

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

**Quels freins communicationnels limitent la
visibilité de dispositifs d'inclusion, comme
Article 27, dans des théâtres à Bruxelles, et
comment ces freins se manifestent-ils ?**

Entre visibilité et stigmatisation

Auteure : Alice Gleton

Promotrice : Chloé Colpé

Année académique 2025-2026

Master [120] en communication, à finalité spécialisée : industries
culturelles

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier Madame Chloé Colpé, ma promotrice, pour son accompagnement tout au long de ce mémoire. Merci pour ses conseils précieux mais aussi son engagement, son investissement et ses encouragements qui m'ont permis d'aller au bout de ce mémoire.

Je remercie l'ensemble du corps professoral pour les cours que j'ai suivis durant mes années de master.

Merci également au Théâtre des Martyrs de m'avoir accueillie et de m'avoir donné l'opportunité de réaliser mon stage en son sein, mais également de m'avoir permis de participer à des événements en lien avec Article 27. Un grand merci également à Sophie Jaminon pour son aide tout au long de ce travail de recherche.

Merci également à toutes les intervenantes, Eugénie Malevé, Yannick Duret et Laurence Adam pour avoir donné de leur temps lors des entretiens ainsi que toutes les personnes du Babel'zin qui m'ont accueilli chaleureusement.

Je tiens à remercier ma famille ; mes parents, mes grands-parents, mon frère pour leur soutien au quotidien tout au long de cette aventure. Un merci tout particulier à ma maman pour avoir relu mon mémoire avec moi pendant de longues heures.

Et enfin, un grand merci à tous mes amis et mes proches qui ont été présents depuis le début de mes années universitaires, plus particulièrement à Manon et à Tiziano pour le soutien au quotidien dans les moments de joie comme dans les moments plus compliqués.

Merci à vous tous et à votre soutien.

INTRODUCTION	7
CONTEXTE	9
RETOUR SUR MON EXPÉRIENCE EN TANT QUE STAGIAIRE	9
CONTEXTE SOCIO-ÉCONOMIQUE ET DÉMOCRATISATION CULTURELLE.....	10
PRÉSENTATION DU TERRAIN DE RECHERCHE	11
DISPOSITIFS DE MÉDIATION DU THÉÂTRE DES MARTYRS.....	12
ARTICLE 27, UNE ASBL AU CŒUR DE L’ACCESSIBILITÉ CULTURELLE	13
FONCTIONNEMENT ET MODALITÉS DU DISPOSITIF ARTICLE 27	15
PERTINENCE DE LA RECHERCHE	19
PROBLEMATIQUE	20
PARTIE 1 – CADRE THEORIQUE	23
CHAPITRE 1 – INSTITUTION THÉÂTRALE, ENTRE LÉGITIMITÉ ET COMMUNICATION	23
<i>Le théâtre : un partage historique de la culture</i>	<i>23</i>
1.1 La culture à travers les époques	23
1.2 De la culture cultivée à la culture accessible.....	24
<i>La communication institutionnelle culturelle</i>	<i>25</i>
1.3 Les trois piliers méthodologiques de la culture.....	25
1.4 Approche interdisciplinaire	26
<i>Le spectacle vivant.....</i>	<i>26</i>
1.5 Le théâtre comme institution.....	27
1.6 Coûts économiques du théâtre	27
CHAPITRE 2 : ACCESSIBILITÉ ET INCLUSION CULTURELLE.....	28
<i>Les freins symboliques et l’habitus.....</i>	<i>28</i>
<i>L’exclusion sociale et la stigmatisation.....</i>	<i>29</i>
2.1 Catégorisation sociale, stéréotypes et mécanismes de discrimination	30
2.2 De l’exclusion à la stigmatisation	30
<i>Inclusion culturelle vs démocratisation.....</i>	<i>31</i>
2.3 Démocratisation culturelle et démocratie culturelle.....	31
<i>La démocratie culturelle.....</i>	<i>32</i>
2.4 De la diffusion aux élites à une culture universelle et participative.....	32
2.5 Les inégalités culturelles	32
2.6 L’impérialisme culturel.....	33
CHAPITRE 3 : LA COMMUNICATION INCLUSIVE ET SES FREINS	34
<i>Les obstacles à la pratique culturelle.....</i>	<i>34</i>
3.1 Communication interne et externe	35
3.2 Les outils du numérique au service de la visibilité institutionnelle	35

<i>La communication culturelle</i>	35
3.4 La crise sanitaire transforme la communication	35
3.5 Le numérique comme complément	36
CHAPITRE 4 : LA MÉDIATION ET L'INCLUSION COMME LEVIER DE FREINS D'ACCESSIBILITÉ ...	37
<i>La médiation comme outil d'inclusion</i>	37
4.1 Les origines de la médiation culturelle	37
4.2 Le médiateur culturel : rôle, missions et pratiques	37
<i>Liens entre médiation et communication</i>	38
4.3 Temporalité et logiques diverses	38
4.4 Faire venir vs faire savoir	38
4.5 Communicant et médiateur	39
<i>Une communication qui vise l'inclusion</i>	39
4.6 Conditions d'une inclusion durable	39
4.7 Cinq étapes vers l'inclusion	40
4.8 La communication interpersonnelle	40
CONSTRUCTION DE LA THÉORIE COMME FONDEMENT	41
PARTIE 2 : METHODOLOGIE	42
INTRODUCTION MÉTHODOLOGIQUE	42
<i>Une posture de chercheuse située</i>	42
<i>Une approche déductive et qualitative</i>	42
<i>Choix de la méthode de collecte de données</i>	43
L'entretien semi-directif	43
Prise de contact issue du terrain	43
CORPUS	44
Trois théâtres bruxellois	44
Points communs et singularités des lieux culturels sélectionnés	44
L'isomorphisme institutionnel	45
Cinq thématiques pour structurer l'analyse	45
ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS	46
Préparation et structure du guide d'entretien	46
Méthode de codage rigoureuse	46
PARTIE 3 : ANALYSE DES DONNEES	47
ANALYSE DES DONNÉES	48
2.1 <i>Identité professionnelle</i>	48
2.1.1 Entre accessibilité et inclusivité : définir le rôle de médiateur	48
2.1.2 Médiation et communication : une hybridation du travail	49
2.1.3 Article 27 comme tiers de confiance	50

2.2 <i>Stratégies de communication</i>	52
2.2.1 La communication numérique, efficace pour les publics éloignés ?	52
2.2.2 La communication interpersonnelle : du mail personnalisé au contact direct	53
2.2.3 Les pratiques de communication remises en question	53
2.2.4 Relais sociaux comme des intermédiaires de confiance	54
2.2.5 Communication Article 27 : du marketing à la circulation d'un droit	54
2.3 <i>Freins symboliques et habitus : le paradoxe de la visibilité</i>	56
2.3.1 Image intimidante de l'institution : entre réputation et barrière symbolique	56
2.3.2 Paradoxe de la billetterie	57
2.3.3 Le choix du bon vocabulaire : nommer sans réduire	58
2.3.4 L'adaptation d'un théâtre	58
2.3.5 Les nouveaux freins de la communication moderne	59
2.3.6 Invisibilité du dispositif Article 27, une communication pour ceux qui cherchent	59
2.4 <i>Médiation pratique et co-construction</i>	61
2.4.1 Événements satellites pour désacraliser l'espace culturel	61
2.4.2 Co-construction avec le public	63
2.4.3 La médiation selon Article 27	64
2.5 <i>Contraintes organisationnelles et éthiques : limites du terrain</i>	66
2.5.1 Les limites matérielles	66
2.5.2 L'éthique de la médiation : refuser la tokenisation	67
2.5.3 Le dilemme de l'entre-soi : mélanger ou séparer les publics ?	68
2.5.4 Article 27 face à ses propres contraintes	69
2.6 <i>Les bénéficiaires et le dispositif Article 27</i>	70
2.6.1 Le sentiment de dignité	70
2.6.2 Accessibilité financière	71
2.6.3 Les sorties en groupe pour donner du courage	71
2.6.4 La qualité de l'accueil pour se familiariser avec les lieux	71
2.6.5 Les possibles freins	72
DISCUSSION	73
CONCLUSION	77
BIBLIOGRAPHIE	79
ANNEXES	84
<i>Liste des figures et tableau</i>	84
<i>Guide d'entretien</i>	85
<i>Annexes supplémentaires</i>	86
DÉCLARATION SUR L'HONNEUR	86
<i>Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain</i>	86

INTRODUCTION

*« Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent. »
Déclaration Universelle Des Droits de l'Homme*

La culture est un droit. Non pas un privilège ou un luxe réservé à quelques élites, mais bien un droit fondamental précieux.

Depuis mes premiers pas dans le monde professionnel jusqu'à la rédaction de ce mémoire, le domaine de la culture n'a cessé de me toucher et de me fasciner tant par les émotions suscitées que par sa diversité. La culture n'est pas juste une valeur ajoutée à notre société, c'est avant tout un vecteur qui réunit et qui enrichit notre esprit et qui ne cesse de nous étonner. C'est au cœur de cette culture que réside le théâtre. Celui-ci occupe une place singulière dans le paysage de la culture. Le théâtre ne se réduit pas à un simple lieu de diffusion, c'est également un espace de création où se mélangent le nous, public et la scène.

C'est au Théâtre des Martyrs que tout a commencé. C'est en franchissant ses portes et en m'immergeant dans ses coulisses, en tant que stagiaire en relations publiques et communication, que j'ai découvert le monde du théâtre de l'intérieur. C'est également là que j'ai pris connaissance de l'existence du dispositif Article 27. Au-delà d'un dispositif d'inclusion, il tend à rassembler des acteurs pour permettre l'accessibilité aux lieux culturels à des personnes en situation fragile. Certes discret mais profondément humain, ce dispositif œuvre pour un véritable lien humain en permettant l'accès à la culture. Découvrir Article 27, c'est explorer la coordination pour comprendre la conviction commune entre les partenaires culturels, les partenaires sociaux et le dispositif Article 27.

C'est à partir de ces expériences que ma recherche s'est alors construite. Elle poursuit un objectif précis : identifier les freins communicationnels qui limitent la visibilité des dispositifs d'inclusion culturelle tels qu'Article 27 dans des théâtres à Bruxelles. L'enjeu est de comprendre comment la mise en avant doit éviter de stigmatiser les bénéficiaires de ce dispositif.

Afin de répondre à cette problématique, j'ai élaboré un cadre théorique pour appréhender le fonctionnement des théâtres, le principe de médiation ainsi que les enjeux d'inclusion. Ce cadre théorique est suivi par ma méthodologie ainsi que l'analyse d'entretiens sur le terrain. Portée par la curiosité et une immersion progressive, j'ai conduit cinq entretiens de manière individuelle avec les théâtres et Article 27 et de manière collective avec les bénéficiaires, ce qui a permis de laisser la parole à ceux qui vivent le dispositif de l'intérieur. Ce sont ces derniers témoignages qui m'ont le plus marquée, avec des récits de vie, des émotions et des sourires quant aux multiples sorties culturelles.

Cette recherche ethnographique m'a permis de comprendre que l'accès à la culture ne se limite pas à un simple ticket d'entrée mais bien à un certain acte de reconnaissance de tout public. Ce mémoire est l'aboutissement de nombreuses recherches et échanges qui, je l'espère, permettra et encouragera toutes personnes à participer à la vie culturelle, peu importe sa situation.

Parce que vivre la culture, c'est aimer, rire, partager, tisser des liens, s'émouvoir. C'est partager le même instant, mais le vivre chacun à notre façon.

CONTEXTE

Retour sur mon expérience en tant que stagiaire

Avant de rentrer dans une partie plus théorique pour répondre au mieux à ma question de recherche, il est nécessaire de poser une contextualisation. Celle-ci permettra alors de situer ma question de recherche en lien avec un phénomène communicationnel. Cette première partie est essentielle pour définir le cadre de ce travail de recherche.

Dans le courant du mois de septembre 2025, j'ai eu l'occasion de réaliser mon stage de ma dernière année de master en communication. Mon stage s'est en effet déroulé au Théâtre des Martyrs en tant que stagiaire en relations publiques et communication. L'une de mes missions principales était la rédaction de communications ciblées avec l'élaboration de mails destinés à différents publics. J'ai également participé à l'organisation d'événements médiatiques, de création de contenus au travers de différents canaux de communication, mais aussi à la participation à la vie du théâtre. Travailler pour la communication d'un théâtre, ce n'est pas seulement effectuer du travail administratif, c'est aussi être au contact direct du public et participer à tous les événements en lien avec ce lieu culturel. C'est aussi créer, proposer, développer des idées en étant quotidiennement au cœur du milieu culturel analysé.

En effectuant mon stage au Théâtre des Martyrs, j'ai pu bénéficier de deux statuts, celui de stagiaire, mais aussi de chercheuse. Grâce à cet accès privilégié en immersion au sein de ce lieu culturel, j'ai pu enrichir mes connaissances pour les mettre au service de mon travail de recherche. Toutefois, cette posture de chercheuse implique une démarche réflexive et prudente quant au risque de biais liés à la familiarité avec le terrain et la participation directe aux activités du théâtre. Cette posture s'appuie alors sur l'observation impliquée grâce à laquelle j'ai pu avoir une compréhension plus profonde des réalités de secteurs culturels que je voulais étudier.

Le Théâtre des Martyrs, exemple parmi d'autres d'institutions culturelles en Belgique, possède un pôle de médiation culturelle en lien constant avec de nombreux événements organisés en son sein. Cette multiplicité et diversité d'offres permettent au Théâtre des Martyrs de constituer un véritable terrain de recherche pour mon sujet de mémoire.

Suite à cette constatation sur le terrain, j'ai décidé de rédiger et d'orienter mon mémoire sur le monde du théâtre. Je me suis alors focalisée sur l'importance du public et en particulier celui éloigné de l'offre théâtrale, notamment pour des raisons socio-économiques.

Ce mémoire s'inscrit donc dans une démarche d'observation d'un phénomène en particulier, celui de la communication inclusive au sein des institutions culturelles et plus précisément ici, des théâtres. Le but est de saisir et de comprendre la manière dont un théâtre communique au sujet de ses dispositifs d'accessibilité sociale dans tous les sens du terme. Dans cette logique, je vais pouvoir constater que la communication n'est pas un simple outil dans le but de promouvoir les lieux culturels, mais bien un levier important qui favorise la médiation entre une institution et un public.

