents lieux faisait clairement apparaître, dès cette date, les vrais besoins et les "attirances spontanées" du plus large public.

La pièce à conviction : Extrait du rapport rédigé par A. M. THIBAUT (Service Promotion/Public) en Novembre 1976, à la suite des enquêtes effectuées à la S.C.O.A.; au F.I.A.C.; à l'I.N.T.D., aux Arts Ménagers, à l'Hôtel de Ville de Paris, au Musée National d'Art Moderne et dans le Hall d'Information du Centre G. Pompidou, boulevard de Sébastopol :

*Quels services attendez-vous du Centre ?
(Les 3 plus importants)*

	Fin 1974/ Début 1975 73 question.	Oct./Nov. 75 Hall 54 question.	Déc. 75/Janv. 76 Hôtel de V 102 question.	Mai/Oct. 76 Hall 52 question.	Mai/Sept. 76 Musée 218 question.	Total 499 question
informations sur l'actualité de l'édition	23	7	21	11	18	80
informations sur l'actualité Cult. et artist.	14	8	18	17	48	105
documentation Création Industrielle	22	11	32	6	10	81
documentation Art Moderne et Contemporain	13	13	26	12	61	125
collections d'Art Moderne et Contemporain				(7)	(82)	(89)
expositions temporaires	15	17	25	11	45	113
projections films d'artistes ou sur l'Art)				(3)	(31)	(34)
initiation à l'Art Contemporain	7	8	16	8	46	85
bibliothèque	41	26	39	14	48	168
laboratoires de langues	1	2	10	9	22	44
cinémathèque	21	16	21	11	27	96
concerts de musique contemporaine)				(5)	(22)	(27)
spectacles expérimentaux	18	16	22	9	36	101
ateliers pour les enfants	13	11	21	14	51	110
réunions avec écrivains, artistes, chercheurs	20	14	39	10	69	152
restaurant-cafeteria	2	3	5	1	4	15
service édition-librairie	2	1	3	1	11	18
Total	212	153	298	134 (149)	496 (631)	1 293 (1443)

4. UN PUBLIC QUI EXCITE TOUTES LES CURIOSITES

Dès l'ouverture, le Public constitue le véritable, "enjeu du Centre G. Pompidou". Il ne se passe pas de jours sans que journalistes et sociologues ne sollicitent les responsables du Centre pour obtenir des informations sur la fréquentation des divers départements ou établissements et sur le comportement du public. Celui-ci semble avoir lui-même compris très tôt qu'il constituait, par un étrange retour, un objet de curiosité plus important encore que le bâtiment qu'il visite. Ainsi apparaît dans les premiers mois le sentiment à la fois orgueilleux et anonyme de "faire l'événement".

La pièce à conviction : EXTRAIT d'un article (parmi des centaines d'autres) publié par les Nouvelles Littéraires, sous la signature de Gilles Pudlowski, (semaine du 23 au 30 juin 1977)

Six mois après son inauguration, le Centre National d'Art et de Culture Georges-Pompidou continue de susciter passions et controverses. Beaubourg, semble-t-il, a déjà "son" public... Mais est-ce celui qu'avaient souhaité ses créateurs?

Six mois après son inauguration, le monstre Beaubourg ne fait plus peur. En fait, dès son ouverture, tout un public bigarré de curieux, de touristes, d'amateurs d'art ou d'actualité, s'est précipité, formant cohue à l'entrée de la rue Saint-Martin. Une "Piazza" livrée à l'animation sauvage, des expositions qui se succèdent sans désemparer, un "krokrodrome" qui amuse les enfants et les adultes, une bibliothèque gratuite, une salle d'actualité où tout se lit, s'écoute et se voit, un forum où l'on se bouscule pour participer à un événement que l'on pressent sans trop savoir le définir : il n'en faut pas plus pour créer un "public Beaubourg".

De ce public, de sa composition, de ses états d'âme et de ses motivations, les animateurs du Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou ont déjà quelques idées. Les pointages effectués grâce à des balises magnétiques, donnent de précieuses indications chiffrées. Des enquêtes sociologiques livrent déjà une image différente du "beaubourien". Des analyses encore provisoires permettent déjà au secrétariat du Centre de se réjouir d'un véritable succès populaire.

5. UNE FREQUENTATION SOUVENT SUSCITEE PAR LES MEDIAS

L'écho fait par les mass-média, à "l'événement Beaubourg" et l'attention permanente portée par ceux-ci à son évolution, sont, dans une large majorité des cas, à l'origine de la "première visite" des usagers du Centre. Mais déjà commence à jouer un phénomène de "publicité de bouche à oreille" et d'entraînement amical ou familial (des adolescents venus en groupe ou avec des amis amènent ensuite leurs parents). Le système des correspondants est encore trop jeune pour qu'on puisse en mesurer les effets.

