

La sortie au théâtre. Réseaux de conseil et modes d'accompagnement<sup>1</sup>*Going to the theatre. Advices on plays and support networks*

par Dominique Pasquier\*

## R É S U M É

Cet article s'interroge sur les dimensions sociales de la pratique du théâtre à partir d'une étude des modalités de circulation de l'information sur les pièces et des réseaux d'accompagnants pour la sortie. L'enquête s'est fondée sur un double dispositif. D'une part, une exploitation secondaire de l'enquête Pratiques culturelles des Français de 2008 dans laquelle était incluse une nouvelle question sur les individus avec qui les spectateurs étaient sortis la dernière fois qu'ils étaient allés au théâtre. D'autre part, 80 entretiens qualitatifs réalisés dans différentes régions françaises et à Paris auprès de spectateurs de théâtre, assidus comme occasionnels, qui étaient interrogés sur leurs manières de choisir les spectacles et leurs liens aux autres spectateurs, venus avec eux, ou simplement présents dans la même salle. En reprenant la classification des dispositifs d'aide à la décision pour le choix des biens singuliers élaborée par Karpik, la recherche souligne les grandes différences d'information sur les pièces entre le théâtre privé et le théâtre public, et analyse, pour ce deuxième secteur, le rôle essentiel des conseillers de l'entourage dans un contexte où l'incertitude sur les produits est particulièrement élevée. Elle montre ensuite que les modes d'accompagnement privilégiés par les hommes et les femmes diffèrent, les premiers sortant beaucoup plus en couple que les secondes. Le recours d'une partie des pratiquantes du théâtre à leur entourage amical pour aller au théâtre est enfin analysé comme une conséquence de la montée de l'hétérogamie culturelle dans le couple, elle-même liée à la féminisation de la culture cultivée. Comme les clubs de lecture qui existent autour du livre, une partie des femmes amatrices de théâtre créent des réseaux de pratique et d'échange avec d'autres femmes. Ces réseaux permettent de pérenniser la pratique et de stabiliser un réseau d'accompagnants, mais aussi de générer des gains de sociabilité.

## A B S T R A C T

*This article analyses the social dimensions of a specific cultural practice, namely attending the theatre. It focuses on two main aspects: the circulation of information on plays and the people one sees plays with. Fieldwork was based on two protocols. First, the study used a secondary exploitation of the 2008 edition of the longitudinal survey Cultural Practices in France where, for the first time, a question asked respondents who they went to the theatre with last the time they attended a play. On the other hand, 80 semi-directive interviews were realized with members of different theatre audiences having various levels of involvement in the practice and found in different parts of France, in different types of settings in terms of cultural offer. Respondents were asked what « judgement devices » (Karpik) they used to get information on plays, specifically whether they used impersonal devices, such as critics' reviews, or personal ones, such as recommendations of friends, family, colleagues and other trusted individuals with whom consumers have network ties. The research shows radical differences of judgement devices between private and public theatres, and shows that in the latter sector, where choices are perceived as highly risky, the role of specific advisors in personal networks is central. The article then shows that men and women had different social patterns the last time they attended a play: men were mainly in couples, while a significant part of the women recruited partners from their friendship networks, especially among other women. This difference is analyzed as a social consequence of the rise of cultural heterogamy in contemporary couples, and of the fact that females now have a closer relation than men to consumption of high culture. As in the case of book clubs, these female friends groups are a way of maintaining the practice, stabilizing a support network and creating new friendship ties.*

**MOTS-CLÉS :** Théâtre, choix des pièces, genre, sociabilité, couple.

**KEYWORDS:** Theatre, choice of plays, gender, sociality, couples

\* Sociologue, directrice de recherche cnrs

École nationale supérieure des télécommunications – Département sciences économiques et sociales – 46, rue Barrault – 75013 Paris  
dominique.pasquier@telecom-paristech.fr

1. Cette recherche a reçu un financement du département des études (DEPS) du ministère de la Culture. Je remercie les lecteurs anonymes de la revue *Sociologie* pour leurs remarques qui ont

aidé à améliorer le texte. Merci à Sabine Chalvon-Demersay, Olivier Donnat et Raymonde Moulin pour leurs lectures d'une version antérieure.

Le théâtre est d'abord une expérience culturelle, la rencontre avec une œuvre, et un contact particulier avec des comédiens. Faut-il pour autant négliger les dimensions sociales de cette expérience ? C'est la question qui sera examinée ici. On peut l'appréhender de plusieurs manières : en s'intéressant aux échanges que suscite la pratique (avec qui on en parle ?), en analysant les réseaux de sociabilité dans lesquels elle s'insère (avec qui on y va ?) ou, enfin, en étudiant l'expérience d'être un public en coprésence dans une salle. Les historiens du théâtre ont souvent abordé cette dernière dimension. Leurs descriptions du public du théâtre au cours des siècles précédents forment un tableau aux antipodes des comportements policés qui sont de rigueur aujourd'hui. Les spectateurs s'interpellent entre eux et interpellent les comédiens, la manifestation des émotions est spectaculaire, la participation au spectacle fréquente (Descotes, 1964 ; Danchin, 1968 ; Lough, 1979 ; Levine, 1988 ; Ravel, 1999 ; Yon 2005). Cet article s'intéressera plutôt à l'amont de l'arrivée dans la salle, en cherchant à comprendre auprès de qui les spectateurs informent leur choix d'une pièce, et avec qui ils organisent leur sortie au théâtre. Ces deux questions relèvent d'une même hypothèse : ce n'est pas parce que les dimensions de sociabilité des pratiques cultivées sont peu apparentes – et peu étudiées – qu'elles n'existent pas<sup>2</sup>. Il ne s'agit donc pas d'identifier les caractéristiques culturelles du public du théâtre ou d'élaborer une typologie des spectateurs, comme ont pu le faire d'autres recherches (Cibois, 2003 ; Beaudouin & Maresca, 1997), mais d'étudier les ressources sociales qui sont nécessaires pour entrer dans la pratique, s'y repérer, et la stabiliser.

Dans la littérature anglo-saxonne, on trouve un ensemble de travaux qui se penchent sur l'articulation entre les réseaux sociaux des individus et leurs pratiques culturelles. À la fin des années 1980, Paul Di Maggio insiste sur le rôle de la morphologie du réseau d'un individu sur ses choix culturels, et opère une distinction entre les pratiques très répandues qui sont prises dans une intense activité de sociabilité (« c'est la culture populaire qui fournit le matériau de la sociabilité du quotidien »), et les pratiques nobles, comme l'opéra ou le théâtre, qui se jouent dans des cercles bien plus restreints et engendrent peu d'interactions (Di Maggio, 1987). La plupart des recherches

vont ensuite faire un lien entre la taille et la structure des réseaux et l'étendue des portefeuilles de goût : plus les réseaux sont variés, plus large est la gamme des pratiques culturelles (ce qui est repris par Peterson dans son modèle de l'omnivorisme en 1992). Ces travaux pionniers ont généré d'autres recherches approfondissant la question des liens entre culture et sociabilité : études de la notion d'hétérogénéité des réseaux et des effets des mobilités géographiques et professionnelles par Erickson (1996) et Relish (1997) ; analyse des différences entre hommes et femmes en ce qui concerne les effets de prédiction culturelle par la structure du réseau social (Kane, 2004) ou les liens entre participation à des activités artistiques et niveau culturel du conjoint (Upright, 2004) ; recherche sur la conversion des goûts en réseaux de liens forts ou faibles (Lizardo, 2006).

Sur tous ces points, les travaux français sont moins nombreux. Bourdieu s'est très peu intéressé à la question des interactions et des contextes de consommation. *L'Amour de l'art*, fait par exemple complètement l'impasse sur l'entourage des visiteurs de musée. On ne sait ni s'ils sont venus là sur les conseils de quelqu'un, ni surtout, avec qui ils sont venus. (Bourdieu & Darbel, 1969). Il existe toutefois quelques recherches récentes sur les effets de l'entourage : Lahire propose de s'intéresser aux petites mobilités sociales – changement de travail, de conjoint, de lieu de résidence – qui génèrent de nouveaux liens sociaux et sont donc susceptibles de modifier le portefeuille de goût d'un individu. Il analyse aussi le pouvoir de conversion culturelle dans le couple, et le rôle particulier que semblent jouer les conjointes dans la socialisation à la culture cultivée (Lahire, 2004). Hennion *et al.* insistent sur l'importance de l'entourage pour entretenir l'amour de la musique – conseils, prêts, incitation à des sorties au concert, initiation à de nouvelles œuvres – mais on ne sait pas exactement qui sont les protagonistes ni comment s'exercent les influences. (Hennion, Maisonneuve & Gomart, 2000, p. 116-120). Djakouane et Pedler, sur le théâtre, partent de la notion de « carrière » de spectateur, et identifient des individus qui assument un rôle de passeurs et de prescripteurs. Leur action n'est ni définitive ni imposée, et différents prescripteurs peuvent intervenir tout au long de la carrière du spectateur, les prescripteurs familiaux

2. À l'inverse, les travaux sur des formes culturelles populaires sont nombreux à aborder ces questions. La littérature sur l'intégration des médias dans la sociabilité ordinaire est par exemple très abondante. Il faut dire qu'il est difficile dans leur cas d'ignorer ces dimensions : les programmes des médias suscitent de très

nombreuses interactions quotidiennes (Katz & Liebes, 1990 ; Brown, 1994 ; Pasquier, 1999 ; Pasquier, 2005 ; Boullier, 2003), et peuvent même déboucher sur de la sociabilité « spectaculaire », comme dans le cas des fans (Le Guern, 2002). Sur le cinéma comme expérience émotionnelle collective voir Éthis, 2009, p. 26.

étant souvent remplacés par des prescripteurs issus des réseaux amicaux au fur et à mesure que le spectateur avance dans son parcours (Djakouane & Pedler, 2003 ; Djakouane, 2011). Avec une autre approche, des travaux sur les jeunes ont

étudié la distribution des pratiques culturelles sur les différents réseaux de sociabilité d'un individu en distinguant plusieurs logiques de mobilisation de ces derniers (Bergé & Granjon, 2007 ; Cardon & Granjon, 2003).