Contexte socio-économique et démocratisation culturelle

Ce phénomène s'inscrit dans un contexte qui, malgré les politiques de démocratisation culturelle, ne cesse de créer des inégalités d'accès à la culture. Ces inégalités ne sont pas seulement économiques, elles sont aussi d'ordre symbolique, social ou encore communicationnel. Le public perçoit souvent le théâtre comme un lieu intimidant réservé uniquement à un public aisé et averti. Par ailleurs, en Fédération Wallonie-Bruxelles, le secteur culturel traverse actuellement une crise sans précédent se manifestant par des tensions budgétaires. Cette atmosphère met à mal l'organisation pratique de certains lieux culturels menant pour certains à leur faillite : la « Centrale for contemporary art ». Ce centre d'art contemporain au centre de Bruxelles, a dû fermer ses portes par manque de financements malgré les mobilisations du secteur culturel de la capitale. Cette question de l'accessibilité est alors encore plus préoccupante et pertinente à analyser. Pour s'immerger davantage dans cette problématique spécifique, je souhaite m'intéresser aux liens qui existent entre une institution culturelle et son public sous l'angle de l'inclusion. (Centrale for contemporary art, 2026)

Pour ce mémoire, il serait intéressant de se focaliser sur les liens qui existent entre des théâtres et leur dispositif d'inclusion. L'enjeu est ici d'analyser la tension entre la visibilité de l'Article 27 associé à son tarif avantageux et le risque d'une possible stigmatisation des bénéficiaires. Ainsi, la recherche se penche-t-elle sur un paradoxe concernant l'offre globale d'un théâtre : la pertinence d'une visibilité face à la non-stigmatisation d'une communauté.

Présentation du terrain de recherche

Le Théâtre des Martyrs, situé en plein cœur de Bruxelles, sur la place des Martyrs, est un ancien cinéma transformé en un lieu culturel singulier. En 1986, Henri Ronse, alors metteur en scène, investit dans ce bâtiment partiellement abandonné et incendié. Suite à cela, il décide de faire revivre le théâtre sous le nom du Nouveau Théâtre de Belgique. En 1998, le site est rénové par la Commission communautaire française et le théâtre ouvre enfin ses portes. Le but de cette rénovation était d'insuffler un nouveau dynamisme à la place des Martyrs, mais aussi de mettre en avant la culture francophone à Bruxelles. Suite au départ d'Henri Ronse, Daniel Scahaise, scénographe et metteur en scène, devient directeur artistique du théâtre et dirige la compagnie Théâtre en Liberté. Par la suite, d'autres compagnies se joignent au projet et une salle est transformée en atelier au dernier étage pour y accueillir des créations plus intimes et légères. (Théâtre des Martyrs, 2025)

Longtemps à la tête du théâtre, Philippe Sireuil quitte sa place de directeur général et artistique du Théâtre des Martyrs. Après deux mandats de cinq années, celui-ci a travaillé avec de nombreux collaborateurs et collaboratrices pour faire vivre le théâtre. Directeur à partir du 1er janvier 2016, il décide de moderniser la structure en termes d'énergie, de sécurité, d'hygiène, mais aussi d'accès et d'accueil pour le public. (Théâtre des Martyrs, 2025)

Depuis janvier 2026, Sarah Siré est à la tête de ce théâtre et annonce concevoir « un lieu de narration vivante, où le texte, la mémoire collective et l'imaginaire ont toute leur place ». (Makereel, 2025). Deux salles de spectacles, respectivement « Daniel Scahaise » et « Henri Ronse », permettent une véritable diversité et flexibilité dans les formats et dans les programmations. L'une des particularités du Théâtre des Martyrs réside dans la singularité de sa façade et de son intérieur, dont le style et les œuvres participent à l'identité du lieu. À l'intérieur du théâtre, ce sont quelques œuvres qui composent l'ADN du lieu signées Alechinsky et Obolensky. De l'artiste Pierre Alechinsky, on retrouve dans le hall d'entrée une fresque intitulée « Main courante ». De l'artiste Félix Roulin, on peut admirer une sculpture intégrée dans le coin de la cafétéria : « Mur, muses et Orphée ». Enfin, une dernière œuvre magistrale se trouve dans la plus grande salle. Il s'agit d'un rideau de scène de la salle Daniel Scahaise qui a été peint par Alexandre Obolensky. (Wikipédia, 2024)

Le Théâtre des Martyrs met en avant une programmation annuelle de spectacles. Les premiers spectacles commencent en septembre et la saison se clôture en mai. La programmation est variée : spectacles dramatiques et classiques, adaptations, performances musicales et bien d'autres encore. (Théâtre des Martyrs, s. d.)

Dispositifs de médiation du Théâtre des Martyrs

De manière générale, le Théâtre met en place certains dispositifs pour permettre d'accueillir un public assez large. Tout d'abord, le Théâtre accueille un public jeune via l'organisation de sorties scolaires. Par ailleurs, « Place aux enfants » permet à des jeunes en petits groupes de découvrir le monde du théâtre. Le Théâtre organise également des « Masterclass » à destination d'étudiants dans une filière artistique. Il s'agit pour eux d'une rencontre exclusive avec un artiste ou un metteur en scène, mais aussi d'une prise de conscience de la possibilité de bénéficier de tarif réduit. Lors de celle-ci, des étudiants ont participé à l'atelier qui comprend les bases d'écriture en vue d'une critique théâtrale, tout en développant leur regard personnel et leur capacité à argumenter leurs propos.

À côté de cela, le Théâtre organise aussi des ateliers pour tout public, chaque fois en lien avec le spectacle à l'affiche. Par exemple, en novembre 2025, une invitation à la critique culturelle a été organisée dans le cadre du spectacle « Le Printemps de Pippa » de Michel Bernard ; cet atelier a été animé par Julie Derycke en collaboration avec Karoo, un journal de critique et de création culturelle. C'est l'occasion pour des étudiants ou pour des spectateurs de s'exprimer par écrit sur le spectacle auquel ils viennent d'assister. Pour le spectacle « Ces filles-là » de Evan Placey et France Bastoen, un atelier a aussi été organisé pour sensibiliser au cyberharcèlement. Pour cela, l'ASBL Infor Jeunes Bruxelles a prévu un atelier afin de débattre de ce phénomène. Lors de cet atelier, la psychologue d'Infor Jeunes Bruxelles spécialisée en cyberharcèlement scolaire a présenté les outils de prévention. En plus de ces ateliers qui constituent des activités à finalités pédagogiques, d'autres événements se produisent au Théâtre des Martyrs comme des rencontres seniors. Ces rencontres ont pour but d'accueillir des personnes âgées et isolées en créant une ambiance conviviale autour de « Tartes-café », un concept alliant culture, dégustation et partage. (Théâtre des Martyrs, 2025)

Tous ces événements contribuent à la médiation culturelle et au renforcement du lien avec les différents publics. Certains spectacles sont aussi accessibles à des associations dont le but est de sensibiliser à la compréhension et l'apprentissage du français. Appelés « Alpha et FLE », des dossiers pédagogiques sont alors disponibles pour les référents afin de les proposer aux apprenants du français avec un niveau B1. (Théâtre des Martyrs, 2025)

Et enfin, le Théâtre des Martyrs organise « les rendez-vous bleus ». Ces rendez-vous sont prévus tout au long des programmations et permettent à des personnes en situation de handicap et à leurs aidants proches de venir voir un spectacle. Cette initiative, en partenariat avec le GAMP, Groupe d'Action qui dénonce le Manque de Places pour les personnes handicapées de grande dépendance, permet de mettre à disposition des outils visant à améliorer leur confort. Pour le bon fonctionnement de ces rendez-vous, le Théâtre s'engage à respecter toute une série de critères pour un maximum de convivialité : veiller à définir des places facilement accessibles, prévoir en dehors de la salle une zone calme. Pour cela, le Théâtre a mis à disposition un livret bleu avec les informations nécessaires en cas de nécessité. Tous ces événements cités plus haut permettent au Théâtre des Martyrs d'organiser des spectacles tout au long de leur saison, mais aussi de créer du lien et de faire découvrir davantage le monde du théâtre.

Article 27, une ASBL au cœur de l'accessibilité culturelle

Article 27 est une ASBL qui vise à faciliter l'accès à la culture pour tous. Née en 1999 à Bruxelles, Article 27 a généré plus d'un million de tickets vendus à des membres d'associations. Le projet de cette ASBL est de proposer, à l'aide d'un tarif réduit, l'accès à des activités culturelles et de permettre un droit à la culture en favorisant l'inclusion. Cette initiative est rendue possible en partie grâce aux pouvoirs publics et aux associations sociales. Le but de cette ASBL est « de sensibiliser et faciliter l'accès à la participation culturelle pour toute personne vivant une situation sociale et/ou économique difficile ». Article 27 ne se concentre pas seulement sur la zone de Bruxelles mais s'étend aussi en Wallonie.

Les associations en lien avec ce mouvement sont des CPAS, des maisons d'accueil, des centres de santé mentale, des secteurs liés à l'enfance, des centres d'alphabétisation, des centres d'insertion socioprofessionnelle et autres. Article 27 a donc créé un lien privilégié avec des lieux et des opérateurs culturels : théâtre, musique, cinéma et bien d'autres encore de la Fédération Wallonie-Bruxelles. (Article 27, 2026)

Article 27 constitue alors un acteur clé de l'accès à la culture, sous toutes ses formes, et a pour mission d'inclure des personnes dans le besoin pour réduire en partie, voire totalement, les freins qui existent déjà pour ces personnes. Pour aider à une meilleure collaboration entre les différents opérateurs culturels, l'ASBL organise plusieurs événements au cours d'une année. Le but est de maintenir la contribution de chacun pour faire avancer le projet. (Article 27, 2025)

Pour commencer, la journée « Réseau en action », initialement appelée le « Pass Découvertes », a pour but d'analyser les actions déjà menées. Cet événement réunit donc des membres des divers opérateurs culturels, sociaux, les artistes et le public dans un centre culturel pour discuter, échanger et apporter des modifications et améliorer les projets de l'ASBL. Chacun peut alors faire vivre et défendre la médiation culturelle et l'accès culturel pour tous. Le but de cet événement est de garantir une lutte contre la précarité et les phénomènes d'exclusion grâce à différentes actions.

Ensuite, la journée du G27 est également primordiale pour tirer des conclusions sur le fonctionnement de ce qui fonctionne au sein de l'organisation et soumettre des pistes de réflexion. Cette journée convie des médiateurs et médiatrices du réseau Article 27 Bruxelles mais aussi d'autres partenaires culturels. Les points de vue et opinions de chaque lieu culturel sont utiles pour favoriser l'avancement et l'organisation du projet. Il existe par ailleurs le « Réseau en réflexion » qui consiste à mettre en avant, au moyen de publications, le travail quotidien du réseau Article 27. Témoignages, illustrations et écrits renforcent davantage le travail de la médiation culturelle. Enfin, il y a « les scènes ouvertes » qui amènent à analyser de façon plus étayée les résultats des fréquentations et en tirer les conclusions qui s'imposent. (Article 27, 2025)

Article 27 est avant tout un organisme qui a pour but de créer du lien et donc d'occuper une place de médiateur. Elle propose « ID ADO », en s'adressant à un public âgé entre 13 et 26 ans. Elle promet de faciliter l'accès à la culture grâce à une newsletter, un réseautage pour le partage des propositions culturelles et enfin des rencontres qui s'organisent à l'aide d'outils pédagogiques. Ensuite, elle propose également les « Rendez-vous de la Médiation », un événement accompagné d'une brochure. Cela permet de valoriser la médiation en lien avec la programmation artistique mais aussi de soutenir et de véhiculer des enjeux sociétaux à travers ces activités. (Article 27, 2026)

Le réseau Article 27 propose également les « Ateliers de la Médiation », un prolongement des « Rendez-vous de la Médiation », mais cette fois-ci sous forme d'atelier avec les partenaires culturels et sociaux. Enfin, le réseau propose « Portrait d'action de médiation culturelle » qui répertorie et documente les projets réalisés. Cela permet de mettre en valeur le travail de la médiation. Article 27 crée une plus grande diversité dans les salles culturelles afin de cultiver une inclusion plus forte en lien avec les publics, les partenariats culturels, les artistes, les partenaires sociaux. Depuis 2023, Article 27 instaure un vrai travail de réflexion afin de pouvoir diminuer les mécanismes d'exclusion des individus, de créer des liens avec d'autres instances pour lutter contre les obstacles, réhumaniser la technologie pour rendre plus accessibles les lieux culturels, récolter des témoignages et des expériences de différents secteurs mais aussi ouvrir de nouvelles pistes et idées innovantes et créatives. Ce travail s'inscrit dans une véritable volonté de limiter les freins et blocages liés à l'inconnu. (Article 27, 2025)

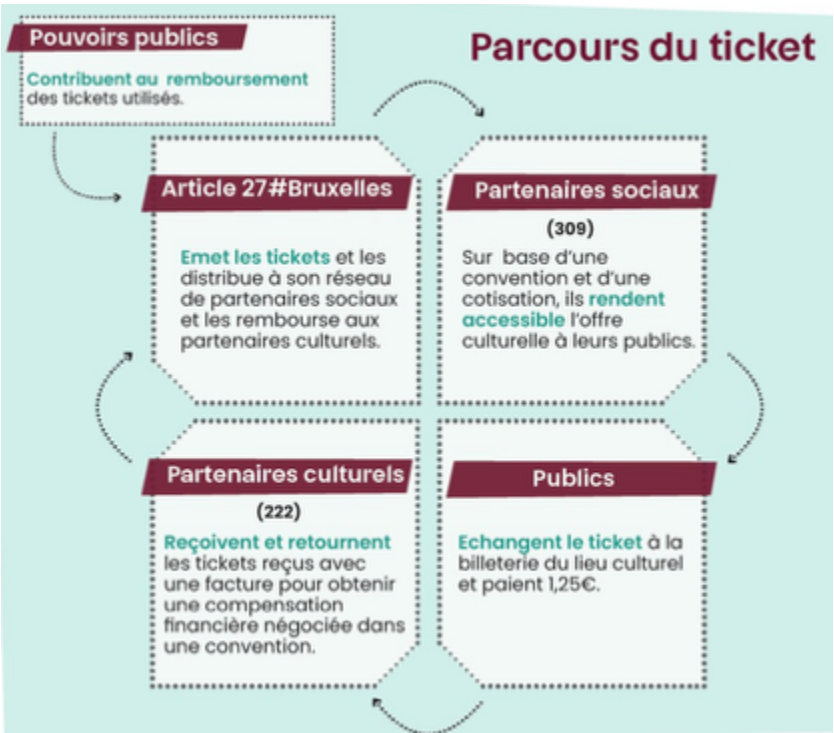
Fonctionnement et modalités du dispositif Article 27

Concrètement, le mode de fonctionnement de cette ASBL repose sur plusieurs étapes. Les partenaires sociaux que sont les CPAS, les centres d'hébergement,... regroupent des associations qui travaillent avec des publics fragilisés. Ces institutions reçoivent alors les tickets donnés par Article 27 et les distribuent aux différents membres de ces associations. L'ASBL joue un réel rôle de médiation, de gestion et de coordination entre les lieux culturels et les partenaires sociaux.