La pièce à conviction :

Enquête réalisée par le Centre G. Pompidou, en Juillet 1977

Comment avez-vous connu le Centre ?

	ENSEMBLE	ETRANGERS
- Par les médias (presse, radio, télé.)	66 %	56 %
- Par des relations ou des amis	20 %	31 %
- Par un correspondant du Centre	1 %	1 %
- Autres	7 %	8 %
- Sans réponse	5 %	5 %

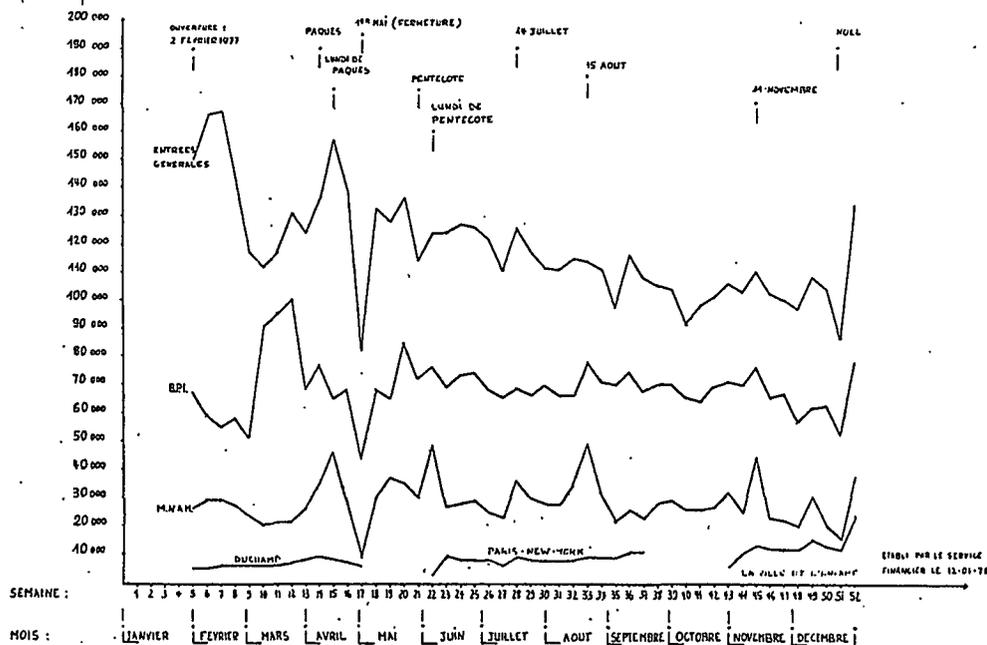
6. UNE FREQUENTATION SOUTENUE

Depuis le 2 février 1977, la fréquentation du Centre G.Pompidou dépasse largement les prévisions les plus optimistes. Si la "dynamique de l'événement inaugural" a produit des résultats jamais atteints par la suite (près de 30 000 visiteurs par jour), le tassement de la fréquentation après les trois premiers mois reste très relatif. Certains établissements, comme la B.P.I. qui représente à elle seule plus de la moitié des entrées journalières, témoignent d'une étonnante régularité. Le chiffre moyen d'entrées à la B.P.I. (8 250 à la Bibliothèque, 3 000 à la Salle d'Actualité) est cependant le double du chiffre prévu dans les premières études...

La pièce à conviction :

Tableau établi par le Service financier du Centre G. Pompidou, le 12/01/1978 et retraçant l'évolution de la fréquentation en 1977.