## L'ENQUÊTE

*L'enquête a reposé sur plusieurs campagnes d'entretiens qualitatifs et une exploitation secondaire de l'enquête Pratiques culturelles des Français. Il ne semble pas inutile d'en retracer la chronologie pour montrer qu'ils se sont finalement avérés très complémentaires. Au départ, une dizaine d'entretiens ont été réalisés avec des responsables de la relation au public dans différents théâtres de la région parisienne. L'enquête était présentée comme un travail sur les dimensions sociales de la sortie au théâtre en expliquant assez précisément l'objet de l'étude. Personne n'a considéré ces questions comme non pertinentes : au contraire, ces professionnels avaient depuis un certain nombre d'années mis en place de très nombreux dispositifs de familiarisation, pour faire de leur salle un lieu de « meilleure » sociabilité : organisation de la convivialité sur place, présentation de « petites formes », c'est-à-dire de scènes jouées chez des particuliers ou dans des associations, actions autour des pièces, travail de contacts personnels avec les spectateurs les plus assidus ou les associations les plus actives. Lors d'un de ces entretiens, la responsable des relations au public d'une grande scène nationale parisienne a évoqué l'existence de « groupes d'amis », regroupements informels d'un minimum de dix individus s'abonnant et sortant ensemble au moins quatre fois par an dans son théâtre – lequel théâtre leur donnait des privilèges particuliers en termes de prix et de conditions de placement. L'existence de ces groupes remontait à environ une quinzaine d'années et ils étaient un peu plus de 200 au moment de l'enquête : en travaillant sur le fichier qui les recensait, il a été possible de sélectionner des responsables ayant des profils variés (ancienneté du groupe, nombre de membres, rotation ou non du responsable, lieu de résidence). vingt-cinq entretiens ont été réalisés<sup>3</sup>.*

*L'existence de ces groupes d'amis a permis d'intégrer, dans la nouvelle question sur les accompagnants à la dernière sortie au théâtre de l'enquête PCF 2008, une option de réponse concernant les réseaux amicaux spécialisés dans la pratique : « sortie avec un – des amis avec qui vous allez régulièrement au théâtre ». Le traitement de cette question a permis d'analyser pour la première fois les configurations sociales de la pratique, comme on pouvait déjà le faire dans les enquêtes PCF précédentes pour les sorties au musée et au cinéma. Par ailleurs, l'exploitation secondaire de l'ensemble des données PCF sur le public du théâtre a permis de distinguer les caractéristiques culturelles des spectateurs assidus de celles des spectateurs occasionnels, et par le même coup de mettre en évidence les particularités des publics urbains, et surtout parisiens, qui forment la majorité des premiers effectifs<sup>4</sup>.*

*Une deuxième campagne d'entretiens qualitatifs (30 interviewés) a été réalisée à partir de l'échantillon PCF<sup>5</sup>. Nous ne pouvions interviewer que les individus ayant, lors de la passation du questionnaire, accepté le principe d'un entretien ultérieur. C'est un biais incontournable. Il reste toutefois que ce sous-échantillon tiré dans la grande banlieue parisienne et la région Rhône-Alpes a compté nombre de spectateurs occasionnels dont les préférences allaient vers le théâtre privé, soit des spectateurs en tout point opposés aux abonnés assidus du théâtre parisien précédemment interviewés dans le cadre de la recherche sur les groupes d'amis.*

*Enfin, deux monographies ont été réalisées en province avec l'idée de saisir des situations locales spécifiques. La première s'est déroulée dans une ville de 60 000 habitants de l'Ouest de la France qui ne possède qu'un seul théâtre, avec une programmation à la fois musicale et théâtrale. Dix entretiens ont été réalisés, en remontant un réseau d'individus liés par des relations interpersonnelles autour d'associations locales. Comme dans un précédent travail sur la sociabilité locale autour des arts plastiques et de la musique dans une ville de 20 000 habitants du centre de la France (Pasquier, 1983 ; Menger & Pasquier 1983), cette recherche a permis d'appréhender des manières d'aller au théâtre particulières. La sortie au théâtre fait partie de la vie sociale de la bourgeoisie cultivée, qui s'y prépare avec une certaine solennité et entretient dans la salle une sociabilité de l'entre-soi. Si l'on en croit les entretiens réalisés auprès de certains spectateurs de l'échantillon PCF de la région Rhône-Alpes qui résidaient dans des communes de taille similaire, c'est un schéma courant. De véritables monographies resteraient toutefois à faire.*

*La seconde campagne d'entretiens en province a concerné un cas très différent (20 entretiens). Elle s'est déroulée dans le Nord de la France dans une métropole urbaine où l'offre théâtrale est pléthorique, et auprès de spectateurs d'une salle ayant une programmation d'avant-garde. Ces entretiens ont apporté un éclairage intéressant sur la fidélisation d'un public par une stratégie de programmation très identifiable et l'organisation sur place d'actions culturelles autour des pièces et de moments de convivialité avant ou après les spectacles.*

3. Je remercie Florence Eloy pour son remarquable travail dans la réalisation d'une grande partie de ces entretiens.

4. Fabienne Gire a assuré l'exploitation secondaire des données PCF 2008.

5. Je remercie Tomas Legon et Chloé Keller pour la réalisation de ces entretiens.

Le théâtre constitue un cas de figure intéressant pour travailler ces différentes questions. Mais c'est aussi un cas compliqué. D'un côté, la sortie au théâtre est une pratique socialement très sélective : 42 % des Français n'y sont jamais allés de leur vie (ce pourcentage monte à 65 % chez les non-diplômés et à 63 % chez les ouvriers) et 39 % n'y sont pas allés au cours des douze derniers mois, avec une nette surreprésentation des plus de 65 ans et des retraités dans cette dernière catégorie (Donnat, 2009) – (voir l'annexe électronique, tableau 1). De l'autre, c'est une pratique culturellement polymorphe. Les spectateurs de théâtre peuvent poursuivre une logique de divertissement, ou au contraire être dans une démarche ascétique, et il n'y a pas grand-chose de commun entre le public d'un spectacle d'humour monté à moindre coût dans une petite salle privée, et celui d'une création contemporaine jouée sur une grande scène subventionnée. Doit-on, dès lors, considérer que l'ensemble des sorties au théâtre relèvent de la « culture cultivée » ? La question se pose. Toutefois, si l'on s'intéresse, comme ce sera le cas ici, aux dimensions sociales de la pratique, la réponse est indéniablement positive, même quand l'œuvre produite en spectacle jouit *a priori* d'une très faible légitimité culturelle. Une telle approche conduit en effet à placer au cœur de l'analyse la rareté sociale de la pratique pour en comprendre les conséquences en termes de circulation de l'information sur l'offre et d'insertion dans des réseaux de pratiquants. Car ces deux dernières questions sont liées : si les réseaux de conseil et d'accompagnement ne sont pas systématiquement imbriqués – bien qu'ils le soient souvent –, ils relèvent de la même démarche qui consiste à rechercher dans son entourage social des ressources pour alimenter la pratique.

### La circulation de l'information sur les pièces

Les pièces de théâtre sont des biens d'expérience, au sens où les décrit Lucien Karpik, c'est-à-dire des produits dont on ne connaît pas les qualités avant de les avoir éprouvées, et qui, de

ce fait, comportent une part forte d'incertitude (Karpik, 2007). Toutefois, comme le souligne Karpik, le marché des singularités, même s'il est composé de produits incommensurables et incertains, n'exclut pas le choix raisonnable. Il distingue un certain nombre de dispositifs d'aide au choix : les *appellations* (labels, appellations contrôlées, titres professionnels, marques) ; les *cicérones* (critiques ou guides) ; les *classements* (prix, récompenses, palmarès, liste des meilleures ventes ou entrées) ; les *confluences* (accueil et information, organisation de l'espace et présentation des produits) ; et enfin, les *réseaux*, constitués de relations interpersonnelles et dont le fonctionnement repose sur la circulation de la parole (le bouche-à-oreille, le conseil).

Devant cette liste, un premier constat s'impose : le théâtre est un marché peu équipé par rapport à d'autres secteurs culturels. Il n'y a pas d'appellations officielles, les classements sont rares (les récompenses des Molière remontent à quelques années seulement et ont de toute façon très peu d'influence sur les choix des publics) et les techniques de confluence sont basiques : quelques affiches dans des lieux publics et des brochures distribuées par les théâtres<sup>6</sup>. Il existe une critique professionnelle, mais elle pose des problèmes particuliers. Tout d'abord, elle ne couvre désormais l'offre que de façon très partielle. La place qui lui est consacrée dans la presse écrite s'est considérablement réduite<sup>7</sup>. Même déclin du côté de la radio et de la télévision où les émissions consacrées – en partie ou en totalité – à l'actualité théâtrale se sont considérablement raréfiées depuis dix ans<sup>8</sup>.

Cela dit, l'affaiblissement du pouvoir prescripteur de la critique vient surtout des nouveaux modes de programmation des pièces dans le secteur public, qui sont eux-mêmes un effet pervers des politiques de subvention aux créations. Pour toucher des aides, la direction d'un théâtre a intérêt à coproduire et programmer beaucoup de pièces différentes : les stratégies de programmation courte sont devenues la norme, parfois deux ou trois soirs seulement lorsqu'une pièce circule en tournée sur plusieurs scènes de province, au mieux une vingtaine de représentations

6. Comparé au livre, le déficit de signalisation des produits enviables est frappant : liste des meilleures ventes dans pratiquement toute la presse écrite ; piles ou têtes de gondoles dans les surfaces de vente ; rôle de conseil des libraires ; critique professionnelle portant sur un grand nombre de titres et dans des genres très différents ; recommandation personnelle très influente (une lecture sur deux se fait à la suite d'une recommandation de l'entourage selon Hersent, 2000).

7. Dans les années 1960, Le Monde consacrait des recensions quotidiennes aux pièces de théâtre, et publiait la liste des programmes des principales

salles parisiennes (Pasquier, 2009). Aujourd'hui, les critiques sont ponctuelles, sauf dans certains magazines culturels.