Figure 1. Parcours du ticket Article 27 à Bruxelles (Source : Article 27, 2025)



Figure 2. Parcours du ticket Article 27 à Bruxelles (Source : Article 27, 2026)



Enfin, les partenaires culturels que sont les théâtres, les musées, cinémas,... prennent en charge et acceptent les tickets Article 27 en échange d'une entrée. Ils renvoient ainsi ces tickets à l'ASBL afin d'obtenir une compensation financière négociée par convention. Les partenaires sociaux peuvent alors découvrir l'offre disponible en consultant l'Agenda culture ou dans le Répertoire culturel, tous deux en ligne sur le site d'Article 27. Cette organisation permet ainsi de répertorier les informations pratiques et de montrer les mesures d'accessibilité de chaque lieu.

Pour alors bénéficier de ce dispositif et utiliser le ticket Article 27, plusieurs étapes sont à suivre :

- Premièrement, le ticket Article 27 est remis par le partenaire social au bénéficiaire de manière individuelle ou collective
- Deuxièmement, le ticket doit disposer d'un cachet de l'organisme social au verso et posséder un code-barres pour être valide. L'utilisateur doit, de son côté, compléter certaines informations : son nom, son âge et la date de l'activité.
- Troisièmement, en plus de détenir son ticket, l'utilisateur doit payer la somme de 1,25€
- Quatrièmement, il est primordial pour chaque spectacle de réserver à l'avance. Cela se fait soit par téléphone pour réduire ainsi la fracture numérique, ou alors par espèces au comptoir de la billetterie. Cette règle ne s'applique cependant pas aux cinémas.
- Cinquièmement, le jour de l'événement choisi, l'utilisateur échange enfin son ticket Article 27 ainsi que la somme de 1,25€ contre un ticket standard du lieu en question.

Les lieux partenaires à l'ASBL Article 27 doivent s'engager à rendre visible le partenariat en le mentionnant de différentes manières. Ils peuvent, par exemple, exposer un support physique ou encore apposer un autocollant ou autre pour mentionner le lien avec le dispositif. En plus de l'existence de ce ticket, il existe aussi « une carte accompagnateur » que les travailleurs sociaux peuvent obtenir. Cette carte comporte alors le nom de l'association du travailleur social en question et lui garantit également une place gratuite ou à un tarif réduit suivant le nombre d'utilisateurs qu'il accompagne. Il est toutefois interdit pour le travailleur social d'utiliser un ticket Article 27 standard pour lui-même. Le Théâtre des Martyrs travaille en étroite collaboration avec l'association Article 27 depuis des années. (Article 27, 2026)

Figure 3. Comment utiliser les tickets Article 27 ? (Source : Article 27, 2025)



Pour évoquer quelques chiffres, Article 27 a publié un récapitulatif sur l'impact de sa portée au cours de l'année 2025, étant donné que l'année 2026 n'est pas encore terminée. Article 27, c'est donc plus de 76 268 tickets qui ont été utilisés. Ils comptent pas moins de 2 807 sorties de groupes et 32 projets participatifs qui ont bénéficié de ces tickets à prix réduit. Les partenaires sociaux étaient au nombre de 301 tandis que les partenaires culturels étaient au nombre de 220.

En termes de communication, l'ASBL compte désormais 3 107 inscrits aux newsletters et enregistre une fréquentation du site web de 143 625 personnes ainsi qu'une augmentation du nombre de followers sur les réseaux sociaux (Instagram Facebook, TikTok et YouTube).

Pertinence de la recherche

Pour conclure, ce travail de recherche s'inscrit donc dans le champ des sciences de l'information et de la communication, en particulier dans le champ des *Cultural Studies*. De plus, celui-ci permet de s'interroger sur la posture « chercheuse située » grâce à une observation participante au sein d'un théâtre qui constitue le cœur de la recherche.

Cette recherche s'inscrit également dans une pertinence sociale en défendant l'idée de l'accès à la culture sous la question de la dignité humaine et de citoyenneté. En étudiant les freins à la participation culturelle et leur possible limitation, ce travail contribue à lutter contre l'exclusion sociale et l'isolement des personnes éloignées de l'offre culturelle.

Enfin, ce travail montre une pertinence professionnelle issue du statut et du métier de communication. Ayant effectué un stage en relations publiques au Théâtre des Martyrs, cette recherche s'interroge sur des problématiques réelles de terrain. Je peux dès lors m'interroger sur l'évolution des métiers de la communication : plus précisément sur la communication culturelle en se penchant sur le statut de communicant. Celui-ci porte aussi la responsabilité de médiateur capable de créer des liens plus humains et de qualité plutôt que de se focaliser essentiellement sur les audiences.

PROBLEMATIQUE

La culture, partie intégrante et essentielle de notre société, est articulée autour de différents dispositifs. Malgré cela, les dispositifs d'inclusion, les valeurs et les partenariats sont encore trop peu nombreux pour soutenir le secteur. L'accès, la compréhension et la participation à des événements culturels restent inégaux. Ces inégalités ne sont pas seulement d'ordre économique, mais aussi symbolique et communicationnel, ce qui influence la manière dont le public perçoit l'offre culturelle. En 2025, Pierre Hemptinne mentionne que le principe de démocratisation culturelle et de médiation est largement mis en avant dans le domaine culturel. Cependant, il précise que cette mise en avant se fait souvent au détriment de ce que ces principes impliquent réellement. Il insiste sur les dispositifs et sur la manière dont ceux-ci sont visibles, véhiculés et compréhensibles, mais fréquemment en accès limité pour le public. (Culture et Démocratie, 2025)

Parmi les différents facteurs d'inclusion dans le milieu culturel belge, figure Article 27. Celui-ci fait référence à l'article 27 qui stipule que : « tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits, et que chacun·e a notamment le droit de participer à la vie culturelle ». Article 27 permet, depuis 27 ans maintenant, de faciliter l'accès à la culture à des personnes en situations précaires. Cet article a vu le jour au lendemain des deux guerres mondiales afin d'éviter la haine face à la différence. Cependant, depuis quelques années, ces acquis et droits fondamentaux, qui permettaient un certain rééquilibrage entre personnes possédant des richesses matérielles et immatérielles et celles qui n'en avaient pas, tendent à disparaître. (Article 27, 2025)

Selon l'article 27, les conséquences de ce déséquilibre créent auprès des classes sociales les plus affaiblies des conséquences majeures comme un taux de mortalité plus élevé, des redoublements scolaires, des difficultés à accéder au monde de l'emploi, etc. Dans ce contexte, des phénomènes peuvent surgir comme la marginalisation et la stigmatisation de ces individus en situations précaires. Ces deux phénomènes conduisent alors à une division des classes sociales de plus en plus marquée.

De plus, le phénomène de discrimination n'est pas un phénomène isolé, il entraîne parfois avec lui, d'autres discriminations liées à la classe sociale, au genre, à l'origine, l'âge, au statut économique,... Les discriminations interagissent et créent alors ce qu'Article 27 appelle « l'intersectionnalité ». Dans ce contexte, Article 27 veut agir et contribuer à une action sociale et culturelle dans un objectif de paix en préservant les valeurs d'égalité, de justice mais aussi de bien commun disponibles pour tous.

Article 27 a deux objectifs majeurs pour diminuer ces phénomènes d'exclusion et de discrimination. D'une part, le réseau vise à identifier les mécanismes d'exclusion en remettant en cause les normes dominantes et les privilèges pour mieux les comprendre et les déconstruire. D'autre part, ce réseau veut mettre en avant les dynamiques d'inclusion afin de les considérer comme des leviers puissants d'ouverture, de transformation mais aussi de justice et surtout de changement de paradigme. (Article 27, 2025)

La communication est donc un outil qui peut permettre de structurer davantage l'accès à la culture en faisant circuler des valeurs et des représentations du milieu. La communication permet de renforcer la fidélisation d'un public déjà conquis par l'offre culturelle, mais aussi de toucher des publics plus éloignés et plus difficiles à atteindre. Cependant, elle doit tenir compte des stratégies mises en place, renforcer certaines formes d'exclusion en termes de supports, de discours et de messages pour les adapter aux publics ciblés. Dans cette situation et en lien avec le phénomène d'inclusion, la communication doit donc s'orienter vers une communication de type interpersonnelle en mélangeant cela à de la médiation. Le but est de pouvoir toucher et attirer un public qui n'est pas toujours réceptif à la communication traditionnelle mise en place (newsletters, réseaux sociaux, ...)

Le lien entre un lieu culturel comme le Théâtre des Martyrs et Article 27 est donc un partenariat intéressant en termes de collaboration, de communication et mérite plus d'intérêt que le travail effectué séparément au sein de chacun des organismes. Ce partenariat permet de favoriser l'accès à la culture en réduisant des inégalités sociales et symboliques. Néanmoins, malgré l'existence de ce partenariat, se pose alors la question de la manière dont celui-ci est perçu et vécu par le public bénéficiaire. Il est donc intéressant de s'interroger sur le partenariat en tant que dispositif social mais aussi en tant que véritable levier de communication culturelle, porteur d'enjeux à la fois politiques, sociaux et symboliques.

En ce qui concerne ma problématique et le choix de sujet de mémoire, celui-ci portera sur un axe majeur, à savoir comment la communication peut devenir un levier de médiation afin de favoriser l'inclusion culturelle. La communication institutionnelle et la médiation seront également des concepts importants dans le cadre du partenariat entre Article 27 et les théâtres. Dans un premier temps, le but sera de pouvoir articuler la communication et le concept de médiation. Pour ce faire, j'analyserai certains théâtres et leur lien avec l'Article 27. Ensuite, j'identifierai les freins communicationnels à travers leurs multiples formes et canaux et comment ceux-ci limitent la visibilité des dispositifs d'inclusion, créant un sentiment d'exclusion. J'évaluerai par ailleurs la médiation humaine et la nécessité d'utiliser une communication interpersonnelle en lien avec des relais. Dans ce même sujet, on peut également comparer, mais aussi rapprocher ces deux postures, à savoir celle du communicant et celle du médiateur. Il faut d'abord souligner une différence majeure entre d'un côté la personne en charge de la communication qui a comme but de remplir la salle et de l'autre le médiateur qui a comme mission de créer un lien avec le public sur le long terme. Ces métiers sont finalement complémentaires. Enfin, ce mémoire constitue une approche intéressante au travers de la posture de chercheuse. Cette position m'a permis d'orienter le fil conducteur de ma recherche et de définir avec précision le sujet de ce travail.

Ce mémoire se définit donc par une question centrale et plusieurs sous-questions. Pour la problématique, je traiterai de la question suivante : « De quelles manières les dispositifs de communication et de médiation mis en place dans le partenariat peuvent-ils contribuer à réduire les freins symboliques et communicationnels dans l'accès à la culture ? », ainsi ma question de mémoire est : « Quels freins communicationnels limitent la visibilité de dispositifs d'inclusion, comme Article 27, dans des théâtres à Bruxelles, et comment ces freins se manifestent-ils ? »

En d'autres termes, il s'agit d'identifier les obstacles précis qui rendent le dispositif Article 27 parfois « invisible » ou peu efficace au sein de l'offre globale de théâtre et analyser comment ces freins se manifestent de manière concrète. Cette question soulève alors la tension existante entre d'un côté un manque de visibilité du dispositif d'inclusion, et de l'autre, une possible stigmatisation du public. Elle soulève en outre la question suivante : « Pourquoi, malgré l'existence de tickets Article 27, le théâtre garde toutefois cette image d'un lieu élitiste ? »

PARTIE 1 – CADRE THEORIQUE

Pour débiter ce travail de recherche, il semblait essentiel de construire un cadre théorique solide permettant d'identifier les freins liés à l'inclusion. Ce cadre théorique est organisé sous forme d'entonnoir allant du général au particulier, aux travers de différentes étapes. Dans un premier temps, j'aborderai la notion de la culture ainsi que son évolution dans le temps. Je plongerai ensuite dans l'univers du théâtre afin d'en comprendre l'image et les valeurs. J'examinerai également les obstacles théoriques présents au sein des institutions culturelles ainsi que divers phénomènes tels que l'inclusion et l'accessibilité. Pour clore cette partie théorique, je me pencherai sur la communication institutionnelle et la manière dont elle peut contribuer à réduire ces obstacles.