Nombre de visiteurs
par semaine



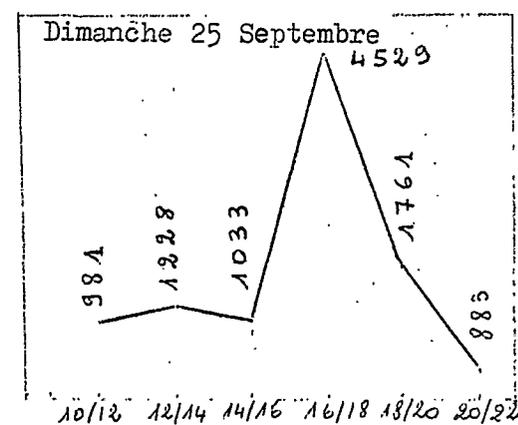
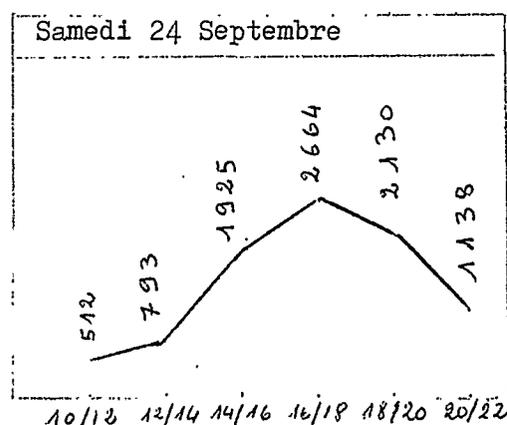
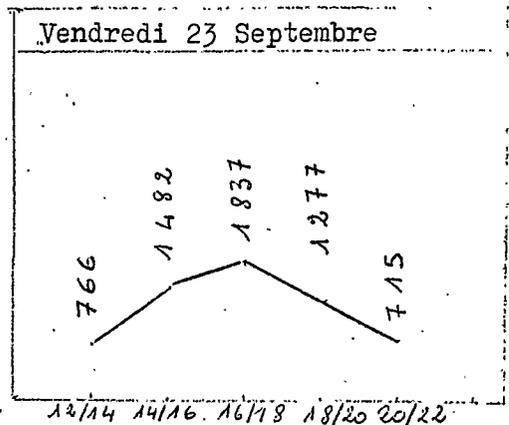
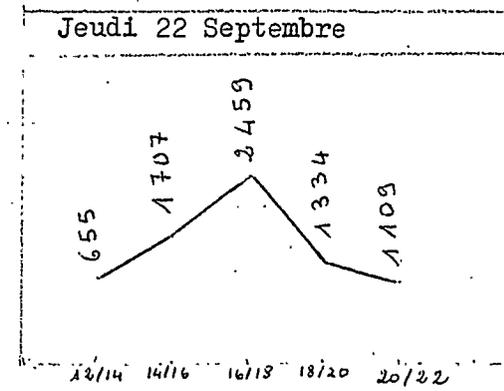
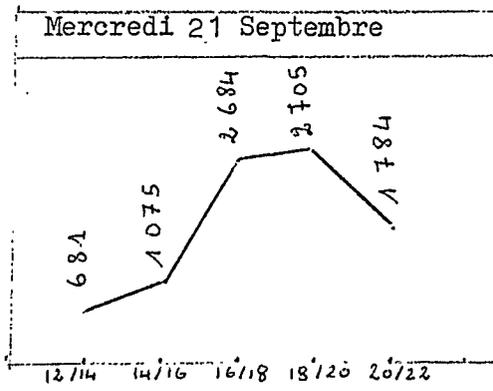
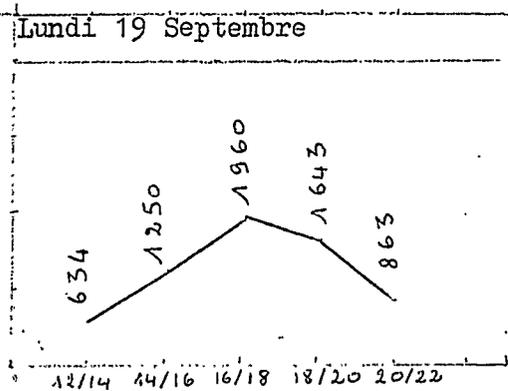
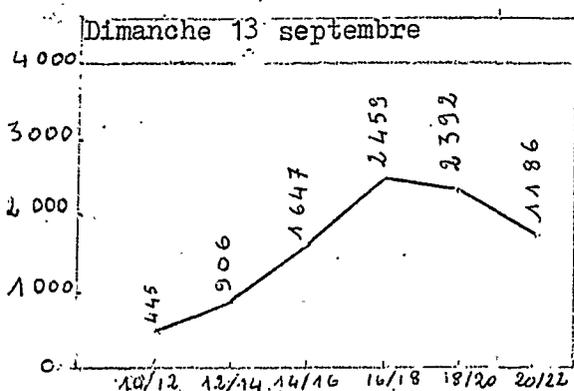
7. UNE FREQUENTATION VARIABLE SELON LES JOURS ET LES HEURES

Les variations de la fréquentation (pointes en milieu et en fin de semaine : mercredi, jeudi et Samedi, Dimanche), et son augmentation très nette pendant les périodes de vacances montrent qu'elle est liée à trois rythmes différents qui interfèrent ici : 1- Le rythme scolaire. 2- Le rythme professionnel. 3- Le rythme "muséologique" des monuments parisiens.