8. Il reste trois émissions spécialisées sur des stations de radio publiques – « Les mercredis du théâtre » sur France Culture, « Studio théâtre » et « Le masque et la plume » sur France Inter – contre plus d'une dizaine dans les années 1970/1980. Et les derniers magazines culturels ont été récemment déprogrammés des chaînes de France Télévision. Voir *Le théâtre dans les fonds de l'Inatèque de France*, document multigravé, INA, décembre 2008.

lors de sa création dans un théâtre national. La signalisation d'un spectacle par la critique a donc peu de chance d'être ajustée à l'offre disponible : soit la pièce n'est plus programmée, soit elle l'est encore pour si peu de temps que l'annonce critique aura un effet contreproductif en la faisant afficher complet (« Je lis des critiques mais je n'arrive jamais à voir les pièces des critiques ! Comme nous, on s'y prend à la dernière minute, on n'a jamais de places ! »). Plus l'information sur une pièce du théâtre public circule, moins un spectateur aura de chances de pouvoir la voir. C'est donc l'inverse des films de cinéma pour lesquels le succès critique est au contraire gage du maintien de l'offre.

### *Bouche-à-oreille et conseil professionnel : les handicaps du théâtre public*

Il reste le réseau, que Karpik décrit comme « une structure sociale particulièrement résistante et efficace » pour faire circuler l'information sur les produits. Or, de ce point de vue, le théâtre public n'est pas à égalité avec le théâtre privé. Les pièces du théâtre privé restent à l'affiche longtemps, parfois aussi longtemps que la pièce a du succès. Pour certains spectateurs, c'est d'ailleurs une forme de classement (« c'est vrai qu'une pièce qui reste pas à l'affiche pendant plusieurs mois, c'est qu'elle a eu un problème d'audience. Bon quand c'est, je sais pas, la 500<sup>e</sup>, on est quand même sûrs de rigoler »). L'installation dans la durée a bien sûr aussi un effet direct sur le bouche-à-oreille, que ce soit en face à face ou par Internet. Car il s'est développé autour des pièces du théâtre privé une intense activité de recommandation entre internautes. Ces avis postés sur les sites de ventes de billets à prix discount ou des sites consacrés à la critique de théâtre amateur ont une certaine influence sur les choix (« j'en lis, et puis des fois il y a des signes, avec étoiles, pas étoile, ça donne un indice déjà du ressenti des gens ! C'est surtout pour aller plus vite à l'information, j'essaie de regarder par rapport aux avis des gens »). Le théâtre privé offre aussi d'autres appuis comme la présence de comédiens connus (« quand il y a un acteur connu dans la pièce, c'est un gage de qualité quand même »), ou l'affichage de registres théâtraux facilement repérables. Le spectateur du privé, qui cherche souvent à se divertir, peut en général anticiper son expérience théâtrale.

Le contraste avec les propos des spectateurs qui fréquentent le théâtre public est de ce point de vue saisissant. « Aventure », « pari », « surprise », c'est la notion de *risque* qui domine leur discours :

« En théâtre, je pense qu'on prend un peu toujours son courage pour voir, parce que même si c'est quelqu'un de très connu, il y a toujours des choses qui ne marchent pas, qui sont moins bien. Le spectacle vivant c'est un peu un pari, c'est pas parce que ça va être Shakespeare que ça va être bon... Et si c'est une création, on n'a pas de repères. Un peu comme un nouveau lieu qui vient d'être construit, on y va et on voit ce que ça donne... » (Femme, écrivain, 56 ans, banlieue parisienne)

Le spectateur du théâtre public ne part toutefois pas complètement à l'aveuglette. Tout d'abord, à la différence des théâtres privés, les théâtres publics fonctionnent par saison – au moins une dizaine de pièces sur quelques mois, annoncées à l'avance, et offrent des abonnements à des prix très avantageux pour un minimum d'achats – généralement trois spectacles par saison. Les directeurs de théâtre doivent avoir un style de programmation qui soit repérable : pour garder des abonnés d'une saison à l'autre, il faut offrir une palette de spectacles relativement homogène, où l'individualité des œuvres ne crée pas un effet de disparité qui rendrait l'offre globale incompréhensible<sup>9</sup>. Ce phénomène de construction d'une image de la programmation d'une salle peut être renforcé par l'action du service de relation au public. Ces professionnelles (ce sont très majoritairement des femmes) ont au départ une fonction d'information et de conseil. Elles sont censées toucher les publics susceptibles d'être intéressés par une pièce, savoir parler des spectacles, suggérer des choix, organiser des promotions. Pendant longtemps, ces services ont surtout eu une action en direction des publics scolaires et des comités d'entreprise. Mais ces derniers proposent aujourd'hui surtout des comédies musicales à succès ou des entrées dans les parcs d'attractions. Du coup, le rôle des relations publiques a évolué : elles travaillent désormais auprès de groupes plus petits – des associations locales, des filières universitaires de formation à la médiation culturelle – et ont une action très ciblée. Ces services cherchent en réalité à encourager l'existence de spectateurs relais, clients privilégiés des théâtres, qui vont entraîner la venue d'autres spectateurs par un processus de sociabilité en grappe.

9. Pedler et Bourdonnaud ont étudié la programmation du Festival d'Avignon en s'intéressant aux effets de jauge des salles sur les choix des festivaliers (2002).

Il faut toutefois noter que ce principe d'une délégation de confiance à un directeur de salle – et à son équipe de relation au public – profite davantage aux spectateurs qui ont déjà pu par le passé éprouver la justesse de ses choix ou qui le connaissent de réputation. C'est là une caractéristique importante à souligner, car elle concerne aussi les conseils de l'entourage qui vont être évoqués maintenant : plus on va au théâtre, plus on bénéficie de dispositifs d'aide à la décision sur le choix des pièces. C'est d'ailleurs là sans doute un avantage cumulatif que l'on pourrait observer pour beaucoup d'autres produits de la culture cultivée.

### *Les réseaux profanes du conseil sur les pièces*

Contrairement au cinéma, le marché des interactions autour du théâtre est restreint, car la pratique est socialement peu répandue et souvent perçue comme élitiste – Erickson (1996) a développé ce dernier point en parlant des risques qu'il y a à évoquer des pratiques cultivées sur le lieu de travail. Il est difficile de trouver des interlocuteurs : les monographies de publics de théâtre soulignent d'ailleurs le poids relativement faible des conseils de l'entourage<sup>10</sup>. Il est aussi peu probable de pouvoir évoquer des expériences théâtrales communes<sup>11</sup>. Pour toutes ces raisons, l'information sur les pièces ne fonctionne pas de façon horizontale et virale comme c'est le cas pour le cinéma et repose sur un bien plus petit nombre de conseillers potentiels.

Les entretiens montrent que ceux qui sont en position de conseil ont en commun de toujours bénéficier d'une confiance fondée sur des expériences passées. Il n'y a pas de « bonnes » pièces, il y a des pièces plus ou moins adaptées au type d'expérience théâtrale que recherche un spectateur. Un conseiller doit donc connaître très bien les goûts et les attentes de ceux qu'il conseille<sup>12</sup>. Et ces derniers ne peuvent lui faire confiance que si les conseils passés ont débouché sur des expériences satisfaisantes. La relation de conseil n'est jamais donnée d'emblée au nom d'une compétence supérieure, elle est relative et se crée dans la durée. Les conseils se font aussi dans l'entourage très proche. On ne se hasarde pas à parler d'une pièce à quelqu'un avec qui n'existent pas de liens forts, ce qui indique que le conseil

est vécu comme un engagement dangereux. Enfin, dans l'entourage, on recommande la plupart du temps des pièces qu'on a déjà vues (ou sur lesquelles on a des éléments très solides) et – mais c'est assez évident – des pièces qu'on a aimées.

Avec l'entourage, le conseil est donc prudent : pas avec tout le monde et pas pour des pièces dont on n'est pas sûr (« C'est une histoire à se faire charrier pendant des années !! Si une pièce est vraiment mauvaise, on t'en reparlera pendant des années ! »). Il faut dire que conseiller une pièce est bien plus compromettant que de conseiller un livre ou même un film, car la sortie au théâtre est infiniment plus difficile à organiser. La plupart des interviewés qui ont été dans un rôle de conseiller ou d'entrepreneur d'une sortie disent avoir vécu des expériences mitigées :

« Quand ça se passe bien, tout le monde est content quoi. Et quand ils ne sont pas contents, en général, ça se finit toujours comme ça « Sacré Sophie, tu ne changeras pas ! Mais enfin bon, on a passé un bon moment ». Ça se finit comme ça quoi, il y a un côté affectif... De toute façon, il y a toujours un peu d'appréhension quand on propose ! Savoir si ça va plaire à la personne à qui on propose mais... oui c'est vrai qu'on va avoir une appréhension, on va bien faire gaffe en tout cas !! (rires) On sait à peu près les goûts des autres personnes, donc voilà on sait qu'on proposera pas à telle personne des trucs qui, qu'on sait que ça l'intéressera pas. Maintenant, on est pas juste à tous les coups. » (Femme, 51 ans, banlieue de Grenoble, technicienne de laboratoire.)

### *Les formes d'engagement dans le conseil profane*

Le conseil est donc une activité risquée. On peut y perdre du crédit social. Tous les amateurs de théâtre ne s'y lancent pas de la même façon, même s'il semble que beaucoup aient envie de faire partager leur passion. Certains sont prudents : ils tâtent les goûts de leur entourage et ajustent au plus près le choix des pièces. Ce sont des organisateurs. C'est autour d'eux que se nouent la plupart des réseaux qui fédèrent les spectateurs occasionnels. D'autres s'engagent plus avant et acceptent d'initier, mais sans le chercher à tout prix : ils sont là, ils en savent plus, mais se cantonnent à un rôle d'informateur. Si on les sollicite, ils conseillent – et entraînent à des sorties. Mais ils peuvent

10. Seulement 8 % des spectateurs du théâtre de Cavaillon disent choisir leurs pièces en fonction des conseils de leurs proches (contre 43 % en fonction du nom du metteur en scène et 33 % de celui de l'auteur ou du texte (Djakouane, 2007, p. 277). Chiffres plus élevés pour le public de la Comédie française : 22 % des spectateurs avaient entendu parler avant de la pièce qu'ils viennent de voir, dont les deux tiers par des personnes de leur entourage et de leur génération (Beaudouin & Maresca, 1997, p. 171-174).

11. À l'exception peut-être du milieu enseignant : plusieurs interviewés évoquent des conversations sur le théâtre dans les salles des professeurs.