Chapitre 1 – Institution théâtrale, entre légitimité et communication

Le théâtre : un partage historique de la culture

1.1 La culture à travers les époques

Tout d'abord, il est important de définir ce qu'est la culture et comment celle-ci a évolué dans le temps pour en comprendre ses intentions. Tout d'abord, nous pouvons partir de la définition anthropologique qui définit la culture comme « un ensemble des croyances, coutumes, manières de penser et d'agir propres à une société humaine ». (Riutort, 2013). La culture a pour but d'essayer de comprendre la signification que chaque individu donne à ses actions. Dès le 18ème siècle, la culture devient le synonyme « d'éducation de l'esprit » et de formation selon les termes de Norbert Elias. Elle se caractérise comme « l'ensemble des manières de faire et de penser propres à une collectivité. » Pour Émile Durkheim, elle s'exprime à travers la conscience collective, soit « l'ensemble des croyances et des sentiments communs à la moyenne des membres d'une société. » En s'appuyant sur ces dires, il est judicieux de se questionner sur les représentations que chaque individu possède de la culture. (Desouches, 2014)

L'Unesco complète et donne une définition plus large de la culture que celle qui avait été donnée par les anthropologues : « Dans son sens le plus large, la culture peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs et les traditions et croyances. » (Unesco , s. d.)

1.2 De la culture cultivée à la culture accessible

Pour aller plus loin dans cette tentative de définition, nous pouvons également nous intéresser à la notion de « culture cultivée ». Selon Malraux, la culture, c'est : « la capacité qu'à l'homme à se dépasser pour atteindre à une entière et pleine réalisation de lui-même, une transcendance en quelque sorte. Pour la culture, l'individu s'arrache à sa condition première et cherche à se hisser à des sphères jusque-là hors d'atteinte. Pour cela, la culture est affranchissement et illumination ». Cette définition appuie sur le fait que les productions humaines constituent une valeur universelle et doivent être accessibles et compréhensibles à un maximum de personnes. De plus, la culture se développe à l'aide de dispositifs instaurés dans les établissements scolaires, les musées ou bien à l'aide de principes comme la décentralisation culturelle ou bien la démocratisation. Ces nouveaux lieux et concepts ont permis de développer davantage le concept de médiation qui a pour but de créer et/ou de favoriser le lien avec le monde culturel et la population. (Hayer, 2012)

Ce concept sera intéressant à aborder pour la suite de ce mémoire car il constitue un enjeu clé qui crée un lien entre les institutions culturelles et le public. Après ces premières définitions de la culture, nous allons ensuite nous intéresser à comment la culture a évolué au fil des époques.

La culture a subi une transformation, passant d'une transmission verticale à une transmission horizontale, ce qui a conduit l'humain à développer diverses méthodes de consommation culturelle. Ce changement de rapport a évolué depuis le 18ème siècle, grâce à la révolution de la presse populaire. La culture de masse s'est alors diffusée grâce à la diminution du prix du journal, une vitesse de production plus rapide et aux modes de transmission plus faciles grâce, entre autres, à l'utilisation du chemin de fer et au télégraphe. De plus, les contenus se sont diversifiés mais aussi vulgarisés avec des termes plus compréhensibles et complétés par des images pour rendre la lecture encore plus accessible. (Joffredo, s. d.)

Enfin, Internet a permis de favoriser les accès multiples entre tous les acteurs culturels du monde. Considérée désormais comme une industrie, la culture permet aux œuvres, à l'aide de la photo, du cinéma et de la télévision, ... d'être diffusées, accessibles et à bas prix pour un public plus large. Cependant, avec cet accès plus large et plus simple à la culture, le phénomène de la rentabilité économique émerge.

Cette rentabilité s'impose et oblige désormais à pousser ces industries à s'adapter et à répondre à la demande d'un public de plus en plus exigeant en termes de contenus et de diffusion. Internet bouscule ces rapports en offrant une plus grande liberté de consommation définie par le mode de vie des consommateurs. On assiste donc à une évolution de la culture en tant qu'industrie à travers ces différents modes de transmission et de consommation. (Hayer, 2012)

La communication institutionnelle culturelle

Afin de comprendre au mieux la culture dans son entièreté, il est nécessaire de s'intéresser à comment celle-ci est étudiée de manière générale. Pour ce faire, nous devons alors aborder le concept « d'études culturelles ».

Les études culturelles se présentent donc comme une étude de la culture. Le point important que nous devons mettre en valeur au sujet des études culturelles est qu'il s'agit d'un terme qui ne peut être défini qu'au pluriel. De plus, les études culturelles ont permis de prendre en compte des formes culturelles qui n'étaient pas directement considérées comme une forme de culture. On y retrouve la presse populaire, les faits divers, la caricature ou encore le sport, les jeux et toute forme de divertissements. Ces formes ont alors intégré le champ de l'intérêt public. (Baetens, 2009)

Cet élargissement de la culture a été possible grâce à trois vagues :

- la culture médiatique de la culture de masse
- la culture populaire
- la culture des minorités (ethniques, genre, sociales, ...).

1.3 Les trois piliers méthodologiques de la culture

Ensuite, la culture ne se définit plus comme une manière d'« exprimer », « symboliser » et « représenter ». Celle-ci est donc plus perçue en termes symboliques et moins en termes matériels. Il s'agit d'une structure autonome qui permet d'englober plusieurs perceptions de la vie et de la société. En termes de méthodes, les études culturelles se définissent par trois aspects clés. Ces aspects se retrouvent quasiment dans presque toutes les variantes des études culturelles. (Baetens, 2009)

1.4 Approche interdisciplinaire

Premièrement, les études culturelles englobent plusieurs domaines possibles, mais elles restent non-disciplinaires. Celles-ci ne se focalisent pas sur un seul domaine en particulier, mais bien sur plusieurs, ce qui peut la définir comme une approche assez vague et trop générale. Deuxièmement, les études culturelles refusent de traiter les faits de manière autonome. Il est demandé de contextualiser chaque fait, en plus de leur donner une dimension symbolique. Selon Raymond Williams, les objets culturels demandent une analyse comme des « formes » ou des « pratiques culturelles », en étant conscient que celles-ci se trouvent à la jonction de plusieurs dimensions. Parmi ces dimensions pour des faits culturels, on retrouve quatre pôles : le pôle de la production, le pôle de la réception, le pôle de la technologie et le pôle de l'expérience. Troisièmement, les études culturelles se différencient par l'implication et l'investissement personnel profond du chercheur qui dépasse la participation observante, une pratique recommandée dans les autres disciplines. (Baetens, 2009)

Le spectacle vivant

Pour continuer dans une approche de cadrage théorique de la problématique, nous pouvons maintenant nous centrer sur les arts vivants dont fait partie la culture et plus précisément le théâtre. Dans notre culture belge, nous retrouvons différentes catégories qui ont pour but de classer la création artistique. Dans ces créations artistiques, nous pouvons différencier quatre catégories (Fédération Wallonie-Bruxelles, 2026) :

- les arts visuels englobant les arts plastiques et numériques ainsi que le design et la mode
- le domaine de la musique
- le domaine de la diffusion
- le domaine des arts vivants tels que la danse, les arts forains, le Cirque de Rue, l'humour et surtout le théâtre.

À la différence des arts vivants regroupant l'ensemble des disciplines, les spectacles vivants donnent vie aux œuvres grâce à une représentation unique. Le spectacle vivant se définit par la rencontre d'acteurs et de spectateurs. Il s'agit de théâtre, d'opéras, de spectacles de marionnettes ainsi que des arts de la rue.

L'œuvre est à ce moment-là incarnée et chacun vit une expérience unique. La règle des trois unités est de mise : unité de temps, l'unité d'action et l'unité de lieu. (Boyer-Labrousche, 2017).

Les arts du spectacle sont présents dans toutes les sociétés et permettent de contribuer à la vie politique, religieuse, sociale et économique de celles-ci. En plus de proposer des représentations au public, ces arts se manifestent par l'utilisation d'objets comme des instruments, des costumes, des masques ainsi que des espaces culturels. (Unesco, s. d.)

1.5 Le théâtre comme institution

Tout d'abord, l'art dramatique est considéré comme l'une des plus anciennes et plus durables des institutions. Il se définit par son caractère collectif mais aussi par sa nature de représentation devant une assemblée de manière simultanée. Sa double nature permet de créer ce que l'on appelle « le partage du sensible ». Cette institution permet de mettre en valeur la pratique théâtrale tout en créant un lieu commun. Le théâtre en tant qu'institution assure alors un cadre pour les pratiques culturelles. Le mot « institution », pris dans son sens courant, désigne un organisme qui est chargé d'une mission porteuse de valeurs. (Clerc, 2016)

Une institution est caractérisée par différents aspects : l'existence d'une troupe, d'une salle, de subventions et détient une certaine valeur matérielle. Aux yeux du public, une institution est possible grâce aux subventions de la collectivité. De plus, l'institution peut aussi défendre des causes comme la valeur symbolique ou l'intérêt pour la nation. En lien avec le patrimoine culturel, les institutions représentent une opportunité de véhiculer des valeurs qui vont par la suite influencer les comportements et les manières d'agir des humains. Il s'agit de trois ordres de valeurs: morales, matérielles et symboliques. (Viala et Mesguich, 2018)

1.6 Coûts économiques du théâtre

Le théâtre engendre des coûts économiques relativement élevés. À l'époque antique déjà, des citoyens ou mécènes décidaient d'investir dans ces spectacles pour asseoir leur rôle dans la vie politique, véhiculer des idées et maintenir leur statut social. Aujourd'hui, le théâtre reste une institution coûteuse avec entre autres la gestion des bâtiments, la confection des costumes et la rétribution des acteurs. Les recettes d'un spectacle ne sont pas toujours suffisantes pour la rentabilité d'une seule représentation. L'accent est donc mis sur la répétition des performances afin de garantir une certaine rentabilité financière. (Clerc, 2016)

Chapitre 2 : Accessibilité et inclusion culturelle

Les freins symboliques et l'habitus

Pour se focaliser sur la culture, nous pouvons parler de son accès et comment celle-ci est perçue par la société. Selon Bourdieu, l'accès à la culture n'est pas seulement une question de revenus. Il affirme que chaque groupe social possède des pratiques propres à son groupe, ce qui lui permet de se situer et de posséder un certain pouvoir dans la société. Il défend l'idée que l'accès à certaines activités comme le théâtre, le musée ou la visite des galeries d'art est inégal selon la classe dont nous sommes issus. (Cabin, 2008)

Bourdieu indique donc que les pratiques culturelles dépendent surtout des classes sociales. Il mentionne également l'habitus¹ comme un système cohérent de dispositions et témoigne d'une opposition forte entre culture d'élite et culture populaire. (Gaboriau, 2006)

Pour nuancer ces propos, Bernard Lahire mentionne que les individus ne sont pas seulement définis par leur appartenance culturelle mais aussi par de multiples influences sociales. Chaque individu va, au cours de sa vie, connaître plusieurs milieux sociaux, plusieurs expériences et normes culturelles, ce qui explique que l'habitus n'est pas toujours cohérent. L'auteur parle ici d'une « dissonance culturelle² » pour évoquer ces différentes pratiques. La *dissonance culturelle* témoigne d'une société avec des individus aux goûts variés et mélangés. Des individus peuvent à la fois aimer la « culture populaire » comme les jeux vidéo et la « culture légitime » comme le théâtre. Cette diversité dans les pratiques et dans ces diverses préférences culturelles peuvent s'expliquer, selon l'auteur, par l'existence de mobilités sociales plus présentes, les expériences scolaires et professionnelles, les relations sociales ou encore la diversité culturelle. L'individu est dit alors « multi-déterminé », c'est-à-dire, influencé par plusieurs facteurs différents.

Lahire met également un point d'honneur à spécifier que les inégalités ne se trouvent pas forcément entre les classes sociales mais bien à l'intérieur des individus eux-mêmes avec des pratiques parfois plus dominantes que d'autres.

¹ L'habitus, évoqué par Pierre Bourdieu correspond à un système composé de dispositions durables et transposables issu de la socialisation propre d'un individu.

² La dissonance culturelle de Bernard Lahire évoque la capacité d'un individu d'intégrer des pratiques culturelles de niveaux de légitimité divers.

C'est ce que l'on appelle une « lutte de soi à soi ». Contrairement donc à ce que disait Bourdieu en expliquant que la culture est une question de classe, Lahire évoque ici des différences qui existent également au niveau individuel. (Gaboriau, 2006)

L'exclusion sociale et la stigmatisation

Dans cette partie, il semblait important d'identifier et de comprendre les différents aspects et limites causant la distance entre certains publics et l'offre culturelle. Tout d'abord, Paugam aborde le sujet de l'exclusion sociale en la considérant comme un processus progressif, avec comme objectif d'éloigner les individus de la société, des ressources ou encore de leurs droits. L'exclusion est donc, selon lui, un processus qui amène à une dégradation progressive des conditions de vie menant à une accumulation de difficultés. Cette dégradation peut s'expliquer par plusieurs ruptures sociales : chômage, précarité, isolement,... Ce phénomène d'exclusion se manifeste donc par une diminution de l'accès aux ressources économiques (revenus, emplois), aux institutions (école), à la participation à la vie sociale ou encore à la culture (pratiques culturelles). L'exclusion est donc une non-accessibilité croissante à la société. Paugam distingue trois dimensions d'exclusions :

- Exclusion économique : le chômage, la précarité
- Exclusion relationnelle : l'isolement, la rupture avec les liens sociaux
- Exclusion symbolique : la stigmatisation

Ces trois types d'exclusion limitent l'accès aux biens essentiels, à savoir ici la culture, diminuent l'accès aux réseaux et renforcent la non-participation. Le mécanisme d'inclusion est par conséquent un cercle vicieux. Moins une personne aura accès à la culture, plus elle sera marginalisée et plus cette personne sera marginalisée, moins elle aura d'accès. L'accès à la culture est donc lié directement à l'inclusion sociale. Le public qui en est exclu ne peut pas participer à la vie culturelle, il ne peut donc pas s'exprimer au sujet des représentations de celles-ci. L'inégalité culturelle est donc une forme d'exclusion selon l'auteur. (Paugam, 1997)

2.1 Catégorisation sociale, stéréotypes et mécanismes de discrimination

Selon Article 27, l'exclusion réside dans un mécanisme qui est tout à fait de l'ordre humain. Tous les êtres humains ont, par réflexe, cette tendance à exclure ce que l'autre produit. Cette tendance s'explique par des volontés universelles : l'appartenance à un groupe, le sentiment de survie, la position que nous avons dans le système et une affirmation de nos valeurs. Article 27 mentionne ainsi la catégorisation sociale, qui selon la psychologie sociale, permet à notre cerveau de classer certaines informations. (Article 27, 2025)