Dans la journée même on observe, selon les heures, des variations non négligeables. Un relevé des compteurs de sortie toute les deux heures au mois de Septembre 1977, dans la Bibliothèque, a mis en évidence les heures de "pointe" : de 14/15 h jusqu'à 18 h ou 19 h en semaine (avec un maximum entre 16h et 18h) ; le Samedi et le Dimanche, la "pointe" se prolonge plus tard (en général jusqu'à 20h)

La pièce à conviction :

Extrait d'un rapport rédigé par le Service de l'Accueil de la B.P.I., en Octobre 1977, et faisant état graphiquement des courbes journalières de fréquentation.



8. UNE DUREE DE VISITE VARIABLE SELON LES LIEUX

La durée de visite dans le Centre a évolué depuis l'ouverture, mais dans des proportions inverses selon les lieux fréquentés. La visite du Centre tend à s'abrégé. Ce phénomène est consécutif au nombre des retours. Les habitués n'effectuent plus une visite complète du Centre mais se contentent de venir ponctuellement pour telle exposition ou telle manifestation nouvelle. Au contraire le temps de lecture à la B.P.I. tend à s'allonger et dépasse dans plus de 47 % des cas le seuil des 2 h, qui constitue la limite maximum pour 80 % des visiteurs des autres départements.

Les pièces à conviction :

1. ENQUETE DU CENTRE G. POMPIDOU EN MARS, JUILLET ET DECEMBRE 1977			
	MARS	JUILLET	DECEMBRE
- Moins d' 1/2 heure	3 %	14 %	24 %
- 1 heure	14 %	36,5 %	26 %
- 2 heures	36 %	32,5 %	31 %
- 3 heures et plus	41 %	16 %	18 %
- sans réponse	7 %	1 %	1 %

2. ENQUETES DE A.M. BASSY A LA B.P.I. EN MARS ET EN JUIN. JUILLET. AOUT 1977		
	MARS	JUIN. JUILLET. AOUT
- Moins d' 1/2 heure	6,01 %	4,87 %
- de 30 à 60 mn	15,63 %	15,60 %
- de 1 h à 2 h	33,67 %	29,53 %
- de 2 h à 3 h	28,06 %	21,31 %
- de 3 h à 4 h	8,82 %	12,18 %
- plus de 4 h	9,02 %	13,85 %

9. UN CHANGEMENT DANS LES MODES DE VISITE.

L'évènement "Beaubourg" a à l'origine suscité la curiosité des familles. Le Centre, par sa conception même n'appelle pas la fréquentation solitaire. Pourtant, si l'on excepte la période estivale des "migrations touristiques" il semble que certaines modifications non négligeables interviennent. A mesure que se développe le nombre des "habitués", la fréquentation solitaire augmente : on ne vient pas seul au Centre mais on y revient parfois seul. En outre la visite familiale tend de plus en plus à céder le pas à la visite "entre amis". C'est le cas notamment pour les scolaires. On note enfin que c'est à la B.P.I. que la fréquentation solitaire est la plus développée.

Les pièces à conviction :

✠ ENQUÊTES DE P. BOURDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI EN FÉVRIER ET EN JUIN 1977		
mode de visite :	Février 1977	Juin 1977
seul	31,4%	43 %
avec les enfants) en famille)	45,6 %	28,4 %
en groupe	5,9 %	4 %
avec des amis	17,1%	24,6 %
✠ ENQUÊTES DU CENTRE G. POMPIDOU, EN MARS 1977 ET JUILLET 1977		
seul	36 %	33 %
à plusieurs	59 %	65 %
en groupe	5 %	1 %
sans réponse	0 %	2 %
✠ ENQUÊTES DE A.M. BASSY A LA B.P.I. EN JUIN, JUILLET, AOUT		
seul	42,21 %	
avec les enfants, en famille	15,63 %	
en groupe	2,13 %	
avec des amis	39,72 %	

10. UN EQUILIBRE RELATIF DES SEXES

Sexes masculin et féminin s'équilibrent sensiblement dans le Centre G. Pompidou. Contrairement à d'autres lieux culturels (Musées, Bibliothèques Municipales) où la fréquentation féminine est nettement supérieure à la fréquentation masculine il semble qu'au Centre G. Pompidou, le sexe masculin l'emporte au contraire légèrement sur le sexe féminin (sauf pendant la période des grandes vacances d'été). Encore faut-il tenir compte des conditions propres à toute enquête, qui favorisent les réponses du "chef de famille".