12. Ce point a été souligné par Hennion, Maisonneuve & Gomart (2000, p. 117). Ils signalent aussi le fait que les amateurs savent très bien à qui ne *pas* s'adresser pour demander un conseil. C'est un fait auquel ont fait référence plusieurs interviewés de cette enquête : il y a dans leur entourage des individus qui agissent comme des « contre conseillers ».

avoir de leur côté des expériences théâtrales non partageables avec les membres de leur réseau d'influence, et accepter le fait que ces derniers aient des sorties qu'ils ne feraient pas eux-mêmes. Les informateurs sont disponibles mais peu dirigistes. Il y a enfin des individus qui s'engagent de façon forte et achètent des places pour les autres. Personne n'allant au théâtre sous contrainte, cela suppose une relation de confiance très différente des deux cas précédents. Et qui procure des gratifications culturelles spécifiques.

Pour étudier le profil de ces conseillers très investis dans leur rôle, je m'appuierai sur l'exemple des responsables de groupes d'amis. Chaque groupe est dirigé par un responsable, choisi par les membres du groupe, et qui est délégué auprès des théâtres pour faire les réservations pour la saison. C'est le rôle de ces responsables dans le choix des pièces qui nous intéressera ici, dans sa double dimension de relais entre une institution et des spectateurs, et de passeur de connaissances auprès des membres de son groupe<sup>13</sup>.

*A priori*, le responsable d'un groupe de théâtre est très proche de la figure du leader d'opinion étudiée par Katz et Lazarsfeld. Les leaders exercent leur influence sur des groupes primaires, c'est-à-dire des « groupes d'ordinaire caractérisés par leur petite taille, leur durée relative, leur style informel, leurs contacts en face à face, une grande diversité, et leurs finalités plus ou moins spécialisées » (Katz & Lazarsfeld, 2009, p. 60). Ils sont conscients d'avoir été désignés pour le leadership et sont parmi les mieux aimés parmi leurs pairs, ils occupent une position clef dans les canaux de l'interaction, et sont mieux informés que les autres sur les activités ou les problèmes importants dans la vie du groupe. Enfin, ils ont une expertise supérieure à celle des individus qu'ils influencent. Toutefois, et la différence est de taille, les responsables de groupes d'amis au théâtre sont des leaders officiellement désignés par un groupe pour les représenter et agir en leur nom.

Il y a bien sûr plusieurs types de responsables, comme il y a une certaine hétérogénéité dans les groupes d'amis : certains fonctionnent depuis plusieurs années sous la houlette du même responsable, d'autres sont l'objet de regroupements plus opportunistes avec une rotation des tâches d'achat des pièces. En outre, le processus de prise de décision des pièces

achetées pour une saison est plus ou moins démocratique : certains groupes se réunissent et argumentent. Les membres cherchent alors un consensus satisfaisant pour tout le monde – les trois ou quatre pièces nécessaires pour bénéficier du tarif sont des valeurs « sûres », et des pièces plus difficiles ou douteuses, sont proposées en option. D'autres groupes suivent plus aveuglément les choix du responsable :

« C'est archi simple, car moi mon truc c'est "qui m'aime me suive !", c'est moi qui choisis et personne d'autre, c'est mon credo ! Je leur dis : "après tout c'est moi qui me tape tout le boulot, les inscriptions, la pré collection des chèques, de distribuer, re-distribuer quand il y a des soucis de changements de dates, c'est moi aussi qui me tape toute l'organisation, c'est pas facile. Alors, tout le monde m'appelle 'le dictateur', ce qui me fait rire." (Femme, 49 ans, inactive, Paris.)

Tout dépend donc de la personnalité du responsable de groupe et de la docilité de ses troupes : les solutions sont variables. Il semble en revanche que les motivations qui poussent à accepter cette responsabilité soient assez proches d'un interviewé à l'autre : il y a d'évidentes gratifications culturelles à être reconnu comme plus compétent que les autres en matière culturelle, surtout auprès de gens qu'on porte en estime :

« Vous n'avez jamais pensé arrêter ?

Non. Non, non, ça ne me viendrait pas à l'idée. Ah bah, j'ai pas envie qu'on choisisse pour moi, quand même. Mais c'est vrai qu'au théâtre, c'est flatteur de se dire qu'effectivement, les gens vous font confiance, dans le groupe. Ils ont confiance dans vos choix. C'est agréable.

*Ils vous disent qu'ils vous font confiance ?*

Non, non, ils ont pas besoin de le dire, ils le manifestent en prenant l'abonnement. » (Femme, 65 ans, cadre retraitée, Paris.)

En réalité, le responsable de groupe est très souvent animé par une ambition pédagogique. Son rôle est de faire découvrir le théâtre à des spectateurs plus néophytes et c'est un rôle qui le passionne :

« Effectivement, je suis un petit peu l'investigatrice de ça, parce que j'ai plaisir à le faire, et que c'est aussi le plaisir de partager avec des gens, de les amener à découvrir [...]. Ce spectacle j'ai vraiment envie de le faire découvrir aux gens, et là je leur impose, mais quelque part, elles prennent plaisir, elles aussi, à se laisser porter par mon choix ou quoi, elles se laissent porter, mais je sais que c'est ça un peu le deal... Donc elles se laissent porter. Elles savent très bien que je pense que ça va être bien, donc elles me font confiance aussi. Après je peux me planter, hein. Mais en général, les gens me suivent, quoi. Alors après, ça peut ne pas plaire... » (Femme 25 ans, chômeuse, Paris.)

13. L'expérience sociale particulière que procure la sortie en groupe régulier sera analysée dans la partie suivante.

La médaille a son revers. Car, comme on l'a vu, la recommandation d'une pièce de théâtre est un art difficile. Les pièces qui ont plu sont une source de forte gratification pour celui qui les a choisies (« Je suis très contente quand les gens aiment, parce que forcément, je me dis : "c'est grâce à moi" »). Mais celles qui ont suscité ennui ou rejet posent plus de problèmes aux responsables de groupe qu'ils ne veulent bien l'admettre, comme en témoigne l'ambiguïté de leurs propos :

« Bah, c'est sûr, c'est toujours un peu gênant, quand les gens n'ont pas apprécié, on est un petit peu déçu, parce qu'encore une fois, on a un petit peu perdu son temps, c'est toujours dommage. C'est pas pour ça que je me culpabilise, d'accord, il faut rester sérieux, quand même, je me sens pas culpabilisée pour autant. Ah non, parce que bon, je les ai prévenus, moi je suis très claire là-dessus, je prends des spectacles, je suis pas critique, j'y connais rien, j'y vais au feeling, et bon ben, après, ils ont accepté, je les ai pas forcés, donc je me sens pas responsable. Bon, je fais encore une fois quand même en sorte de tenir compte éventuellement dans le choix de leur avis, parce que si je prends des choses, et que ça plaît à personne, j'aurai plus personne (*rires*), c'est pas le but non plus. Si je leur propose que des choses de ce type-là, l'année prochaine, ils viendront pas. Si quand tu sors, ils te disent : "putain, on s'est fait chier, c'était chiant !", bon, bah je suis gênée, après ils savent très bien que j'y suis pour rien, quoi. » (Femme, 49 ans, cadre, Paris.)

S'il y va de la survie du groupe, il y va aussi de l'honneur culturel du responsable qui a fait les choix. Les responsables de groupes d'amis sont en fait nombreux à expliquer, à mi-mots, qu'il n'est pas très facile d'encaisser les réactions négatives.

« Je peux me dire : "hou là là, c'est un accès difficile, bon, comment ils vont réagir", donc parfois ça peut peut-être m'ennuyer de leur faire subir ça, mais d'un autre côté, je me déculpabilise très vite, parce que je suis responsable de rien, et voilà, quoi. Mais encore une fois, chacun prend ses responsabilités, aussi, après, ça leur a pas plu, ils ont le loisir de pas venir après, c'est leur choix, quoi. Ça fait partie du jeu, hein. Je veux dire, le spectacle, il est comme il est, moi j'ai pas vu le spectacle avant de les emmener. Donc ça, c'est la règle du jeu, ils m'en veulent pas, hein, ce serait mal venu de m'en vouloir. Je veux dire, celui qui fait vraiment la gueule et qui m'en veut, l'an prochain, c'est clair que je le convie pas, quoi. » (Homme, commerçant, 46 ans, banlieue parisienne.)

Le lien culturel entre le responsable et les membres de son groupe repose donc sur un équilibre fragile, car il est difficile

de concilier des ambitions ou des goûts différents en matière de théâtre. Qu'ils soient ou non des responsables de groupes d'amis, tous ceux qui conseillent des pièces le savent : ils prennent un risque. Mais les conséquences ne sont en général pas très lourdes. Au pire, on ne fera plus appel à eux. En revanche, une expérience discordante de la pièce, une fois dans la salle, peut laisser plus de traces, non seulement parce qu'elle est plus difficile à vivre, mais surtout parce qu'elle peut compromettre les possibilités d'autres sorties à venir. Or, pour le théâtre, stabiliser un réseau de pratique est très important : il ne suffit pas de recruter des compagnons pour une sortie, il faut aussi pouvoir reproduire l'expérience sans se reposer à chaque fois la question de l'accompagnement. C'est d'autant plus essentiel, qu'on ne va pas seul au théâtre – seulement 4 % des spectateurs : c'est d'ailleurs une grande différence avec le cinéma qui recrute 38 % de spectateurs solitaires (Donnat, 1998 et 2009)<sup>14</sup>.

### Les configurations de sortie

L'enquête Pratiques culturelles des Français de 2008, avec une nouvelle question sur les accompagnants au théâtre, permet de repérer les principales configurations de sortie. La question posée aux pratiquants « Avec qui êtes-vous allé au théâtre<sup>15</sup> la dernière fois ? » donne des résultats très intéressants comme on peut le voir sur le tableau 1.

Les sorties en couple viennent largement en tête (37 % des spectateurs), et si on y ajoute les sorties en famille avec des enfants mineurs (13 %), et en famille sans enfants (7 %), on constate que plus d'un spectateur sur deux va au théâtre avec des membres de sa famille. En ce qui concerne les sorties avec l'entourage amical, les sorties « spécialisées » (« avec un ou plusieurs amis avec lesquels vous avez l'habitude d'aller au théâtre ») sont plus de deux fois plus fréquentes (17 %) que les sorties avec d'autres types d'amis (7 %). Les sorties en groupe organisé ne concernent que 7 % du public du théâtre et sont largement concentrées sur les tranches d'âge 15/25 ans. Enfin, le cumul des réseaux – par exemple en couple au sein d'un groupe amical – est faible, seulement 8 % des spectateurs.