Cette tendance qui englobe la catégorisation et l'identité sociale classe les informations selon l'expérience personnelle et les canaux indirects, à savoir les parents, les médias, les institutions, etc. Notre catégorisation repose entre autres sur différents critères : le genre, l'âge, l'origine, la religion, la profession. En catégorisant, l'être humain distingue alors l'endogroupe et l'exogroupe qui sont respectivement le groupe auquel il s'identifie et les autres. (Article 27, 2025)

2.2 De l'exclusion à la stigmatisation

Au niveau personnel, un individu, privé de lien social, se traduit par un sentiment de solitude inexorablement associé au sentiment d'être stigmatisé et exclu. L'être humain est cependant enclin à exclure par facilité, par peur, par paresse, par ignorance, par souci de (se) protéger, par peur de l'inconnu et par respect. Cette exclusion est la traduction naturelle et malheureuse d'un sentiment de supériorité, en référence aux théories de Tajfel et Turner sur l'identité sociale. En lien avec ce phénomène d'exclusion, les stéréotypes sont considérés comme des outils cognitifs puissants. Ils servent majoritairement à faciliter la compréhension du monde. Cependant, sans remise en question, ils peuvent être utilisés pour justifier des rôles sociaux et des hiérarchies de manière totalement inégale. Par manque de multiplicité d'expériences et de réflexion critique, les stéréotypes, basés sur nos croyances et opinions, peuvent se transformer en préjugés. Ceux-ci sont établis sur le terrain des émotions et affections qui se muent en discrimination menant à des actes et traitements différentiels. Une des réponses alors apportée par l'ASBL serait de pouvoir catégoriser, en déconstruisant ces réflexes naturels et humains et en sortant de notre zone de confort. (Article 27, 2025)

Inclusion culturelle vs démocratisation

Concentrons-nous maintenant sur l'inclusion culturelle face à la démocratisation et l'élargissement des publics. Patrick Brunel propose une vision critique des politiques actuelles et propose une approche pour garantir une inclusion réelle. Brunel qualifie le slogan « Culture pour chacun » de concept « idéologiquement pervers ». Il montre que ce discours entraîne une division entre la culture pour les ruraux et la culture pour les banlieues et donc à renoncer à l'idéal d'un capital culturel commun. Brunel reproche aux institutions de vouloir valoriser la création de liens sociaux et de lutte contre l'intimidation sociale et à l'inverse laisser de côté la transmission des savoirs. Patrick Brunel affirme que l'inclusion doit trouver sa source dans une pédagogie existante. L'éducation artistique doit être avant tout une discipline à part entière pour permettre à des populations défavorisées de découvrir la pratique d'un art. L'inclusion doit donc être avant tout une ambition éducative universelle et non une segmentation des publics. (Brunel, 2012)

2.3 Démocratisation culturelle et démocratie culturelle

Selon Dominique Pagès, il existe une différence entre l'inclusion culturelle et la démocratisation culturelle. La *démocratisation culturelle* a pour but de corriger les injustices sociales en permettant l'accès à de nombreuses œuvres qui sont considérées comme « capitales pour l'humanité ». Cette notion repose sur une logique que l'on appelle « *descendante* » qui part des institutions vers le public. Ensuite, Pagès présente la démocratie culturelle en nous disant qu'elle met en avant la reconnaissance de la diversité culturelle et de la particularité de chaque culture. Cette démocratie met en avant la participation active, l'expression des citoyens ou encore la mise en avant et la promotion des capacités créatives de chaque individu. (Pagès, 2019- 2020)

La démocratie culturelle

2.4 De la diffusion aux élites à une culture universelle et participative

Pour aller plus loin dans cet accès à la culture, Charlebois reprend dans ses écrits, que nous sommes passés d'une démocratisation de la culture à une démocratie culturelle. Il explique la transition d'une société qui diffusait la culture aux élites vers une culture universelle. Ce passage a permis à tous les groupes sociaux, pas seulement les élites, de pouvoir s'exprimer, créer mais aussi de participer à la vie culturelle et démocratique. Le but de cette transition est de pouvoir rendre l'accessibilité culturelle à tous. Elle permet donc à chacun de pouvoir non seulement bénéficier de l'accès à la culture, mais aussi d'être reconnu ou encore de participer à la prise de décisions. Cependant, malgré cette évolution vers une autre société plus inclusive, certaines communautés sont ostracisées. (Charlebois, s. d.)

Celles-ci ne bénéficient pas de la démocratisation culturelle, et ce, par manque de moyens d'expression, d'exclusions des institutions culturelles et des espaces de décisions. La solution alors proposée pour accompagner davantage ce public est de développer et créer des pratiques participatives. La ligne directrice de ces pratiques ne sera donc pas de créer « pour » le public mais bien de créer « avec » le public. En ce sens, la créativité et la représentation des expériences vécues de chacun sont soutenues. (Charlebois, s. d.)

2.5 Les inégalités culturelles

Au-delà des inégalités et de leurs conséquences, on peut aussi mentionner leur nature. Certaines disparités sont d'ordre culturel, symbolique ou encore politique. Ces dernières se créent majoritairement suite aux difficultés d'accès aux ressources par manque de temps, d'argent et d'éducation. Certaines inégalités trouvent aussi leur source dans l'absence d'écoute et de considération lors des débats publics, ou encore dans une domination des normes culturelles imposées et dominantes. Ces différentes inégalités peuvent expliquer le retrait et le désintérêt de participation de certains groupes. (Charlebois, s. d.)

2.6 L'impérialisme culturel

Iris Marion Young évoque le principe d'impérialisme culturel en le définissant comme une forme d'oppression où la culture dominante est considérée comme normale et universelle. L'impérialisme culturel met alors à l'écart les autres cultures en les considérant comme invisibles, stéréotypées ou encore différentes et inférieures, privées de leur liberté à faire entendre leurs points de vue. Nous pouvons distinguer deux types d'inclusion à savoir l'inclusion interne, qui est le fait d'avoir le droit de s'exprimer, d'être entendu et respecté et l'inclusion externe, qui est le fait d'être simplement présent dans les espaces de décision. (Charlebois, s. d.)

Une solution serait de repenser une démocratie qui serait alors plus inclusive et plus communicative. Cette démocratie valoriserait les différents modes d'expression, les expériences vécues de chacun, avec par exemple la prise en considération de récits de vie. En ce sens, cela permettrait de mieux comprendre les inégalités, de s'ouvrir à d'autres visions. (Charlebois, s. d.)

Chapitre 3 : la communication inclusive et ses freins

Pour la suite de ce cadre théorique, je vais évoquer la communication dans un cadre spécifique. En lien avec notre problématique, qui s'intéresse à la manière dont communiquent les théâtres et les organisations de types ASBL centrés sur la culture, il était pertinent d'explorer la communication institutionnelle. Cela permet ainsi de se focaliser sur la communication propre à la culture. Ces approches vont me permettre de saisir des concepts clés tels que la visibilité, l'image et le public. Je vais alors partir du cadre très général de la communication institutionnelle pour ensuite rentrer me rapprocher de la communication culturelle.

Les obstacles à la pratique culturelle

Les institutions sont, de nos jours, considérées comme points de départ afin de créer des liens et de la visibilité. La communication institutionnelle s'inscrit dans divers champs et mobilise diverses pratiques dans des contextes spatio-temporels en perpétuelle mutation. Celle-ci doit faire face également à différents publics au sein desquels existent des fractures sociales, culturelles et sociales. (Aïm et Billiet, 2020)

La communication institutionnelle peut favoriser davantage une plus grande transparence et renforcer le lien de confiance entre les institutions et les citoyens. La communication, qui à la base était perçue comme la communication corporate³, s'intéresse aux institutions publiques dans le but de construire leurs communications. Les institutions peuvent alors renforcer leur notoriété, mettre en avant leur rôle dans la société avec les valeurs qu'elles véhiculent. L'objectif de cette communication institutionnelle est d'arriver à attirer le public et à favoriser l'engagement de l'audience en utilisant diverses approches et méthodes. Les principaux axes de la communication institutionnelle d'une organisation sont la promotion de son image et de ses valeurs, ainsi que la circulation d'informations. Cet axe permet donc de renforcer la confiance et la crédibilité de l'institution. Par ailleurs, l'information donnée aux citoyens permet d'en apprendre davantage sur l'institution tout en permettant à ceux-ci de s'intégrer à la vie de l'institution elle-même. Cet axe permet alors de renforcer le lien et l'adhésion. (Guilbert, 2025)

³ La communication corporate désigne à promouvoir l'image et l'identité d'une institution.

En termes d'objectifs, la communication institutionnelle se caractérise par deux types d'objectifs : internes et externes. Les objectifs externes s'articulent non seulement autour de la notoriété, la confiance et l'adhésion, mais aussi autour de la transparence et la maîtrise des situations de crises. Les objectifs internes se focalisent sur l'importance d'une vision commune avec les parties prenantes, la consolidation d'un sentiment d'appartenance et de lien ainsi que l'optimisation de la circulation d'information. (Guilbert, 2025)

3.1 Communication interne et externe

Au sein de la communication institutionnelle, deux axes se dégagent : la communication externe et la communication interne. La communication externe se définit par les moyens de communication pour promouvoir l'institution en dehors de ses murs grâce à l'organisation d'évènements, de diffusion de communiqués de presse ou encore l'existence d'un site internet. La communication interne, de son côté, se focalise sur la communication à l'intérieur de l'institution. Il faut, à ce niveau, différencier la communication descendante, la communication ascendante et la communication horizontale qui traitent respectivement de la transmission des informations vers les employés, la transmission des outils vers le public et la communication vers d'autres acteurs du même secteur. (Guilbert, 2025)

3.2 Les outils du numérique au service de la visibilité institutionnelle

En termes de pratiques communicationnelles, les institutions utilisent majoritairement des outils en lien avec l'avènement des réseaux sociaux et des nouvelles technologies existantes. On retrouve alors l'utilisation de sites internet, de réseaux sociaux, emails et newsletters ou encore des vidéos en ligne comme sur YouTube, tous servant à la visibilité de l'institution (Guilbert, 2025)

La communication culturelle

3.4 La crise sanitaire transforme la communication

Au cours de la crise du coronavirus, les institutions ont dû faire face à cet événement en se questionnant sur leurs pratiques et sur leurs moyens de communication. Avec l'absence de visiteurs et de consommateurs culturels, les institutions se sont réinventées dans leurs formats et dans leurs productions afin de faire vivre l'expérience culturelle autrement.

L'un des changements majeurs a, par conséquent, été celui de se réinventer, de se moderniser, grâce à l'utilisation des réseaux sociaux numériques. Camille Jutant⁴ évoque deux termes intéressants pour comprendre cette dynamique : l'injonction et l'adaptation. Le principe d'injonction pourrait mentionner l'obligation des industries culturelles à créer du contenu sur les réseaux sociaux en évoquant la très grande quantité de contenus déjà présente, qui peut paraître effrayante au vu de sa quantité. Ensuite, le principe d'adaptation évoque une certaine nécessité à vivre avec son époque et donc de s'accorder à créer, mais de manières différentes et surtout sur les nouveaux supports que sont les espaces numériques. (Jutant, 2015)

3.5 Le numérique comme complément

Selon Antoine Roland, le numérique peut donc apporter des avantages s'il est bien utilisé sans changer la nature même du lien et des rapports avec des publics. La présence d'une institution culturelle sur les réseaux sociaux ou l'utilisation d'outils numériques par celle-ci, permet, en pratique, d'améliorer et d'entretenir la relation avec le public. L'utilisation des réseaux sociaux numériques doit donc être utilisée de manière pertinente en respectant l'identité du lieu, de l'espace de la mise en scène et de l'audience. L'utilisation du numérique au sein des institutions culturelles est donc un moyen intéressant pour promouvoir ces lieux. Certes, il peut exister certaines méfiances vis-à-vis du numérique qui pourrait remplacer ce qui a déjà été créé en termes de communication. Cependant, il est important de saisir cette opportunité comme complément à ce qui existe déjà en termes de communication sans renier ce qui a déjà été imaginé. (Minassian, 2022)

Pour la suite de ce mémoire, il est essentiel de pouvoir comprendre le concept clef de la communication dans les lieux culturels : la médiation culturelle. Celle-ci a pour but de créer et favoriser des liens concrets et pertinents entre un lieu culturel et le public.