Traduite sur le plan socio-culturel, la répartition des sexes recouvre une répartition de deux hiérarchies, de deux échelles de valeurs différentes. Les hommes représentent la hiérarchie des valeurs économiques (du travail au capital, de l'ouvrier au patron). Les femmes représentent la hiérarchie des valeurs intellectuelles (de la tâche technique, "non intellectuelle" de l'employée aux activités proprement intellectuelles des personnels à vocation culturelle).

es pièces à conviction :

1) Extrait du rapport d'enquête de P. BOURDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI, sur le Public du Centre (enquêtes de février et juin 1977)

	1ère ENQUETE (fév. 77)	2ème ENQUETE (juin 77)
hommes	60 %	54,1 %
femmes	40 %	45,9 %

sexes des personnes interrogées par lieu d'enquête :

	hommes	femmes	
Musée art moderne	51,5 %	48,9 %	100 %
B.P.I. + salle d'act.	60,1 %	39,9 %	100 %
Rez de chaussée (forum + C.C.I.)	51,1 %	48,9 %	100 %

2) Extrait du rapport d'enquête de A.M. BASSY, sur le Public de la B.P.I. comparé au public des Bibliothèques municipales de Paris (en 1973-1974)



11. UN PUBLIC JEUNE

Toutes les enquêtes sont concordantes sur ce point : plus de la majorité des utilisateurs du Centre a moins de 30 ans. On observe même, depuis l'ouverture une nette tendance au "rajeunissement" de la fréquentation qui s'explique par l'afflux croissant de scolaires et d'étudiants. En revanche, la tranche d'âge 30-60 ans (c'est-à-dire celle des adultes engagés dans la vie professionnelle) connaît une diminution assez nette.

Les pièces à conviction :

1. - ENQUÊTES DE P. BOURDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI, EN FÉVRIER ET EN JUIN 1977

	FÉVRIER 1977	JUIN 1977
0 - 15 ans	1,2 %	1,8 %
15 - 25 ans	18,5 %	33 %
25 - 35 ans	24,5 %	27,2 %
35 - 48 ans	23,3 %	18,2 %
48 - 60 ans	18,5 %	11,3 %
60 ans et plus	14 %	9,5 %

2. - ENQUÊTES DU CENTRE G. POMPIDOU EN MARS, EN JUILLET-AOÛT, ET EN DÉCEMBRE 1977

	MARS 1977	JUILLET-AOÛT 1977	DÉCEMBRE 1977
moins de 18 ans	7 %		
18-23 ans	25 %	moins de 24 ans	32 %
24-29 ans	18 %	25 à 34 ans	30 %
30-39 ans	17 %		
40-49 ans	13 %	35 à 50 ans	20 %
50-64 ans	13 %	50 ans et +	18 %
65 ans et +	6 %		

3. - ENQUÊTES DE A.M. BASSY, A LA BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D'INFORMATION EN MARS ET EN JUIN - JUILLET - AOÛT 1977

	MARS 1977	JUIN-JUILLET-AOÛT 1977
moins de 18 ans	19,15 %	20,24 %
18-30 ans	44,79 %	54,79 %
30-60 ans	27,69 %	21,23 %
+ de 60 ans	4,62 %	3,65 %

12. L'AGGLOMERATION PARISIENNE EN MAJORITE

Si l'on excepte la période des vacances estivales, pendant laquelle le nombre des étrangers s'est assez considérablement accru, on observe que la population du Centre G. Pompidou réside, pour une large majorité à Paris, ou dans les départements de la couronne (78,91,92,93,94,95). Dans la Bibliothèque, près de 55 % des lecteurs sont même plus spécifiquement parisiens.

La fréquentation étrangère est de deux types : fréquentation de type touristique par des étrangers en vacances, principalement originaires des U.S.A., de Grande-Bretagne, d'Italie et de Belgique, fréquentation professionnelle (étudiants, enseignants, chercheurs ou travailleurs immigrés) résidant en France pour une durée de temps variable.

La fréquentation provinciale reste stable pour l'ensemble du Centre (22 % environ), mais diminue à la B.P.I.

Les pièces à conviction :

1. ENQUETES DE P. BOU RDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI, EN FEVRIER 1977 ET JUIN 1977

	Février 1977		Juin 77		décomposition Juin 1977 selon les lieux						
		%		%	M.A.M.	PARIS NEW YORK	B.P.I. (1 et 3)	B.P.I. 2	S.A.	Forum	C.C.I.
PARIS	42,1	%	40,7	%	18,2	42,5	50	51,3	59,4	43,2	45
BANLIEUE	29,8	%	20,1	%	17,2	14,2	31,2	24,8	14,5	22,3	11,7
PROVINCE	21,6	%	21,7	%	32,8	16,5	13,1	19,7	17,4	24,4	21,6
ETRANGER	6,5	%	17,5	%	31,8	26,8	5,7	4,3	8,7	13,2	21,6

2. ENQUETES DU CENTRE G. POMPIDOU EN MARS, EN JUILLET AOÛT 1977 ET EN DECEMBRE 1977

	Mars 1977	Juillet-Août 1977	Décembre 1977
PARIS	40 %	29,5 %	46 %
BANLIEUE	26 %	15 %	27 %
PROVINCE	23 %	22 %	16 %
ETRANGER	11 %	32,5 %	11 %