14. Dans les entretiens, les solitaires appartenait à deux profils opposés : d'un côté des spectateurs qui ne parviennent pas à recruter des accompagnants dans leur entourage (« je sais ça surprend beaucoup parce qu'on dit : "oh tu y vas toute seule !..." ah ben oui, oui... Faute de combattant, hein, ben j'y vais toute seule ! »). De l'autre, des hyper pratiquants (le pourcentage de solos passe d'ailleurs de 3 % chez les spectateurs occasionnels à 6 % chez les spectateurs assidus), qui ont souvent un lien quasi professionnel avec le

spectacle vivant (comédiens amateurs, intermittents du spectacle, étudiants dans une filière culturelle), et que la sortie en solitaire dérange beaucoup moins.

15. La question posée dans l'enquête PCF distingue le théâtre professionnel des spectacles de rue, des spectacles amateurs, des ballets ou de l'opéra. (Pour une comparaison des accompagnants au musée et au théâtre, voir annexe électronique, tableau 6).



**Tableau 1 : Public du théâtre – Profil selon le réseau mobilisé lors de la dernière sortie au théâtre (modalités exclusives).  
En %. Effectifs en italique. Base : ensemble des spectateurs ayant vu au moins une pièce de théâtre jouée  
par des professionnels au cours des douze derniers mois**

		Réseau mobilisé pour la dernière sortie au théâtre							Total Public théâtre	
		En Couple	Avec amis avec lesquels vous avez l'habitude d'aller au théâtre	En famille avec enfants de moins de 18 ans	Avec d'autres amis	En famille sans enfant de moins de 18 ans	En groupe (scolaire, 3 âges...)	Seul		Plusieurs réseaux
<b>Parmi le public du théâtre</b>		<b>37 %</b>	<b>17 %</b>	<b>13 %</b>	<b>7 %</b>	<b>7 %</b>	<b>7 %</b>	<b>4 %</b>	<b>8 %</b>	<b>100 %</b>
<i>Effectifs bruts</i>		<i>378</i>	<i>185</i>	<i>123</i>	<i>71</i>	<i>70</i>	<i>49</i>	<i>43</i>	<i>86</i>	<i>1005</i>
<b>Sexe</b>	Homme (451)	62 %	28 %	36 %	43 %	36 %	44 %	43 %	49 %	47 %
	Femme (554)	38 %	72 %	64 %	57 %	64 %	56 %	57 %	51 %	53 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Âge</b>	15-17 ANS (56)	1 %	8 %	17 %	6 %	6 %	38 %		1 %	7 %
	18-24 ANS (126)	5 %	23 %	12 %	30 %	22 %	46 %	14 %	8 %	16 %
	25-34 ANS (152)	18 %	14 %	9 %	19 %	16 %	0 %	25 %	15 %	15 %
	35-49 ANS (220)	22 %	16 %	33 %	18 %	19 %	5 %	19 %	31 %	21 %
	50-64 ANS (279)	37 %	22 %	19 %	21 %	22 %	3 %	25 %	29 %	26 %
	65 ANS ET + (172)	18 %	18 %	10 %	6 %	13 %	8 %	17 %	16 %	15 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>PCS de l'individu</b> (avec inactifs classés dans leur ancienne profession)	Indépendants (74)	9 %	5 %	3 %	4 %	6 %	0 %	3 %	5 %	6 %
	Cadres et prof. intell. sup. (276)	33 %	23 %	16 %	24 %	15 %	3 %	29 %	29 %	25 %
	Professions intermédiaires (216)	22 %	16 %	21 %	22 %	11 %	2 %	34 %	19 %	19 %
	Employés (168)	15 %	21 %	20 %	12 %	21 %	6 %	11 %	18 %	16 %
	Ouvriers (61)	8 %	6 %	6 %	3 %	6 %	3 %		9 %	6 %
	Étudiants, élèves (144)	6 %	25 %	26 %	31 %	26 %	82 %	16 %	10 %	21 %
	Femmes au foyer (49)	4 %	3 %	7 %	1 %	12 %	3 %	5 %	8 %	5 %
	Autres inactifs (17)	2 %	1 %		1 %	3 %	2 %	3 %	1 %	2 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Niveau de diplôme</b>	Aucun, cep (110)	19 %	17 %	19 %	4 %	28 %	6 %	14 %	21 %	17 %
	cap-bep (145)	22 %	10 %	14 %	12 %	13 %	3 %	8 %	18 %	15 %
	bepc (48)	7 %	3 %	3 %	7 %	1 %	3 %	5 %	5 %	5 %
	bac (152)	10 %	10 %	12 %	6 %	6 %	2 %	14 %	16 %	10 %
	bac + 2 et + 3 (165)	13 %	10 %	13 %	21 %	10 %	5 %	19 %	10 %	12 %
	bac + 4 et plus (241)	22 %	24 %	14 %	18 %	16 %	0 %	24 %	19 %	19 %
	Élèves, étudiants (144)	6 %	25 %	26 %	31 %	25 %	82 %	16 %	10 %	21 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

<b>Vie familiale</b>	En couple avec enfant (219)	24 %	8 %	45 %	13 %	15 %	3 %	11 %	30 %	21 %
	En couple sans enfant (360)	60 %	16 %	9 %	19 %	21 %	1 %	24 %	49 %	34 %
	Élève seul enfant (37)	1 %	3 %	8 %	4 %	5 %		8 %	4 %	3 %
	Célibataire sans enfant (232)	9 %	44 %	8 %	32 %	36 %	13 %	45 %	8 %	20 %
	Vit chez ses parents (141)	5 %	25 %	25 %	28 %	20 %	82 %	11 %	8 %	20 %
	Non déterminé (16)	1 %	3 %	3 %	3 %	3 %		3 %	1 %	2 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Taille de l'agglomération</b>	Communes rurales (182)	19 %	17 %	29 %	6 %	12 %	15 %	27 %	16 %	18 %
	Moins de 20 000 hab. (109)	11 %	6 %	14 %	9 %	9 %	19 %	11 %	13 %	11 %
	20 000 à 100 000 hab. (118)	11 %	13 %	13 %	12 %	12 %	25 %	8 %	11 %	13 %
	Plus de 100 000 hab. (286)	27 %	29 %	25 %	41 %	32 %	25 %	38 %	25 %	29 %
	Paris <i>intra-muros</i> (103)	11 %	18 %	4 %	12 %	8 %	3 %	11 %	5 %	10 %
	Reste de l'agglo. parisienne (207)	21 %	17 %	14 %	21 %	27 %	12 %	5 %	29 %	19 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
<b>Fréquence de sorties au théâtre</b>	1 ou 2 fois depuis 12 mois (677)	73 %	58 %	75 %	67 %	78 %	74 %	57 %	60 %	69 %
	3 fois et plus depuis 12 mois (328)	27 %	42 %	25 %	33 %	22 %	26 %	43 %	40 %	31 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

On notera que l'équilibre entre sorties familiales et sorties amicales varie avec la fréquence de la pratique. Plus on va souvent au théâtre, plus les accompagnants se recrutent dans un réseau amical régulier et non dans l'entourage familial – comme c'est le cas pour les spectateurs occasionnels. Mais ce sont probablement les différences entre les configurations de sortie masculines et féminines qui sont les plus frappantes surtout dans le cas des sorties en couple (62 % des spectateurs déclarant être sortis en couple sont des hommes et seulement 38 % des femmes) et des sorties avec des amis réguliers (pratiquées à 72 % par des femmes). Il y a quasiment autant d'hommes que de femmes qui sont allés au théâtre en France depuis les douze derniers mois (voir l'annexe électronique, tableau 1), mais leur manière d'y aller diffère fortement.

On va donc examiner ici les deux formes d'accompagnement les plus répandues – et les plus clivées par le sexe : la sortie en couple et la sortie avec un ou des amis réguliers. Elles ont en commun de

reposer sur des partenaires pérennes, un conjoint, des amis avec lesquels se sont instaurées des sorties régulières au théâtre.

#### *La sortie en couple*

La prédominance des sorties en couple, déjà constatée par d'autres travaux sur le théâtre (Guy, 1988 ; Djakouane, 2007), s'explique assez aisément, ne serait-ce qu'en termes d'organisation. Dans un couple, on a une bonne maîtrise de l'agenda du conjoint (« On sort plus souvent à deux qu'à six, non, non, c'est plus facile de toute manière, ne serait-ce que par rapport aux goûts des uns et des autres ou aux possibilités des uns et des autres ».)

Toutefois, les données de la nouvelle question intégrée dans l'enquête Pratiques culturelles des Français permettent de montrer que la sortie en couple n'est pas du tout pratiquée avec la même intensité par les hommes et par les femmes. La prédilection des hommes pour les sorties en couple commence

très tôt et s'accroît nettement après 50 ans. Si l'on s'intéresse uniquement aux spectateurs vivant en couple (mariés ou vie maritale) on constate que l'écart entre hommes et femmes reste très grand : 66 % des hommes vivant en couple vont au théâtre en couple, contre seulement 47 % des femmes qui vivent en couple. On peut enfin ajouter que la sortie en couple est proportionnellement plus fréquente chez les spectateurs occasionnels que chez les assidus (tableau 1).

Que nous apportent les entretiens par rapport à ce paysage d'ensemble ? Tout d'abord, ils permettent de comprendre que dans l'immense majorité des couples, c'est la femme qui s'occupe de l'organisation pratique de la sortie. La question a été systématiquement posée : réserver les places, prendre les billets, résoudre les questions d'ordre domestique comme la garde des enfants, toutes ces tâches incombent aux conjointes<sup>16</sup>. On peut aussi distinguer trois types de couples<sup>17</sup>.