⁴ Camille Jutant, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication

Chapitre 4 : la médiation et l'inclusion comme levier de freins d'accessibilité

La médiation comme outil d'inclusion

4.1 Les origines de la médiation culturelle

Dès le début des années 2000, le concept de médiation culturelle a tenté d'être défini comme une relation entre les productions, les pratiques artistiques, les institutions culturelles ainsi que leurs publics. La médiation culturelle servait donc à rapprocher l'art du public en lui donnant une voix dans la société. Cette idée s'est cependant altérée avec le temps. Aujourd'hui, il est question d'une réelle volonté de redonner une dimension éthique et interactive à ce principe en favorisant le sentiment d'appartenance et une certaine collectivité. La médiation culturelle s'est construite avec le temps en prenant en compte différents éléments. Une grande importance est désormais accordée à la réception ainsi qu'aux usages que fait le public de l'art et de la culture. La diffusion et l'appropriation de productions d'œuvres sont incontournables pour toucher un public fragilisé parfois par des fractures à la fois sociales et culturelles. L'un des buts essentiels de la médiation culturelle est donc, dans cette société fragmentée, de pouvoir s'occuper d'un certain « vivre-ensemble » en favorisant la création de liens, de contacts, d'échanges les uns par rapport aux autres à travers le langage. (Caune, 2018)

4.2 Le médiateur culturel : rôle, missions et pratiques

Selon Article 27, la médiation culturelle est centrale dans le domaine culturel. Selon elle, la médiation culturelle désigne : « les actions visant à établir du lien et un dialogue entre les citoyens et les milieux culturels et artistiques ». La médiation culturelle se charge alors de remplir deux objectifs. Le premier est de favoriser et d'améliorer l'accès à l'offre culturelle pour tous les publics. On assiste alors à une véritable volonté de démocratiser la culture. Le second étant de pouvoir guider les publics vers des possibles expressions et réflexions lors de leurs expériences culturelles. Le professionnel occupé à cette mission, que l'on appelle alors un médiateur culturel, est la personne chargée de mettre en lien la culture et les acteurs ainsi que les spectateurs. Le but d'un médiateur culturel est de pouvoir capter l'attention d'un public souvent éloigné de l'offre culturelle à cause, entre autres, d'aspects économiques et sociaux. En pratique, le médiateur organise et conçoit des ateliers, des outils, des animations, des événements qui permettent de créer des liens avec ses acteurs de manière concrète afin de créer des liens sur le long terme. (Article 27, 2026)

Liens entre médiation et communication

4.3 Temporalité et logiques diverses

L'une des différences que l'on peut retrouver entre la médiation et la communication est leur temporalité. La communication se caractérise par des enjeux à courte durée tandis qu'à l'inverse, la médiation est axée sur du plus long terme. Pour produire de la communication efficace et ainsi créer du lien avec un visiteur ou un spectateur, il est primordial de comprendre la logique de communication. Tout d'abord, on peut se pencher sur des moyens de communication traditionnels tels que l'affichage de publicité, distribution de flyers, création de liens avec des partenariats. Toutes ces pratiques constituent la publicité qui sert à attirer le visiteur dans l'institution culturelle. Une fois à l'intérieur de l'institution culturelle, ce dernier a accès à d'autres contenus. Cette étape est déterminante pour assurer le retour des visiteurs pour potentiellement instaurer une forme de fidélisation. L'accent est aussi mis sur la possibilité pour ce visiteur de donner son avis en évaluant son expérience a posteriori. (Minassian, 2022)

4.4 Faire venir vs faire savoir

Grâce à ces plans de communication en trois temps et aux outils utilisés, la communication entre le lieu et le public est renforcée jusqu'à la prochaine visite de ce public. La communication et la médiation sont présentes au cours de ces trois phases. En effet, la communication crée d'abord une réaction et une envie du visiteur en le faisant venir dans l'institution. Ce principe de « faire venir » est très mobilisé dans le secteur de l'évènementiel. La médiation, quant à elle, fonctionne plus sur le principe du « faire-savoir » qui se concentre sur la création de formats. Ces deux principes, bien qu'ils soient distincts, peuvent converger sur les espaces numériques et ainsi se compléter. En lien avec la communication et la médiation, nous pouvons également y associer le travail de Community manager. Avec la médiation, c'est avant tout la théorie et les informations communiquées qui sont valorisées. La médiation peut donc être perçue comme une source de savoir artistique. (Minassian, 2022)

4.5 Communicant et médiateur

Désormais, les médiateurs culturels ne peuvent ignorer les liens avec les chargés de communication. Ce changement a permis, en partie, aux institutions culturelles de se réinventer en lien avec la crise du coronavirus et de voir apparaître de nouveaux formats numériques. Cela permet donc de propulser des contenus venant des institutions culturelles et de les rendre plus accessibles. On peut donc dire que la médiation culturelle et la communication culturelle ont des notions et pratiques communes en termes de formats, de nature et d'objectifs. Néanmoins, la seule caractéristique qui les différencie est le statut professionnel que l'on peut avoir entre d'un côté le « communicant » et de l'autre le « médiateur ». (Minassian, 2022)

Une communication qui vise l'inclusion

4.6 Conditions d'une inclusion durable

La médiation sert donc de remise en question sur le plan personnel, professionnel et nous pousse à réfléchir sur l'accès à la culture et à la diversité de celle-ci. Selon Article 27, cette remise en question pourrait alors créer une source d'engagement et de transformation. Le but de l'organisme est de pouvoir recréer ce sentiment d'appartenance et de légitimité à toutes les personnes qui se sentent alors laissées et exclues de la vie culturelle. Pour favoriser ce nouveau sentiment d'appartenance, il est essentiel de comprendre et de porter les paroles des personnes qui subissent l'exclusion afin de changer les dynamiques mises en place par des dynamiques plus efficaces. Lorsque des paroles sont entendues, partagées et défendues, cela crée de vrais changements et transformations dans les pratiques mais aussi dans les politiques. Chaque individu doit pouvoir accéder à la vie culturelle sans devoir justifier ses fragilités ou encore son parcours personnel. Grâce à cette mise en avant de l'accessibilité, cela permet de diminuer la catégorisation sociale de publics. (Article 27, 2025)

Dans les lieux culturels, on retrouve dès lors des structures sociales qui viennent se manifester pour favoriser un accompagnement des personnes dites exclues. Pour que ces accompagnements perdurent, une certaine reconnaissance doit y être apportée. Cette reconnaissance permet donc de mettre en avant la diversité dans des institutions culturelles et sociales en mettant en avant une richesse d'opinions, en soutenant les valeurs éthiques et en priorisant le bien-être sur le long terme dans des cadres légaux.

Chaque projet, qu'il soit artistique, social ou en lien avec la médiation culturelle devrait mettre en avant une diversité humaine et de point de vue. Article 27 témoigne de cette mise en place possible grâce à l'existence de trois piliers que sont l'humanité, l'équité et la coopération. (Article 27, 2025)

4.7 Cinq étapes vers l'inclusion

Article 27 a dès lors créé le chemin de médiation culturelle en lien avec les institutions culturelles et sociales au sein du réseau Article 27 à Bruxelles. Premièrement, on retrouve un premier pas de la culture vers le social qui englobe alors les liens entre le réseau, les contacts et les relais. Une fois que ces premiers liens sont établis, une proposition d'atelier de médiation culturelle est créée. On assiste alors au sein d'une institution culturelle ou sociale à l'élaboration d'un atelier de médiation, ce qui constitue une première ouverture et de mise en mouvement. Deuxièmement, on assiste à ce qui est appelé la théorie du contact qui crée alors des rencontres entre partenaires sociaux, culturels, des artistes et des associations.

Le but est de créer un lien social en écoutant et en comprenant les besoins du public pour éviter les préjugés. Troisièmement, il existe la rencontre intergroupe par les biais, c'est-à-dire une rencontre entre les groupes/publics et les associations afin de pouvoir, au préalable, organiser des aménagements raisonnables qui se basent sur le rythme et la réalité du groupe dans une volonté de diversité. Quatrièmement, la réalisation de projets co-construits dans une volonté de créer un sentiment de confiance et de participation, permet de valoriser le groupe. Et enfin, l'inclusion se traduit par une accessibilité des cultures représentées dans une volonté d'exclure la catégorisation de ce public dans les salles. (Article 27, 2025)

4.8 La communication interpersonnelle

La compréhension et l'étude de la communication interpersonnelle est donc primordiale pour comprendre comment les compétences relationnelles et l'écoute active du médiateur servent de levier essentiel afin de démocratiser la culture. Le but est alors d'articuler le rôle des médiateurs culturels mais aussi de connaître les objectifs d'une organisation. La communication interpersonnelle s'inscrit ici dans une dimension stratégique car l'interaction humaine devient un outil essentiel dans une institution culturelle dans son rôle de fidélisation des publics.

Construction de la théorie comme fondement

Après avoir effectué cette première partie, nous pouvons faire un point sur les diverses notions abordées afin de les mobiliser pour la suite de ce travail. Les éléments théoriques vont ainsi me permettre d'analyser au mieux mes résultats et ainsi me permettre de faire des liens entre théories et résultats de terrain.

Le cadre théorique a permis, dans un premier temps, de mettre en lumière les questions d'accessibilité culturelle. Au vu des différentes définitions explorées, nous pouvons dire que la culture constitue un marqueur de classe sociale régi par l'habitus. Lahire nuance cette vision avec son concept de dissonance culturelle, tandis que Paugam évoque le concept d'exclusion sociale. Celui-ci rappelle que les barrières symboliques et la stigmatisation constituent des freins importants à une inclusion totale.

L'analyse des politiques publiques et de leur fonctionnement a permis de comprendre ce passage d'une démocratisation culturelle descendante à une démocratie culturelle participative. De plus, j'ai pu saisir la différence entre produire « pour » le public et une production « avec » le public. J'ai pu également comprendre la nécessité d'une communication de type interpersonnelle ainsi que le principe de médiation pour produire avec le public. Ces deux outils permettent de pouvoir déconstruire l'image intimidante que possèdent les théâtres afin de créer un sentiment de légitimité pour des publics fragilisés.

Pour la suite de ce travail, et afin de répondre au mieux à ma question de recherche, je vais maintenant établir une méthodologie qui me permettra de confronter ma théorie aux réalités de terrain.

PARTIE 2 : METHODOLOGIE

Introduction méthodologique

Ayant effectué mon stage au Théâtre des Martyrs et participant à des journées en lien avec l'ASBL Article 27, j'ai décidé d'explorer les liens qui existent entre les deux entités. J'ai donc choisi une méthodologie afin de pouvoir recueillir les données liées à cette collaboration. Le but était ici de pouvoir répondre et identifier les différents freins communicationnels qui existent et qui empêchent l'inclusion de certains publics. La question se pose alors : « Comment mettre en avant la communication qui vise l'inclusion tout en évitant la stigmatisation d'un public fragilisé ? » Cette question renvoie donc à la visibilité d'Article 27 au sein de théâtres à Bruxelles. Les théories découvertes et expliquées en amont dans la partie du cadre théorique de ce mémoire m'ont permis de jeter les bases de ma démarche de récolte de données et de structurer les entretiens afin de pouvoir analyser des données empiriques.

Une posture de chercheuse située

Pour analyser mes données, plusieurs fondements sont à prendre en compte. Il était important de se rappeler ma posture de « chercheuse située » et que cette posture entraîne, dans cette situation, une démarche réflexive à laquelle il est nécessaire de porter attention. Cette approche est donc déductive. Le point de départ repose sur des aspects théoriques, pour ensuite saisir les expériences du terrain afin de répondre à ma problématique. Ici, je ne cherche pas à élaborer des hypothèses, mais bien à mobiliser plusieurs concepts qui vont permettre d'apporter des réponses pertinentes à ma problématique.

Une approche déductive et qualitative

Le cadre théorique permet de construire un guide d'analyse pour mieux aiguiller mes entretiens en mobilisant des concepts théoriques. Je me retrouverai donc avec une analyse thématique sur base du corpus d'entretiens qui permettra de faire le lien entre d'un côté les réalités du terrain et de l'autre les cadres théoriques mobilisés. Cette méthode est rigoureuse car elle s'appuie sur un guide d'entretien et non sur une discussion.

Je suis alors dans une démarche qualitative en privilégiant le lien humain. Il s'agit dès lors de récolter des données sur base de la réalité qui est alors co-construite par les acteurs. (Campenhoudt et al., 2017)

Choix de la méthode de collecte de données

L'entretien semi-directif

Afin de collecter des données pour répondre au mieux à notre problématique de recherche, j'ai décidé de conduire des entretiens semi-directifs car cela semblait être la meilleure approche. Je suis dès lors dans une approche de type qualitative plutôt que quantitative. La collecte de données de type quantitatif me semblait moins pertinente dans un contexte d'inclusion où le lien avec le public est essentiel.

Prise de contact issue du terrain

Grâce aux deux journées d'Article 27 en tant que stagiaire au Théâtre des Martyrs, j'ai pu faire la connaissance de différents médiateurs qui travaillent dans des lieux culturels variés. Après avoir consulté la liste des lieux culturels travaillant en collaboration avec l'ASBL Article 27, j'ai uniquement sélectionné les théâtres, terrain de ma recherche. Sur base de cette liste disponible en ligne, j'ai identifié les médiateurs de chacun de ces lieux. J'ai contacté plus d'une vingtaine de théâtres et cinq médiatrices de l'Article 27 afin d'organiser des entretiens semi-directifs. J'ai alors rédigé des mails personnalisés en me présentant et en expliquant mon objet d'étude. Cette option m'a permis d'être au cœur de l'organisation des théâtres et de comprendre leur lien avec Article 27 et inversement.

Corpus

Trois théâtres bruxellois

Pour réaliser mes entretiens, j'ai arrêté mon choix sur trois théâtres émanant d'un échantillon final raisonné : le Théâtre des Martyrs, le Théâtre National et le 140. J'ai sélectionné ces lieux pour leur forme similaire mais qui cependant se démarquent par leurs particularités. Cette option permet donc de pouvoir comparer ces lieux culturels, afin d'en saisir les différences et ainsi répondre à ma problématique de manière solide en englobant le plus de particularités possibles. Sophie Jaminon, médiatrice pour le Théâtre des Martyrs, Yannick Duret, chargée des Relations avec les publics associatifs pour le Théâtre National et Eugénie Malevé, responsable de la médiation pour Le 140 ont été mes interlocutrices privilégiées. Par ailleurs, j'ai interviewé Laurence Adam, directrice de l'ASBL Article 27 et des bénéficiaires ainsi que leur animatrice de la maison de lien, le Babel'zin.

Points communs et singularités des lieux culturels sélectionnés

Les trois lieux culturels sélectionnés pour mon étude sont membres de l'Article 27, ce qui montre un engagement social commun. Ceux-ci acceptent tous le ticket à 1,25€ proposé par Article 27. Ils sont aussi tous les trois liés directement à la Fédération Wallonie-Bruxelles en répondant à des exigences et demandes de types administratifs, comptables mais aussi socioculturels. Le but est de comparer des lieux culturels subsidiés par l'État. Néanmoins, ces lieux culturels ont des différences dans leur direction et dans leur ADN. Le Théâtre National et le Théâtre des Martyrs sont tous deux considérés comme des institutions qui proposent des créations de spectacles pour tout public. Le 140 est quant à lui un lieu culturel axé sur la multiplicité des formes. Certes, ce ne sont pas des lieux culturels comparables dans leur fond mais bien dans la forme, il s'agit de lieux qui ont décidé de mettre en avant les dispositifs d'inclusion culturelle tout en étant membres du réseau Article 27. Ces lieux font partie de la liste des lieux culturels d'Article 27 à Bruxelles.