3. ENQUETES DE A.M. BASSY, A LA B.P.I. EN MARS 1977 ET EN JUIN-JUILLET-AOÛT 1977

	Mars 1977	Juin-Juillet-Août 1977
PARIS	46,67 %	54,41 %
BANLIEUE	32,82 %	28,23 %
PROVINCE	19,15 %	13,62 %
ETRANGER	4,62 %	4,64 % (1)

(1) Il faut noter que ce chiffre est celui des étrangers résidant à l'étranger. 12,48 % de l'échantillon déclarent en revanche être de nationalité étrangère.

13. UNE NETTE EVOLUTION DES REPARTITIONS SOCIO-PROFESSIONNELLES ET SOCIO-CULTURELLES

Dans les premiers mois qui suivent l'ouverture l'observateur est frappé par la sur-représentation des classes moyennes, assez inhabituelle dans les divers types de lieux culturels (Musées, expositions, etc...). La notion de "classes moyennes" il est vrai reste ambiguë et réussit mal à traduire les deux hiérarchies non superposables de la position sociale et du niveau culturel. Il est cependant certain que cette présence forte et remarquable au départ s'est estompée au cours des mois, à mesure qu'augmentait le nombre des étudiants, des scolaires et de certaines catégories qui, les premiers temps, avaient en quelque sorte "boudé" le Centre (professions libérales et cadres supérieurs, enseignants, chercheurs). On a pu observer en outre que le niveau de diplôme s'élevait dans les mêmes proportions, tout comme l'origine sociale des visiteurs (en particulier du sexe féminin).

les pièces à conviction :

ENQUETES DE P. BOURDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI EN FEVRIER ET EN JUIN 1977

	Février 1977	Juin 1977		Février 1977	Juin 1977
classes populaires	4 %	5, 2 %	- Diplômes inférieurs au BAC	29,2 %	19,9 %
classes moyennes	58,8 %	34, 2 %	(CEP,CAP,BEPC)		
classes supérieures	30 %	34, 8 %	- Baccalauréat et diplômes inférieurs à la licence	31,5 %	43,9 %
étudiants	7,2 %	22, 4 %	- Licences, maîtrises et diplômes supérieurs	39,4 %	36,2 %

ENQUETES DE A.M. BASSY A LA B.P.I., en MARS, JUIN-JUILLET-AOUT ET SEPTEMBRE-OCTOBRE 1977

	MARS	JUIN-JUILLET-AOUT	SEPT. OCTOBRE
- scolaires	14,74 %	17,20 %	18,92 %
- étudiants	37,76 %	34,47 %	43,22 %
- membres de l'enseignement de la recherche ou personnel à vocation culturelle	11,79 %	13,32 %	8,95 %
- prof. libérale ou cadres supérieurs	4,31 %	7,46 %	4,34 %
- cadres moyens	6,29 %	6,85 %	5,88 %
- employés (adm., commerc. tech. med) et agents des collectivités	10,07 %	8,75 %	7,41 %
- patrons de l'industrie ou du commerce	0,89 %	0,53 %	0,51 %
- artisans	0,71 %	0,76 %	0,25 %
- ouvriers	0,00 %	1,52 %	2,04 %
- personnel de service	0,71 %	0,30 %	0,51 %
- agriculteurs, salariés agricoles,	0,00 %	0,23 %	0,00 %
- retraités	3,59 %	2,97 %	1,02 %
- sans profession ou rentier	3,59 %	2,59 %	1,27 %
- demandeurs d'emplois	3,41 %	4,11 %	3,58 %
- autre	2,04 %	2,97 %	2,04 %

14. CLIVAGE ET DIFFERENCIATION DES PUBLICS

A l'unité de lieux des premiers mois, justifiée par une curiosité "tous azimuts" a succédé peu à peu un clivage et une différenciation des publics selon les lieux fréquentés. Si le Forum regroupe les représentants des classes les plus populaires et si les expositions du C.C.I. sont fréquentées par un public assez voisin de celui de l'ensemble du Centre (bien que plus jeune) les publics de la B.P.I., et du Musée d'Art moderne présentent des traits spécifiques. Les usagers de la B.P.I., essentiellement parisiens, souvent habitués, n'usent guère du Centre comme d'un équipement culturel intégré : ils viennent pour plus de la majorité uniquement pour la Bibliothèque. C'est au Musée, et surtout dans ses espaces d'exposition que se recrutent particulièrement les représentants des classes supérieures et culturelles ainsi que les personnes plus âgées, les provinciaux et les étrangers.