Certains couples partagent à la fois une appétence pour le théâtre et les mêmes goûts en matière de pièces. Ce type de couple est aussi bien représenté chez des spectateurs occasionnels du théâtre privé qui se cantonnent au registre de la comédie que chez des couples d'enseignants qui sont au contraire des assidus du théâtre public :

« On est enseignants tous les deux, alors c'est souvent moi qui choisis parce que c'est moi qui prends les abonnements, mais il aurait choisi à peu près les mêmes pièces je pense, bon, parce qu'en fait on a la même formation, on a les mêmes goûts. » (Femme, 64 ans, enseignante, Quimper)

Second type : des couples où l'un des individus – souvent la femme – a une pratique ou une connaissance du théâtre très supérieure à celle de son conjoint. Dans ces couples, celui qui est amateur de théâtre effectue certaines sorties avec son conjoint et d'autres sans lui (notamment en solo). Il faut trouver une sorte d'équilibre culturel pour les sorties faites à deux, en dosant la fréquence de celles-ci, et en évitant les expériences trop déconcertantes :

« De temps en temps, j'invite mon copain mais lui, il n'est pas du tout, du tout dans le théâtre et donc je l'invite beaucoup moins souvent

parce que je ne veux pas... Enfin, je pense qu'il a vite sa dose quoi, s'il y va trois fois par an, je pense que c'est bon quoi. Si j'invite mon copain et donc on en parle après et là, ça ne va pas être le même genre de discussion parce que forcément, il aura moins de choses à dire parce que... Enfin, ce n'est pas qu'il est moins capable de dire des choses parce que moi, justement, je trouve que tous les avis sont super intéressants et que dès fois, les gens qui vont trop au théâtre, ils ont des avis un peu stéréotypés mais lui, il ne va pas se sentir légitime d'en parler en fait. Il va me dire "bah je ne sais pas, c'est toi qui t'y connais..." Lui, il ne va pas prendre de risque, mais ça l'intéresse d'y aller une fois de temps en temps s'il sait que c'est vraiment un truc super bien a priori et que je lui en ai déjà parlé. Il ne va pas prendre le risque, il ne va pas y aller souvent pour découvrir, au cas où, un nouveau metteur en scène qu'il aime bien, il s'en fout quoi. Mais je ne vais pas l'emmener voir des trucs trop expérimentaux par exemple. Ça, c'est pour moi. En général, je vais quand même l'emmener voir un truc que je pense qui peut lui plaire. » (Femme, étudiante en théâtre, Lille)

Enfin, dernier type, les couples qui maintiennent une pratique du théâtre à deux tout en devant surmonter certains différends quant à l'appréciation des pièces, voire de la pratique du théâtre en général. Dans ces couples, les conjointes ne sont pas forcément des connaisseuses, mais elles aiment aller au théâtre et cherchent à entraîner leur conjoint aussi souvent que possible. Ce couple est le fruit d'un arrangement social. Je l'ai rencontré plus souvent chez des interviewés de province, surtout dans des petites villes, où la tolérance aux sorties séparées est probablement, sinon moins tolérée, du moins plus visible, surtout pour une sortie au théâtre qui reste relativement exceptionnelle. On peut aussi évoquer, comme le suggère Collins, la division sexuée du travail de statut : c'est aux femmes qu'incombe le devoir de représentation public du statut culturel de la famille (Collins, 1988).

Ce dernier type conduit à reconsidérer le pourcentage très important des hommes qui sortent au théâtre en couple. On pouvait penser que c'était là le mode de sortie qu'ils préféreraient, mais il pourrait aussi s'agir de sorties concédées à leur conjointe, sans appétence personnelle pour le théâtre. Le fait que les sorties en couple soient proportionnellement plus fréquentes chez les spectateurs occasionnels que chez les spectateurs assidus va en ce sens.

« Au fond, mon mari me fait plaisir en allant au théâtre avec moi. Ce n'est pas sa tasse de thé. Même si parfois il reconnaît avoir passé un

16. Ce constat vaut d'ailleurs pour toutes les formes de sorties familiales, pas seulement pour la sortie en couple.

17. Djakouane (2007, p. 301-302) dans son enquête sur le public du théâtre de Cavillon en évoquait quatre : le couple complice qui partage les

mêmes goûts depuis toujours, le couple où l'un des conjoints joue un rôle de mentor pour l'autre et l'initie à de nouvelles formes théâtrales, le couple où seul l'un des conjoints va au théâtre, et le couple dont les deux conjoints finissent par abandonner la pratique du théâtre faute de trouver une offre qui leur convienne à tous deux.

bon moment. Cela lui arrive de traîner les pieds. C'est vrai que quand les représentations étaient en semaine, c'était encore plus difficile de le motiver. Il est aussi très tranchant : soit ce qu'il a vu lui plaît, soit non. C'est assez bref les discussions qu'on peut avoir avec mon mari. À force, cela devient une habitude et on ne discute plus vraiment des choses dans le fond. » (Femme au foyer, mari ingénieur, environ 60 ans, Quimper)

Du coup, la sortie en couple peut être décrite comme une entreprise aléatoire :

« On a pas toujours, euh, les mêmes goûts en matière de spectacle, donc on fait euh... on fait... enfin ! J'aime bien plus les représentations, que ce soit théâtre ou ballet, que lui. On voit ensemble : il se laisse influencer et après il est très déçu ! (rires) Il croit en mes choix et puis... Et bien par exemple les choses d'avant garde, il a beaucoup de mal à accrocher, et là, cette pièce russe qui était vraiment jouée dans un décor magnifique... Moi j'ai adoré, lui, il a pas aimé du tout. À l'intérieur du couple, ça peut être le sujet de discussions un peu... Bon. Un peu fortes quoi. Ça peut être sujet à désaccord ! Bah après, ça nous fait rire. Enfin, mon mari rit un peu jaune, parce que c'est souvent lui qui a été contraint, quand même, mais on en reparle et il dit "ah non ! Ça tu ne m'y reprendras pas !" Si je suis convaincue que c'est quelque chose de bien, j'essaie de le convaincre et de l'emmenner. » (Femme, 59 ans, Grenoble, enseignante à la retraite)

La sortie en couple n'est donc finalement pas la plus simple à réussir : un mauvais choix ou, pire, un désaccord sur la pièce, laisse des traces (« si ça lui plaît pas et que moi ça m'a plu, ben en couple c'est toujours plus intime qu'entre amis ! »). Car se tromper sur les goûts de la personne dont on partage la vie a plus de conséquences, à commencer par le fait qu'elle risque de renâcler lorsqu'il s'agira de retourner au théâtre.

### *La sortie avec des amis réguliers*

« Il y a ça aussi, en fait, les maris sont en général pas intéressés, c'est pour ça qu'on s'y retrouve entre nanas. »

Ces propos d'une interviewée parisienne résume bien une première caractéristique des sorties avec des amis avec lesquels on sort régulièrement au théâtre : ils comptent une forte majorité de femmes, et sont même parfois exclusivement féminins (« Surtout pas d'hommes ! On a essayé de les emmener une ou deux fois : « Hou là, là... »). Ce mode de sortie, nettement plus fréquent chez les spectatrices que les spectateurs, atteint chez celles-ci des pourcentages particulièrement élevés entre 18 et 25 ans d'un côté,

après 50 ans et surtout 65 ans de l'autre : ce sont deux moments de la vie qui encadrent la période probable de mise en couple et de naissance des enfants, période durant laquelle les sorties sont moins nombreuses et la probabilité de les faire en couple plus grande. Pour les femmes de moins de 25 ans, le repli sur les amies est sans doute une manière de pallier le déficit d'accompagnateurs masculins au théâtre : c'est en effet entre 15 et 24 ans que la différence de fréquentation du théâtre est la plus grande entre les hommes et les femmes (Donnat, 2005). Après 50 ans, le réinvestissement sur une sociabilité amicale stable pour le théâtre tient sans doute à plusieurs facteurs : le plus grand nombre de femmes seules du fait des divorces ou veuvages, mais aussi les difficultés à maintenir sur le long terme les sorties en couple au théâtre que nous avons évoquées.

Deuxième caractéristique : on constate une surreprésentation des sorties avec des amis réguliers à Paris *intra-muros* (les parisiens représentent 10 % des spectateurs de théâtre mais 18 % de ce type de sorties, tableau 1). Pourquoi Paris, et pas Marseille ou Lyon ? Pourquoi un tel écart entre Paris *intra-muros* et sa banlieue ? On peut émettre plusieurs hypothèses. La première tient aux particularités de la capitale en matière d'offre et de consommation de théâtre<sup>18</sup>. Avec plus de 200 théâtres, l'offre parisienne n'a pas d'équivalent, et, de fait, les Parisiens sont de bien plus gros consommateurs de théâtre que les autres : 56 % de pratiquants contre 19 % à l'échelle de l'ensemble de la population française, dont 35 % de pratiquants assidus (plus de 3 fois dans l'année) contre 6 % (Donnat, 2009, p. 182). La seconde tient au nombre élevé de Parisiens qui ne vivent pas en couple. Enfin, certains interviewés avancent l'idée que la dispersion de l'habitat, les horaires de travail, et les difficultés de transports dans la région parisienne distendent les liens amicaux, et que ces sorties régulières au théâtre sont un moyen de les maintenir sur une base durable, sans compter l'effet d'entraînement (« y'a la dynamique impulsion, ça force à sortir de chez soi ») :

« C'est aussi pour se retrouver. C'est aussi un prétexte, c'est quelque chose qu'on aime bien tous, et c'est justement un prétexte, c'est pas que ça nous oblige, mais ça nous met effectivement des échéances, on se dit que bon, c'est bien, on va se voir un certain nombre de fois dans l'année, sinon c'est vrai que tout le monde est un peu à droite à gauche, pas mal occupé ailleurs, et que des fois, on peut être un

18. De nombreux travaux ont exploré cette spécificité parisienne : Menger, 2009, p. 547-554 ; Maresca, 2003.

peu paresseux, pas forcément s'appeler. Ouais, la fonction de ça, c'est aussi de se retrouver, quoi. De se voir assez régulièrement, c'est agréable. » (Femme, 52 ans, actrice, Paris.)

Cette forme de sortie concerne des groupes plus ou moins formels et étendus. Au niveau le plus rudimentaire, ils peuvent être simplement composés de deux personnes qui ont pris l'habitude de sortir ensemble pour voir des pièces :

« C'est vrai qu'avec cette copine, c'est vraiment depuis cinq ans où l'on s'est dit "bon, allez, on se prend un abonnement", elle m'avait dit "eh bien, c'est trop con qu'on y aille toute seule chacune dans notre coin" et donc maintenant, on fait attention à prendre les mêmes pièces et notamment aussi pour l'opéra. Cela fait trois ans que je m'abonne avec elle et là, pour le coup, l'opéra, c'est elle qui m'a poussé à m'abonner à l'opéra depuis la réouverture, et donc c'est elle qui regarde un petit peu et puis elle prend les abonnements pour nous deux. » (Femme, 35 ans, restauratrice, Lille.)