L'isomorphisme institutionnel

Afin d'atteindre mon objectif, je peux mobiliser la théorie de « l'isomorphisme institutionnel » établie selon DiMaggio et Powell. Cette source théorique témoigne que des organisations qui appartiennent au même secteur peuvent finir par se rassembler car elles suivent les mêmes normes de gestion de publics ainsi fragilisés. Dans cette logique, le but est de comprendre les autres lieux culturels et d'analyser les influences et les problèmes au sein du même secteur d'activité. Ces institutions constituent de réels moyens dans le but de créer de la coordination sociale. Je vais donc partir sur l'analyse de ces lieux culturels appartenant au secteur théâtral bruxellois subventionnés et qui proposent la possibilité de bénéficier du tarif Article 27. C'est dans cette optique que le choix de ces lieux pour ma recherche était primordial. (Huault, 2017)

Cinq thématiques pour structurer l'analyse

Tous les entretiens ont été effectués en se concentrant sur trois acteurs judicieux : les partenaires culturels, les partenaires sociaux et Article 27. Pour cette analyse, j'ai souhaité des entretiens semi-directifs afin de collecter des informations concrètes en pouvant saisir la réalité subjective des acteurs. Pour effectuer un codage efficace, la première étape était la retranscription de tous les entretiens et la création de thèmes pour classer les informations. Après avoir élaboré cinq thématiques en lien avec un code couleurs, les données ont pu alors être reportées dans un tableau sur base des verbatims. Les thèmes pour classer les informations étaient constitués de la façon suivante :

- identité et posture professionnelle
- stratégies et canaux de communication
- freins symboliques et habitus
- médiation pratique et co-construction
- contraintes organisationnelles et éthiques

Chaque thème permet alors de créer des catégories et de réorganiser les informations. Cette étape permet, par la suite, de pouvoir rassembler ces données et faciliter par la suite la rédaction de l'analyse des données. Après avoir retranscrit les entretiens, avoir élaboré des thèmes et avoir codé dans les entretiens, l'étape suivante était de créer un tableau à double entrée avec d'un côté les acteurs et de l'autre les cinq thèmes. Ce tableau complet a permis de mettre en lumière les verbatims pertinents afin d'obtenir les informations de manière claire et intuitive.

Entretiens semi-directifs

Préparation et structure du guide d'entretien

Au préalable et en préparation à ces entretiens, j'ai constitué un guide d'entretien avec une liste de thématiques avec des questions en lien avec ma question de recherche. Avant chaque entretien, le but était de me présenter et d'expliquer mon sujet : « Les freins communicationnels limitant la visibilité de l'Article 27 » et mon objectif est de : « Comprendre comment la communication et la médiation s'articulent pour inclure les publics éloignés de la culture ». Les entretiens se sont déroulés en visioconférence et en présentiel pour les bénéficiaires et ont duré entre 40 et 90 minutes.

Méthode de codage rigoureuse

Mes questions ont été organisées selon des thématiques et comportaient des sous-questions. Dans la première partie du guide, le but était d'identifier la personne interrogée pour connaître son statut et son rôle dans l'institution culturelle mais aussi le rôle que celle-ci détient avec Article 27. Il était aussi pertinent d'identifier l'institution et son image. L'objectif de cette première partie a donc été de détecter l'objectif des institutions culturelles.

Deuxièmement, d'autres questions se sont focalisées sur le public ainsi que les moyens de communication et relais afin de le toucher. Le but est de savoir quels publics bénéficient d'Article 27, quels sont les outils pour les informer et quel est le rôle des relais sociaux. L'objectif est ici d'analyser les pratiques communicationnelles mises en place en vue de toucher les « publics éloignés ». Troisièmement, le guide comprend une partie dédiée aux questions concernant les freins symboliques : l'invisibilité possible du dispositif Article 27 ou le risque de créer une stigmatisation. Cette partie constitue réellement le cœur de ma problématique.

La quatrième partie est consacrée à la médiation et la volonté d'inclure davantage. La question est de savoir s'il y a une mise en place d'actions ou d'événements spécifiques. J'identifie dans cette partie, la volonté de saisir le lien entre les actions mises en place par les lieux et la volonté d'un public à se sentir inclus. Cinquièmement, je me focaliserai sur des contraintes internes qui peuvent empêcher d'améliorer la communication.

PARTIE 3 : ANALYSE DES DONNEES

Dans cette nouvelle partie de ma recherche, nous allons partir sur l'analyse des données afin de les mettre en lien avec le cadre théorique construit plus haut. Cette analyse repose sur divers entretiens effectués avec des acteurs essentiels et pertinents afin de répondre au mieux à ma problématique. L'analyse se base alors sur les trois acteurs majeurs, à savoir les partenaires culturels que sont le Théâtre des Martyrs, le 140 et le Théâtre National. Nous avons également analysé un point de vue venant d'Article 27 ainsi que les retours des bénéficiaires pouvant utiliser le ticket Article 27.

Les informations des entretiens effectués ont été classées par thèmes, ce qui semble être la méthodologie la plus pertinente pour répondre à la problématique. Ces thèmes sont orientés selon l'identité et la profession des acteurs, leurs stratégies et outils de communication, les freins symboliques qu'ils rencontrent, le principe de médiation et enfin les contraintes auxquelles ils doivent faire face. Ces thèmes sont ainsi présentés dans l'analyse de données en donnant les points de vue de chaque acteur.

Dans cette partie, le but est de confronter les points de vue des partenaires culturels en ajoutant l'apport et le point de vue de l'Article 27 ainsi que le point de vue des bénéficiaires qui utilisent le ticket Article 27. L'étape suivante est de reprendre ces thématiques et les propos afin de les confronter avec des éléments théoriques cités au début de ce mémoire.

Analyse des données

2.1 Identité professionnelle

2.1.1 Entre accessibilité et inclusivité : définir le rôle de médiateur

Afin d'identifier les différents acteurs et leurs missions, nous nous intéresserons, dans cette partie, à leur statut et leur mission des partenaires culturels mais aussi au rôle de l'Article 27. Notre but est d'analyser la combinaison entre le travail de la communication et le travail de médiation, mais aussi leurs multiples tâches en tant que médiatrices.

Pour commencer, sur base des entretiens, l'appellation d'une médiatrice est remise en cause. Yannick Duret du Théâtre National mentionne l'utilisation du terme médiation comme trop éloigné pour les personnes hors du monde culturel. La posture de médiation faisant référence à une médiation entre conflits de voisinage ou de séparation dans un couple. Elle mentionne donc son titre en tant que « chargée de projet avec les publics⁵ » pour éviter toute confusion. Celle-ci mentionne également la volonté de travailler avec les publics et non pas exclusivement pour eux.

Tout d'abord, chaque médiatrice interrogée se définit comme gestionnaire de publics associatifs, publics variés, en garantissant un accès à la culture à un maximum de personnes. Leur cœur de cible est donc de gérer les publics spécifiques, de promouvoir une accessibilité universelle en luttant contre la stigmatisation. La tâche de la médiatrice ne se limite pas à faire venir du public mais bien de l'accompagner davantage pour s'approprier les œuvres artistiques. On peut souligner la mise en avant d'une stratégie qui vise à faire venir du public. L'inclusion repose donc sur un investissement personnel qui ne se limite pas à la communication. Ces deux axes, que sont la communication et la médiation, permettent de travailler avec des publics variés tels que des seniors, des associations, des étudiants, des personnes en situation de handicap, des personnes dans des CPAS, des centres d'accueil ou de jour. Selon Yannick Duret, deux fonctions résident dans le travail de médiation.

⁵ Par souci de clarté, le terme « médiateur » sera conservé pour ce travail, celui-ci étant établi et compris dans le domaine culturel. Cependant, afin d'alléger la lecture, nous désignerons Yannick Duret par « chargé de projets avec les publics » et « médiatrice » pour Sophie Jaminon et Eugénie Malevé.

D'un côté, elle mentionne la coordination de l'accessibilité qui se traduit par la gestion de dispositifs pour des personnes à besoins spécifiques tels que les malentendants ou encore les malvoyants. De l'autre, elle témoigne la coordination de l'inclusivité qui se manifeste par la création de dispositifs d'inclusion par des communautés invisibles comme les personnes queer, racisées.

2.1.2 Médiation et communication : une hybridation du travail

En termes de mission, nous pouvons noter que les médiatrices culturelles effectuent un véritable travail de communication dans le but de faire connaître leur lieu culturel à un maximum de personnes. La communication est donc orientée pour tout public à travers différents outils tels que les réseaux sociaux, les newsletters. Cependant, la communication n'est pas l'une des seules missions des médiatrices. Sophie Jaminon et Eugénie Malevé expliquent que leur travail se porte sur d'un côté la volonté de promouvoir des spectacles afin de remplir les salles, mais aussi d'accompagner des publics spécifiques en favorisant du lien.

« J'ai aussi une petite mission qui est de, je dirais, plutôt de l'ordre un peu marketing, de faire connaître le théâtre et ses spectacles à un maximum de personnes pour que les personnes puissent venir au théâtre voir les spectacles. Là, il peut y avoir un côté plus communication. » (Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

De son côté, le Théâtre National se distingue quant à lui par sa séparation entre le pôle de la médiation et celui de la communication. En effet, l'architecture du Théâtre National permet de différencier les rôles de chacun au sein du théâtre. Le pôle de la médiation a donc désigné une personne dite “ relais ” pour faire circuler des informations et demandes auprès du pôle de la communication.

« C'est dû à l'architecture de ce bâtiment, parce que la communication est au-dessus de nous. On a besoin d'eux pour certaines choses et tous les lundis matin, il y a une personne de notre service qui est en relais et c'est elle qui, donc nous on lui dit “ ah bah tiens là j'ai un atelier, il faut venir faire des photos, c'est bien communiqué là-dessus. » (Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

Eugénie Malevé témoigne également d'une difficulté supplémentaire quant au travail de la communication quand celle-ci s'adresse à des associations. Cette communication ciblée demande en effet plus de rapidité et de souplesse.

« Généralement, quand on fait de la communication pour les associations, c'est un peu du « last minute », en fonction des besoins. » (Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

On constate ici une véritable adaptation de la part des médiatrices à s'adapter à « la demande » en répondant aux réalités sociales du terrain en privilégiant un lien de qualité plutôt qu'une planification rigoureuse. La communication reste cependant une mission secondaire, qui est présente dans leur travail mais qui n'est pas la principale tâche et qui ne doit pas créer des « embouteillages » selon Eugénie Malevé. En termes de limites dans le travail de médiatrice, Sophie Jaminon témoigne d'un manque de formation intéressante qui pourrait améliorer davantage son travail. Elle évoque la possibilité d'intégrer une formation en communication spécialisée en aide sociale, si cela s'avère exister. Elle témoigne de sa prise en considération d'outils de communication comme Brevo ou encore Canva, mais qui ne sont que des outils limités dans son utilisation.

2.1.3 Article 27 comme tiers de confiance

D'après les propos des trois médiatrices, la relation avec Article 27 est un levier stratégique dans leur travail. Pour Sophie Jaminon, le lien humain, la qualité et la convivialité de celui-ci ainsi que l'accueil de publics sont ses principales missions. Pour Eugénie Malevé, le lien humain et la qualité de celui-ci sont deux aspects qu'elle met en avant pour créer une contrebalance avec les quotas de participation. La médiatrice du 140 témoigne alors d'une communication qui est menée différemment quand celle-ci s'adresse à des associations et témoigne d'un travail précis et minutieux dans l'élaboration de celle-ci. Pour Yannick Duret, Article 27 permet aux institutions culturelles de pouvoir atteindre un maximum de types de public : maisons de quartier, CPAS, seniors, lieux de soins, lieux psychiatriques, maisons de repos et maisons de jeunes.

Du côté d'Article 27, sa mission première est de garantir le droit à la culture, de permettre à toute personne de prendre part à la vie culturelle afin d'élargir l'offre culturelle. Dès lors, dans cette volonté de garantir ce droit, Article 27 recherche des subventions. En termes de communication, cette ASBL est au service de la médiation culturelle. Article 27 occupe une posture que l'on pourrait qualifier de plaidoyer et de défense de dignité humaine en incluant des formations de « facilitateurs d'accès » au sein des relais sociaux. La communication passe alors par la promotion et la proposition d'un tarif réduit. De plus, Article 27 coordonne d'un côté les partenaires culturels et de l'autre les partenaires sociaux afin de mettre en place une collaboration entre ceux-ci.

Selon Laurence Adam, directrice d'Article 27, les partenaires culturels et sociaux ont intérêt à collaborer avec Article 27 dans un but financier mais aussi dans une perspective de garantir la venue de tout public dans leurs lieux culturels. C'est ainsi que les partenaires culturels remplissent alors un formulaire pour être considérés comme partenaires officiels d'Article 27. Du côté des partenaires sociaux, le but est de créer un réseau d'activités. Article 27 permet alors de donner les outils et favorise le lien avec les partenaires culturels et sociaux pour favoriser la venue de public dans les lieux culturels.

« L'objectif d'Article 27, c'est de faire du lien entre opérateur culturel et opérateurs sociaux, ce n'est pas de se substituer ni à l'un ni à l'autre, mais faire qu'ils se rencontrent et donc tout notre travail s'oriente de cette façon. » (Laurence Adam, directrice Article 27)

Dans ce sens, nous pouvons dire qu'Article 27 est considéré comme un tiers de confiance en légitimant le travail des partenaires. Sa posture permet alors de casser l'isolement des institutions culturelles face à des problématiques sociales. Article 27 n'est donc pas seulement un simple fournisseur de tickets pour les partenaires sociaux.

Ces entretiens témoignent d'une hybridation complexe du travail de médiatrice qui se caractérise par le mélange de deux missions professionnelles, à savoir la médiation et la communication. La communication a comme but le remplissage et la visibilité de l'institution, et la médiation a comme but la création d'un véritable lien humain. On parle alors ici de la visibilité institutionnelle et de l'inclusion sociale.

Cette partie remet également en question le terme de la « médiation » avec son caractère très général. Les deux piliers que constitue le métier de la médiation sont donc l'accessibilité et l'inclusivité et témoignent alors d'une souplesse et réactivité dans leur métier. Au centre de cet écosystème, Article 27 est alors un médiateur stratégique qui permet de rendre visible des futurs associations et partenaires prêts à participer à la vie culturelle des institutions. Le dispositif permet également de légitimer le travail des médiateurs et en créant un pont entre les partenaires sociaux et culturels.