Les pièces à conviction

ENQUETES DE P. BOURDIEU, P.M. MENGER, J.L. FABIANI EN JUIN 1977

	M.A.M.	PARIS NEW - YORK	B.P.I. (1er, 3ème)	B.P.I. 2ème	Salle d'actualité	C.C.I.	Forum	Dégagements
Classes populaires [‡] (4,3 %)	2,1 %	2,7 %	4,9 %	4,3 %	4,8 %	3,7 %	6,1 %	8 %
Classes moyennes (28,4 %)	27,1 %	21,4 %	20,1 %	29,3 %	31,8 %	27,5 %	38 %	28,9 %
Classes supérieures (29 %)	37,2 %	45,4 %	21 %	23,3 %	27 %	30,4 %	23,1 %	20,9 %
Etudiants (22,3 %)	20,5 %	19,6 %	34,5 %	28,2 %	19,1 %	21,1 %	16,7 %	24,2 %
Sans profession (15,7 %)	13,4 %	11,1 %	19,3 %	15,4 %	17,5 %	17,4 %	16,2 %	17,7 %

‡ Nous avons indiqué, entre parenthèse, la part de chaque groupe dans la structure globale du public.

15. LA B.P.I. : UNE ENTITE ORIGINALE ?

On l'a vu : la B.P.I. occupe dans le Centre une place particulière. D'abord parce que 55 % des visiteurs du Centre déclarent, en Décembre 1977, s'être rendus à la B.P.I. Ensuite parce que 35 % des usagers de la Bibliothèque viennent au Centre G. Pompidou seulement pour la Bibliothèque. Enfin parce que la composition du Public de la B.P.I. n'est nullement assimilable à la composition du public des Bibliothèques municipales de la Ville de Paris. Serait-ce le ferment d'un public de 2e génération ?

Les pièces à conviction :

ENQUÊTES DU CENTRE G. POMPIDOU, EN MARS, JUILLET ET DECEMBRE 1977

Qu'avez-vous visité ?

	MARS	JUILLET	DECEMBRE
B.P.I.	30 %	46 %	55 %
Musée	14 %	25 %	27 %
Expositions temporaires	22 %	16 %	16 %

ENQUÊTES DE A.M. BASSY dans la B.P.I. EN JUIN-JUILLET-AOÛT 1977

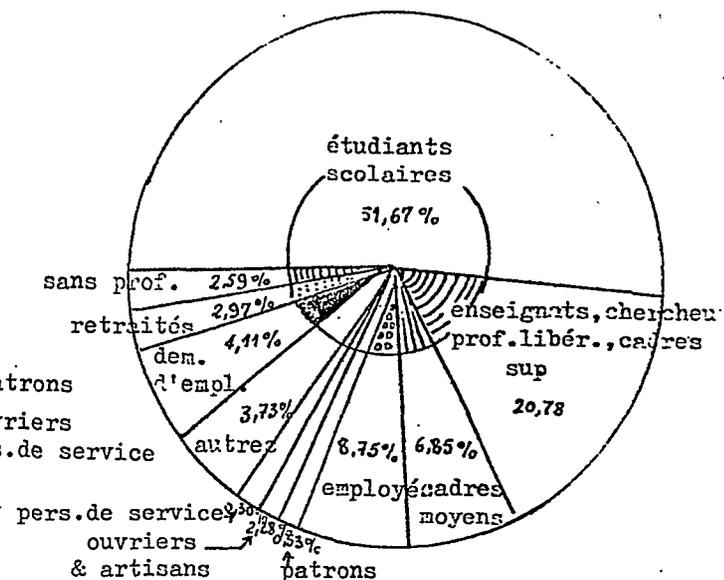
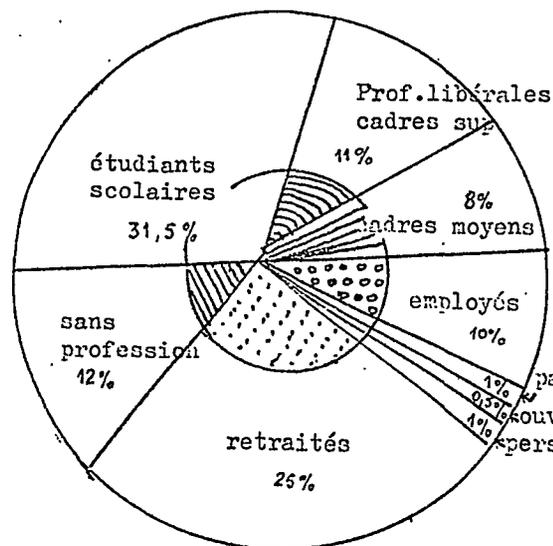
Etes-vous venu (e)