Au niveau le plus formel, on trouve des groupes plus denses, comme les groupes d'amis qui ont déjà été évoqués. La composition de ces groupes varie selon les cas : il y a toujours au départ un noyau dur d'amis qui se connaissent très bien – anciens camarades d'études ou enseignants dans une même école par exemple – auquel viennent s'agréger au fil du temps des amis d'amis. Il y a un mélange de liens forts et de liens plus faibles, mais, dans tous les cas, le groupe est fondé sur des liens amicaux :

« On amène des amis, qui viennent, qui repartent, enfin, ça rentre, ça sort, ça vient. C'est comme ça, c'est souvent des personnes qui en amènent une ou deux, bon, qui viennent, et puis qui restent. Actuellement, le groupe de fidèles, c'est une dizaine, une douzaine de personnes. Y'a un noyau dur. Il peut s'étendre, il peut se rétrécir selon les circonstances. » (Homme, 68 ans, retraité, banlieue parisienne.)

Les enquêtés décrivent cette sociabilité en grappe comme un des avantages de la formule. Cela permet de faire de nouvelles connaissances et de nouer des amitiés plus variées socialement, voire même de créer des relations professionnelles. De fait, ces gains de sociabilité bénéficient surtout aux responsables de groupes :

« Mon réseau d'amis a doublé, hein, avec ça, c'est tout à fait évident. Par exemple, y'en a une, au théâtre, c'est très simple, j'avais une fille qui était vraiment une très très bonne amie, et ben elle a mis dans le groupe théâtre son père, sa mère, sa sœur, plus le mari, plus les trois enfants, plus son frère, et la deuxième épouse du frère, donc maintenant, y'a toute la famille qui est là. Au début, je ne connaissais que Catherine, maintenant je connais le père, la mère, etc. Donc si, si, maintenant, je suis allée passer les vacances chez eux, et y'avait tout le monde, on a fait du bateau ensemble. Je les connaissais pas

les autres de la famille, et là, on s'est connus comme ça. Si, si, bien sûr, oui, tout à fait. Si, si, c'est important, ça. » (Femme, 58 ans, professeur de français, Paris.)

C'est aussi que le responsable, du fait même de son rôle, est au cœur du réseau de relation du groupe. Karine, 27 ans, qui a réuni autour de deux amies intimes, quatre autres jeunes femmes moins proches, explique qu'elle a bel et bien gardé la main sur l'organisation de la sociabilité :

« Les gens à qui je propose, c'est des gens, effectivement, avec qui j'ai envie d'avoir des moments comme ça. Et du coup, elles sont amenées, effectivement, à rencontrer mon noyau dur d'amies, mais j'aime bien, justement, l'idée de pouvoir mixer mes relations, et qu'il y ait une bonne entente, ça me plaît comme idée. Après c'est vrai que je reste quand même un des maillons au sein même de leurs relations. Mais à terme, on sait pas, hein, avec le temps, elles auront peut-être plaisir à se voir sans moi. Qu'elles en viennent à s'appeler carrément sans que je sois là, non, ça c'est pas encore fait vraiment non plus. Mais ça pourrait se faire. Ça pourrait arriver. » (Femme 27 ans, chômeuse, Paris.)

Cela peut aller beaucoup plus loin, si l'on reprend le cas de cette enseignante parisienne précédemment évoquée. D'un côté, elle refuse que les membres de son groupe passent trop souvent leurs places à des inconnus quand ils ne peuvent pas venir (« Il faut que ça reste un plaisir pour moi, hein, je suis pas une agence de vente de billet de théâtre. Ça non, je suis pas la Fnac, voilà, j'ai le plaisir aussi de voir des gens que j'aime bien. Quand de temps en temps, y'a trop d'invités de deuxième main, ça m'ennuie »). De l'autre, lors de la distribution des places, elle se comporte exactement comme une maîtresse de maison qui travaillerait son plan de table avant une réception :

« Ah oui, c'est moi qui place les gens. Non, non, je les mets pas au hasard. Les couples, je les sépare pas. Donc les couples sont ensemble. Ensuite, on me donne les places disons quatre, six, huit. Donc j'essaie de répartir... J'essaie aussi, évidemment, de mettre les gens qui se connaissent le mieux, parce que le centre, c'est moi, mais il y a des gens qui ne se connaissent pas nécessairement, au départ. Donc je fais quand même attention, c'est vrai que ça demande du temps. Qui je mets à côté de qui, qui a eu les bonnes places la fois d'avant..., j'essaie de répartir. Donc quels sont les couples qui se connaissent, j'essaie parfois de panacher dans la mesure où je sais qu'ils se sont vus dans l'entre-deux, ou qu'ils ont des choses à échanger. Ça dépend. Tantôt, je mets les uns là, les autres là, "tiens, je vais changer, je vais les mettre à côté d'untel, ils vont faire connaissance, ils ont parlé de ça la dernière fois, je vais les mettre ensemble, comme ça ils vont continuer la discussion". Je fais exprès, justement, que les gens rencontrent les autres. En revanche, j'essaie, en début de saison, si c'est quelqu'un qui connaît pas tellement les autres, d'être proche moi-même, c'est-à-dire, de pouvoir le présenter aux gens qui sont à côté. Et j'essaie aussi, les gens qui

sont célibataires, de les mettre avec des gens différents chaque fois, pour qu'ils se sentent aussi intégrés au groupe. » (Femme, 58 ans, professeur de français, Paris.)

Il est aussi important de garder la maîtrise de l'esprit du groupe. Il ne s'agit pas d'aller au théâtre, il s'agit d'aller au théâtre ensemble, et de partager ensuite des moments de convivialité :

« J'ai du mal à transiger sur l'histoire du café après, je trouve que vraiment il faut se voir un peu, parce que sinon, ça fait trop "consom", ils viennent, si c'est juste pour aller voir le spectacle, enfin, bon, c'est pas l'esprit dans lequel moi j'ai voulu créer ce truc-là.. C'est vrai que monter un groupe simplement pour bénéficier des tarifs réduits, ça me gênerait un peu, quand même, si c'était que ça. » (Femme 49 ans, cadre dans le privé, banlieue parisienne.)

En réalité, ces moments de convivialité organisés après le spectacle permettent de socialiser le risque théâtral :

« On se dit : la première partie c'est le spectacle, la deuxième partie c'est le café, ou le dîner. On sait que la première partie, des fois, elle est très bien, des fois moins. Mais la deuxième partie, elle est toujours très bien. Quand tout le monde a détesté la pièce alors là, on mange de meilleur appétit, on se défoule... (rires) Bah oui, on dit : "ça ne fait rien, on s'en tape, on va quand même avoir une bonne soirée ensemble", et ça permet de se rappeler les bonnes pièces qu'on a vues... Si le théâtre est pas bien, le restaurant sera bien... Ça nous est arrivé une ou deux fois de ne pas pouvoir se voir après, et pour moi, c'est pas le même spectacle. C'est pas la même expérience. Pour moi c'est indispensable cette deuxième partie » (Homme, psychanalyste, 55 ans, marié, Paris).

Finalement, s'il fallait résumer la différence entre la sortie en couple et la sortie en groupe d'amis par un seul élément, ce serait certainement à travers la manière opposée dont sont perçus les bâillements et les « petits sommes » au théâtre. En couple, les maris qui s'endorment sont très mal vécus par leurs femmes, qui y voient le signe d'un désintérêt agressif et l'annonce de sorties compromises à l'avenir. Entre amis, ils sont un sujet de plaisanterie et chacun sait que cela ne porte pas à conséquence. Car l'esprit du groupe a autant d'importance que la pièce elle-même.

### La culture cultivée à l'épreuve du genre

Comme on l'a vu, le réseau personnel n'est pas seulement « une réalité invisible qui assure la circulation des

connaissances » (Karpik, 2007, p. 139), il est aussi un appui essentiel dans la construction de l'expérience théâtrale au moment même où elle se déroule. On ne peut guère imaginer dans le cas du théâtre de spécialisation dans une position de conseiller « froide », sans aucun partage de l'expérience émotionnelle des pièces. Cette recherche montre aussi que la pratique du théâtre demande de stabiliser un mode de sortie sur le long terme en recrutant d'autres pratiquants dans son entourage proche. Face à ce problème, une partie des amatrices de théâtre ont créé des modes de sortie originaux, en puisant dans leurs réseaux amicaux féminins pour pallier les carences de leur entourage familial. Une telle stratégie est-elle spécifique au secteur du théâtre ? Sans doute pas. Il convient de s'interroger, de façon plus générale, sur les conséquences sociales du déclin de la culture cultivée et la possible montée de formes de sociabilité culturelle genrées. On le sait, le déclin des pratiques cultivées, qui est particulièrement net dans les jeunes générations, touche nettement plus les hommes que les femmes. (Donnat, 2005 ; Di Maggio, 2004 ; Lizardo, 2006). La plus grande appétence des femmes pour la culture cultivée se vérifie aujourd'hui à tous les âges, dans tous les milieux sociaux et à tous les niveaux d'éducation (Bihagen & Katz-Gerro, 2000). Cette féminisation de la culture cultivée doit bien sûr être mise en relation avec les meilleures performances scolaires féminines, qui creusent, depuis les années 1980, l'écart avec leurs homologues masculins, surtout dans les filières liées aux humanités (Rosenwald, 2006 ; Vanderschelden, 2006). Christin montre aussi qu'elle s'explique, dans le cas nord-américain, par une socialisation artistique spécifique aux femmes, à travers des activités extra-curriculaires liées à l'art pendant l'enfance (Christin, 2011).