- pour la B.P.I. uniquement : 34,40 %
- pour la B.P.I. et les autres départements du Centre 65,45 %

ANALYSE SOCIOPROFESSIONNELLE DU PUBLIC DE LA B.P.I. COMPAREE A CELLE DU PUBLIC DES BIBLIOTHEQUES DE LA VILLE DE PARIS EN 1973 - 1974

Ville de Paris (1973-74)

B.P.I. (1977)



16. HABITUDES ET RETOURS

Très tôt, une part importante du public, séduite par les prestations du Centre, a pris l'habitude de revenir fréquemment. Souvent ces retours sont motivés par le désir de faire découvrir à des amis ou à des parents le Centre G. Pompidou. La Bibliothèque (à cause de la présence de la médiathèque de langues) est le lieu où ces retours se sont manifestés le plus rapidement et sont aujourd'hui les plus fréquents. Plus de la majorité des visiteurs du Centre sont déjà venus une ou plusieurs fois et près de 60 % des utilisateurs de la Bibliothèque sont aujourd'hui des "habitués". (Parmi eux les demandeurs d'emploi et les étudiants).

Les pièces à conviction

I - Enquête du Centre G. Pompidou, en Décembre 1977

Etes-vous déjà venu(e) au Centre avant aujourd'hui ?	NON.....	39 %
	OUI, une fois.....	8 %
	OUI, plusieurs fois	53 %

II - Enquêtes de P. Bourdieu, P.M. Menger, J.L. Fabiani, en Juillet 1977

	Art moderne	Bibliothèque	Forum/CCI/Dégagements
: Jamais venu :	62,7 %	37,8 %	55,3 %
: Une fois :	9,7 %	9,0 %	12,1 %
: Deux fois :	3,8 %	4,2 %	4,4 %
: Trois fois et+ :	23,8 %	49,0 %	28,3 %

III - Enquêtes de A.M. Bassy à la B.P.I. en Mars et Juin-Juillet-Août 1977

	Mars 1977	Jun/Juillet/Août 1977
: Vient pour la 1ère fois :	54,70 %	45,05 %
: Ne vient pas pour la première fois..... :	45,30 %	54,72 %

17 . UNE LARGE SATISFACTION

L'indice de satisfaction -anxiété de tout promoteur d'un projet d'une telle ampleur- fournit tout apaisement. Il peut se mesurer aussi aisément au nombre des retours ou au souhait souvent formulé, d'une autre (ou de plusieurs autres) visites. On observe d'ailleurs, qu'au fil des mois, l'indice de satisfaction augmente. Les catégories les plus "intellectuelles" de la population, qui ont peu à peu pris une place grandissante dans le Centre, semblent plus favorables au projet que les classes moyennes des premiers mois, surprises par l'hétérogénéité des niveaux de culture, et polarisées par les débats extérieurs sur l'architecture d'un lieu. Cette augmentation de l'indice de satisfaction est également parallèle à l'accroissement du nombre des jeunes. Les enquêtes de la B.P.I. prouvent que ce sont les jeunes qui manifestent le plus d'enthousiasme pour le projet.

Les pièces à conviction :

I - Enquête du Centre G. Pompidou, en Mars 1977

- approuvent la création du Centre :	56,79 %
- avis modéré ou incertain sur la création :	23,33 %
- désapprouvent la création du Centre :	19,62 %

II - Enquêtes de P. Bourdieu, P.M. Menger, J.L. Fabiani, en Février et Juin 1977

	Février	Jun
: Enthousiastes	7,7 %	25,4 %
: Favorables	25,9 %	41,4 %
: Indécis.....	39,7 %	16,3 %
: Défavorables.....	10,9 %	4,8 %
: Hostiles.....	9,7 %	2,1 %
: Hostiles au bâtiment, favorables		
: au contenu.....	6,1 %	10,0 %

III - Enquêtes de A.M. Bassy à la B.P.I. en Juin-Juillet-Aout 1977

Avez-vous l'intention de revenir à la B.P.I. :	OUI	95,28 %
	NON	3,65 %

17. UNE LARGE SATISFACTION

Estimez-vous les conditions de lecture et de travail :

<i>Excellentes</i>	<i>18,87 %</i>
<i>Bonnes.....</i>	<i>55,78 %</i>
<i>Passables.....</i>	<i>19,08 %</i>
<i>Très mauvaises.....</i>	<i>2,59 %</i>

Jugez-vous l'étendue et le choix des documents :

<i>Exceptionnelle.....</i>	<i>15,30 %</i>
<i>Très satisfaisante....</i>	<i>52,28 %</i>
<i>Acceptable.....</i>	<i>28,29 %</i>
<i>Nettement insuffisante</i>	<i>4,34 %</i>