Ces transformations ont une conséquence majeure : les femmes sont plus souvent obligées de chercher des interlocuteurs de pratiques en dehors de leur entourage familial. On l'a vu ici avec l'exemple des sorties en couple plus difficiles à réaliser quand on est une femme. Dans les cohortes d'unions les plus anciennes, l'hétérogamie était liée à un niveau d'étude de l'homme supérieur à celui de sa conjointe. Pour les générations les plus récentes, c'est l'inverse (Vanderschelden, 2006<sup>19</sup>). Le cas de la sociabilité culturelle autour du livre est intéressant de ce point de vue. À niveau de lecture égal, on constate que

19. Le phénomène n'est pas récent, pour la période des années 1980, Van Berkel & de Graaf montrent que le nombre de couples « mixtes » (c'est-à-dire ayant un niveau d'éducation différent) a fortement crû aux Pays-Bas entre 1979

et 1987 et que le pourcentage de couples où la femme a un plus haut niveau d'éducation que son mari est passé de 10 % dans la cohorte la plus âgée à 33 % dans la cohorte la plus jeune. (Van Berkel & De Graaf, 1995.)

les femmes sont plus nombreuses que les hommes à échanger des livres et à en parler. Les réseaux qu'elles mobilisent pour ces échanges ou discussions sont beaucoup plus souvent situés hors de leur famille restreinte – réseaux amicaux, famille hors foyer – alors que pour les hommes lecteurs, les membres du foyer constituent la première ressource (Gire, Pasquier & Granjon, 2007). Plusieurs travaux ont aussi été consacrés au phénomène féminin des clubs de lecture (Evans, 1996 ; Long, 2003 ; Radway, 1991). Ces clubs sont constitués sur des bases locales et composés de femmes amatrices de lecture qui se réunissent pour discuter d'une sélection d'ouvrages<sup>20</sup>. Le travail de Long montre bien qu'ils permettent à la fois d'entretenir la pratique et de créer de nouveaux liens sociaux (Long, 2003). On

est donc très proche du phénomène des groupes d'amis pour le théâtre qui a été analysé ici. Les réseaux de pratique qui, par le passé, puisaient largement dans les ressources culturelles familiales propres aux classes moyennes supérieures, se déploient aujourd'hui en direction de réseaux amicaux, voire même de réseaux amicaux spécialisés autour d'une pratique. Plus encore, on assiste à un phénomène de « réciprocité » au sens de Lizardo : l'activité culturelle génère du lien social (Lizardo, 2006). Les réseaux sociaux d'internet, qui ont fait de l'affinité culturelle une des clés de leur succès, proposent des formules de sociabilité que les consommateurs de culture cultivée ont dû mettre en place dans un contexte marqué par une certaine raréfaction des pratiquants, surtout masculins.

---

20. L'animatrice de talk-show Oprah Winfrey a lancé un club de ce type sur Internet auquel participent des millions de femmes sur des listes de discussion.

## Bibliographie

- Beaudouin V. & Maresca B.** (1997), *Les Publics de la Comédie française*, Paris, La Documentation française/DEP.
- Bergé A. & Granjon F.** (2007), « Éclectisme culturel et sociabilités », *Terrains & Travaux* 1, 12, p. 195-215.
- Bihagen E. & Katz-Gerro T.** (2000), « Culture Consumption in Sweden: the Stability of Gender Differences », *Poetics*, 27, p. 327-349.
- Boullier D.** (2003), *La Télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*, Paris, L'Harmattan.
- Bourdieu P. & Darbel A.** (1969), *L'Amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éditions de Minuit.
- Bourdieu P.** (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.
- Brown M.-H.** (1994), *Soap Operas and Women's Talk. The Pleasure of Resistance*, Londres, Sage.
- Bryson B.** (1996), « Anything but Heavy Metal »: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes », *American Sociological Review*, 61, 5, p. 884-899.
- Cibois P.** (2003), « Les abonnés du théâtre : un public hétérogène », in Olivier Donnat (dir.), *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, La Documentation française, p. 171-187.
- Cardon D. & Granjon F.** (2003), « Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilités » in O. Donnat, P. Tolila (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, vol. 2, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, p. 93-108.
- Christin A.** (2011), « Le rôle de la socialisation artistique durant l'enfance : genre et pratiques culturelles aux États-Unis », *Réseaux*, 29, 168/169, p. 59-86.
- Collins R.** (1988), « Women and Men in the Class Structure », *Journal of Family Issues*, 9, 1, p. 213-311.
- Danchin P.** (1968), « Le public des théâtres londoniens à l'époque de la Restauration d'après les prologues et les épilogues », in J. Jacquot (dir.) *Dramaturgie et Société, xv<sup>e</sup> et xvii<sup>e</sup> siècles*, Paris, Éditions du CNRS.
- Descotes M.** (1964), *Le Public de théâtre et son histoire*, Paris, PUF.
- DiMaggio P.** (1987), « Classification in Art », *American Sociological Review*, 52, p. 440-455.
- DiMaggio P.** (2004), « Gender, Networks, and Cultural Capital », *Poetics*, 32, 2, p. 99-103.
- Djakouane A.** (2007), *Les Carrières de spectateurs. Vers une sociologie des formes de prescription théâtrale*, Doctorat de sociologie sous la direction d'Emmanuel Pedler, EHESS.
- Djakouane A & Pedler E.** (2003), « Carrières de spectateurs au théâtre public et à l'opéra : prescriptions opératoires et prescriptions incantatoires », in Olivier Donnat, Paul Tolila. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po, vol. 2, p. 203-214.
- Djakouane A.** (2011), « La carrière du spectateur », *Temporalités* [En ligne], 14 | 2011, URL : <http://temporalites.revues.org/1939>.
- Donnat O.** (2009), *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte.
- Donnat O.** (2005), « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement culturel*, n° 147.
- Donnat O.** (1998), *Les Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La Documentation française.
- Erickson B.** (1996), « Culture, Class and Connections », *American Journal of Sociology*, 102, p. 217-251.
- Ethis E.** (2009), *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin.
- Ethis E., Fabiani J.-L. & Malinas D.** (2008), *Avignon ou le Public participant*, Montpellier, L'Entretemps.
- Evans C.** (1996), « La socialisation privée des lectures : circuit "prête main", tournantes, et clubs de lecture » in Burgos, Evans & Buch, *Sociabilités du livre et communautés de lecteurs*, Paris, BPI/Études et Recherches.
- Gire F., Pasquier D. & Granjon F.** (2007), « Culture et sociabilité : les pratiques de loisir des Français », *Réseaux*, n°s 145/146, p. 159-215.
- Guy J.-M. & Mironer L.** (1988), *Les Publics du théâtre : fréquentation et image du théâtre dans la population française âgée de 15 ans et plus*, Paris, La Documentation française/DEP.
- Hennion A., Maisonneuve S. & Gomart E.** (2000), *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation française.
- Hersent J.-F.** (2000), *Sociologie de la lecture en France : état des lieux, essai de synthèse à partir des travaux de recherche menés en France*, [www.culture.gouv.fr/culture/dll/sociolog.rtf](http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/sociolog.rtf).
- Kane D.** (2004), « A Network Approach to the Puzzle of Women's Cultural Participation », *Poetics*, 32, p. 105-127.
- Karpik L.** (2007), *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard.
- Katz E. & Liebes T.** (1990), *The Export of Meaning. Cross-Cultural Readings of Dallas*, New York, Oxford University Press.
- Lagrange H.** (1972), *Le Théâtre et le public à Paris de 1715 à 1750*, Paris, Klincksieck.
- Lahire B.** (2004), *La Culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte.
- Lazarsfeld P. & Katz E.** (1955), *Personal Influence*, New York, Free Press (traduction française, 2009).
- Le Guern P.** (éd.) (2002), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, PUR.
- Levine L.** (1988), *Highbrow/Lowbrow: the Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Cambridge, Harvard University Press.
- Lizardo O.** (2006), « How Cultural Tastes Shape Personal Networks », *American Sociological Review*, 71, p. 778-807.
- Lizardo O.** (2006), « The Puzzle of Women's « Highbrow Consumption: Integrating Gender and Work into Bourdieu's Class Theory of Taste », *Poetics* 34, 1, p. 1-23.
- Long E.** (2003), *Book clubs: Women and the Uses of Reading in Everyday Life*, Chicago, Chicago University Press.
- Lough J.** (1979), *Seventeenth-Century French Drama, the Background*, Londres, Oxford University Press.
- Maresca B.** (2003), « L'intensité de la consommation culturelle, signe d'urbanité », in O. Donnat (dir.), *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris, La Documentation française.
- Menger P.-M.** (2009), *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Le Seuil/Gallimard.
- Menger P.-M. & Pasquier D.** (1983), « Cercles et réseaux : les clubs de fréquentation et les associations militantes dans la ville de Richemont », *Cahiers de L'Observation du changement social*, 18, p. 10-61.



- Pasquier D.** (1983), « Une peinture de sociabilité » *Cahiers de l'Observation du changement social et culturel*, vol. 18, p. 63-97.
- Pasquier D.** (2005), *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Éditions Autrement.
- Pasquier D.** (1999), *La Culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
- Pasquier D.** (2009), « When the Elite Press Meets the Rise of Commercial Culture », in J. Gripsrud and L. Weibull, *Media, Markets and Public Spheres. European Media at the Crossroads*, Chicago, Intellect.
- Pedler E. & Bourbonnaud D.** (2002), « La programmation du Festival. Un pacte de confiance entre l'organisation festivalière et son public » in Emmanuel Ethis (dir.), *Avignon le public réinventé*, Paris, La Documentation française.
- Peterson R.** (1992), « Understanding Audience Segmentation: from Elite and Popular to Omnivore and Univore », *Poetics*, 21, p. 243-258.
- Rauch M.-A.** (2008), *Le Théâtre en France en 1968*, Paris, Éditions de l'Amandier.
- Ravel J.** (1999), *The Contested Parterre. Public Theater and French Political Culture (1680-1791)*, Cornell University Press.
- Radway J.** (1991), *Reading the Romance. Women, Patriarchy and Popular Culture*, University of North Carolina Press.
- Relish M.** (1997), « It's not all Education: Network Measures as Source of Cultural Competency », *Poetics*, 25, p. 121-139.
- Rosenwald F.** (2006), « Filles et garçons dans le système éducatif depuis vingt ans », *Données sociales*.
- Singly F. (de)** (2000), *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan.
- Upright C. B.** (2004), « Social Capital and Cultural Participation: Spousal Influences on Attendance at Art Events », *Poetics*, 32, p. 129-143.
- Van Berkel M. & De Graaf N. D.** (1995), « Husband's and Wife's Culture Participation and their Levels of Education: a Case of Male Dominance? », *Acta Sociologica*, 38, 2, p. 131-149.
- Vanderschelden M.** (2006), « Homogamie professionnelle et ressemblance en termes de niveau d'études : constat et évolutions au fil des cohortes », *Économie et Statistique*, n°s 398-399, p. 33-58.
- Yon J.-C.** (2005), « Le droit de siffler au théâtre au XIX<sup>e</sup> siècle » in P. Bourdin, J.-C. Caron, M. Bernard, *La Voix et le geste. Une approche culturelle de la violence sociopolitique*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise-Pascal.