2.2 Stratégies de communication

Pour entrer davantage dans l'aspect communicationnel, nous pouvons nous concentrer désormais sur les stratégies et canaux de communication employés par les partenaires culturels et ceux employés Article 27. Les stratégies de communication et outils utilisées par ces acteurs en lien avec ma problématique doivent permettre de comprendre comment la communication est utilisée afin de toucher et d'atteindre des « publics éloignés ».

2.2.1 La communication numérique, efficace pour les publics éloignés ?

De manière générale, les institutions culturelles utilisent des outils numériques pour toucher un maximum de spectateurs habituels. Cela se traduit par l'utilisation des réseaux sociaux ou encore la rédaction d'emails. Selon les médiateurs, certes l'utilisation du numérique fonctionne pour toucher un maximum de public, mais cela reste différent pour cibler certains publics tels que les associations. Yannick Duret mentionne l'efficacité de relayer les informations sur les réseaux propices qui marchent assez bien auprès du public de manière générale. Avec ce genre de public, les médiatrices ont mentionné la priorité à la communication de type interpersonnel et le phénomène de cas par cas.

Un autre outil est également utilisé par Yannick Duret pour permettre le suivi des publics associatifs. Les employés du Théâtre National à la billetterie gèrent le système « ticketmatic » pour gérer la billetterie et ainsi avoir plus facilement les contacts des personnes venues. De plus, le théâtre fonctionne avec des tags qui permettent de retrouver dans le système les personnes et groupes facilement.

2.2.2 La communication interpersonnelle : du mail personnalisé au contact direct

Selon les trois médiatrices, la communication interpersonnelle se traduit par des outils comme l'envoi de mails personnalisés et ciblés, contacts par téléphone et liens directs. Yannick Duret utilise par ailleurs WhatsApp afin de gérer différents groupes sur des projets de manière quotidienne. Elle mentionne également la création de sa newsletter qui s'adresse spécifiquement au public associatif et non au public général, ce qui lui permet de se centrer davantage sur son public cible.

« Alors là par exemple, moi maintenant, depuis une petite année maintenant, j'ai fait beaucoup de mailings, mais maintenant j'ai assumé. Il n'y avait pas de newsletter pour le public association. Maintenant j'ai assumé que c'est "Yannick", c'est moi, avant on avait des newsletters un peu globales n'étaient pas très identifiées. J'ai assumé ça et du coup c'est moi qui rédige mes newsletters. » (Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

Cette communication permet de favoriser le lien direct et témoigne d'une volonté de ne pas faire d'économie quand il s'agit de contact humain. De plus, la communication interpersonnelle se manifeste également avec des visites guidées que le Théâtre National met en place, ainsi que le Théâtre des Martyrs pour le public jeune.

2.2.3 Les pratiques de communication remises en question

Nous pouvons mettre en avant la volonté de mettre en place l'écriture inclusive. Cette écriture, qui permet une non-discrimination de lecteur, se voit être une pratique intéressante mais qui soulève de nombreuses questions. Eugénie Malevé définit cette écriture comme une pratique « de bobo » qui peut, dans un sens, empêcher une bonne compréhension pour les publics associatifs. Cela instaure un contraste entre la volonté d'utiliser un outil pour inclure mais qui, dans les faits, crée un frein supplémentaire. Une communication qui se manifeste de manière trop codée peut renforcer la distance culturelle, même avec une intention d'inclusivité. Par ailleurs, l'utilisation des outils comme Canva et Brevo pourrait permettre de produire des communications plus adaptées aux besoins de divers publics.

« Pour moi, l'écriture inclusive, enfin j'écris en écriture inclusive mais je ne suis pas sûre que ce soit compréhensible par les personnes associations qui sont beaucoup moins sensibilisées à cela. C'est quand même un peu un truc de "bobo", l'écriture inclusive enfin tu vois. » (Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

2.2.4 Relais sociaux comme des intermédiaires de confiance

En plus d'utiliser dès lors une communication de type interpersonnelle avec leurs publics, les lieux culturels mettent en avant le travail des relais sociaux dans leurs outils de communication. Pour les partenaires culturels, les relais sociaux sont des contacts directs et des intermédiaires de confiance pour faire circuler l'information entre bénéficiaires et institutions culturelles. Le contact direct avec le public permet alors de transmettre des informations de manière efficace. On considère alors les médiateurs comme des vrais traducteurs qui traduisent l'offre culturelle et la mobilisent en invitant et motivant ses publics. En l'absence de cette médiation humaine, les publics éloignés peineraient à participer à l'offre culturelle rendue invisible par une trop grande quantité d'informations. Pour le 140, les partenaires permettent alors de casser la barrière intimidante, et ce en partie grâce à la mise en place de ces relais.

« Il y a ce lien et le relais social et il s'engage à diffuser l'information à l'équipe avec les publics, et puis à se mobiliser autour de la question, à accompagner les gens, même pour réserver individuellement et quand c'est possible d'organiser des groupes. » (Laurence Adam, directrice Article 27)

2.2.5 Communication Article 27 : du marketing à la circulation d'un droit

Pour Article 27, nous pouvons constater la mise en place d'événements pour créer du lien entre les partenaires culturels et partenaires sociaux tels que « les Rendez-vous de la médiation ». Article 27 dispose également d'outils tels que : un répertoire culturel disponible en ligne avec la liste des partenaires culturels, un agenda en ligne, les réseaux sociaux composés de Facebook, Instagram et TikTok avec des reposts⁶ des partenaires culturels ou encore une newsletter.

⁶ Repost, qui se traduit en anglais par republier et qui veut dire : mettre quelque chose sur un site les réseaux sociaux que quelqu'un d'autre a précédemment posté.

Article 27 dispose, par ailleurs, de relais sociaux qui organisent et développent des projets participatifs pour accompagner le public. Chaque relais social se dirige alors vers les médiateurs de l'Article 27 pour réceptionner les tickets pour son public. Il s'agit alors d'un véritable « travail de fournis », où la communication passe de personnes en personnes pour diffuser des informations. Article 27 se place dès lors hors d'un système de marketing traditionnel qui voudrait vendre un produit, mais bien une circulation d'un message à prendre part et à être conscient d'un droit. Enfin, l'utilisation d'un ticket papier afin de toucher le public est la meilleure manière pour Article 27 de matérialiser son action.

L'utilisation de celui-ci garantit une utilisation facile de la part de ces publics pour leur permettre l'accès à la culture. Grâce à l'utilisation de ces outils spécifiques, Article 27 aide les relais sociaux dans leur accompagnement et communique les informations de manière la plus efficace selon eux.

« Alors, chaque fois qu'on a remis en question ça, on en arrive toujours à ce fameux ticket papier qui est simple à l'usage pour les partenaires culturels, qui est concret pour les partenaires sociaux puisque, ils les ont en main. C'est donné aux personnes et ils les ont en main poche. » (Laurence Adam, directrice Article 27)

Pour conclure cette partie, nous pouvons dire que le numérique reste une solution efficace pour diffuser des informations au grand public. Cependant, l'utilisation de celui-ci ne permet pas de créer un sentiment de confiance au public éloigné de l'offre culturelle. La communication interpersonnelle est donc primordiale et l'écriture inclusive reste quant à elle une interrogation dans son utilisation envers des publics fragilisés. On passe alors d'une communication de flux à une communication d'accompagnement. Cette stratégie peut se manifester par l'usage d'outils au quotidien comme des mails, des appels, mais aussi par des logiciels comme Ticketmatic et Brevo qui permettent d'assurer un suivi avec les associations. Les relais sociaux sont quant à eux considérés comme une véritable stratégie de communication qui repose sur une mission de légitimité. Article 27 de son côté maintient le ticket physique comme outil transitionnel qui permet de matérialiser le droit à la culture. Ce ticket transforme alors une démarche administrative en un acte concret d'achat qui vise à la participation sociale.

2.3 Freins symboliques et habitus : le paradoxe de la visibilité

Dans cette partie de l'analyse, nous allons nous intéresser à l'image des lieux culturels en nous penchant sur le paradoxe de notre problématique de départ. La question qui émane de la problématique est : « Comment mettre en avant et rendre visible un dispositif en évitant la stigmatisation des personnes pouvant en bénéficier ? » Cette analyse repose sur le cœur de ma recherche en se penchant sur les freins qui limitent l'accès à certains publics. Le but est de comprendre d'où viennent ces freins et pourquoi sont-ils présents. En d'autres termes, il s'agit d'explorer les barrières invisibles qui existent malgré l'existence d'un tarif mentionné pour un public éloigné de l'offre culturelle.

2.3.1 Image intimidante de l'institution : entre réputation et barrière symbolique

Le premier frein identifié est celui de l'image des lieux culturels. Nous pouvons dire que nombreux sont ces lieux qui possèdent aujourd'hui la position de « lieu élitiste » ou encore de lieux « intimidants ». Par exemple, le théâtre est souvent considéré comme un espace réservé à ceux qui possèdent les codes culturels préalables. Au Théâtre des Martyrs, Sophie Jaminon mentionne la possible image du Théâtre comme un lieu « élitiste » et une programmation artistique exigeante, ce qui peut potentiellement créer un sentiment intimidant.

« Il y a quand même un côté « grand théâtre » exigeant. On peut être un peu exigeant au niveau des thématiques ... » (Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

Nous voyons ici que la réputation artistique, avec une volonté de mettre en avant la qualité de ses propositions, peut alors créer une sorte de barrière symbolique pour les spectateurs. De son côté, le 140 évoque la possible image « intimidante » de celui-ci, en lien avec son histoire. Yannick Duret, quant à elle, souligne une réalité importante quant à la perception d'un théâtre. Selon elle, l'image « intimidante » et « élitiste » ne figure pas comme une barrière car les publics associatifs n'ont en réalité pas toujours une image de ce qu'est un « théâtre » et ce, par manque de repères.

« Moi ce que je remarque, c'est que je pense que nous on pose sur la maison nationale, une image qu'ils ne savent pas forcément parce qu'ils ne la connaissent déjà pas. Je pense que c'est un présupposé de penser que les gens des publics Article 27 éloignés, empêchés, ont une image du nationale. Je crois qu'ils n'en ont absolument aucune idée de ce que c'est le théâtre. »(Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

La chargée des relations avec le public explique également vouloir utiliser le mot « maison » pour qualifier le Théâtre National et les autres théâtres. Pour elle, ce mot renvoie au mot « famille » ou encore « troupe ». Elle témoigne de son expérience de travail et de sa passion pour son travail pour expliquer cette utilisation. En lien avec cet usage, celle-ci propose des visites guidées du théâtre accompagnées de café et biscuits.

De plus, Eugénie Malevé explique une possible barrière de la langue comme un obstacle important. Cet obstacle traduit une difficulté d'accessibilité, notamment chez les jeunes publics intimidés à l'idée ne pas saisir les codes et pratiques des lieux culturels. Face à ces avis et ces perceptions des lieux culturels, le Théâtre des Martyrs et le 140, cherchent à repenser leur fonctionnement et leur disposition. Tous deux mettent en place des dispositifs d'accueil quand le public est présent pour garantir au mieux l'expérience de chaque spectateur. Le 140 évoque quant à lui, une volonté de transformer le lieu en un véritable « tiers-lieux⁷ » où spectacles, rencontres et engagement citoyen se mélangent.

2.3.2 Paradoxe de la billetterie

Intéressons-nous dès lors aux dispositifs mis en place pour améliorer l'inclusion dans les lieux culturels. Il s'agit dès lors d'approfondir cette tension entre d'un côté la nécessité de rendre un tarif avantageux visible sans pour autant risquer de marquer socialement le visiteur. Plusieurs facteurs permettent d'expliquer cette stigmatisation que les bénéficiaires peuvent ressentir. Au 140, Eugénie Malevé évoque une possible peur que les bénéficiaires peuvent avoir de la part des personnes qui gèrent la billetterie quand ceux-ci déposent leur ticket Article 27. Ce moment peut être vécu comme un moment de stigmatisation de la part des bénéficiaires.

⁷ Le tiers- lieux , terme développé par Ray Oldenburg, est un espace hybride qui a une volonté de mélanger deux ambiances , celle de son domicile et celle de son travail. Il s'agit d'espaces créés dans une volonté de créer du lien, des rencontres autour d'activités diverses.

« C'est quand même, si on réfléchit, peut-être une sorte de stigmatisation, parce que tu dois quand même aller à la billetterie donner ton ticket et on voit que toi t'as un ticket. »
(Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

2.3.3 Le choix du bon vocabulaire : nommer sans réduire

En ce qui concerne la manière de nommer les personnes, de nombreuses questionnements émergent. Nous pouvons souligner le soin apporté à la manière dont les médiateurs s'adressent aux bénéficiaires en passant par les relais sociaux. Sophie Jaminon, du Théâtre des Martyrs, évoque la difficulté d'utiliser le bon terme en s'adressant à ceux-ci afin de réduire l'individu à sa situation sociale ou économique. Le choix des mots s'avère donc déterminant. Yannick Duret s'exprime également en éprouvant une certaine gêne quant au bon mot à utiliser pour s'adresser au public associatif. Elle tente, de son côté, de « lisser » son approche pour ne pas catégoriser les groupes.

2.3.4 L'adaptation d'un théâtre

Au Théâtre National, la médiatrice met en avant l'adaptabilité du théâtre afin de répondre aux besoins spécifiques des associations. Le théâtre se donne alors comme mission d'adapter son espace en dévissant des chaises, retirant des accoudoirs et en aménageant des places pour les personnes en chaise roulante dans le but de diminuer leur stigmatisation. Pour Yannick Duret, c'est au théâtre à devoir s'adapter à un public.

« On a enlevé, il n'y avait pas de place pour trois personnes en chaise, c'est au théâtre à bouger mais ça veut dire qu'on perd des places payantes. Enfin, tu vois ça en fait, accueillir quatre personnes PMR comme j'ai dû le faire cette année, ça a fait bouger la billetterie parce que ce sont des assises qu'on perd. Ça fait bouger du coup la production, ça fait bouger la technique parce qu'ils doivent venir dévisser des sièges. »
(Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

2.3.5 Les nouveaux freins de la communication moderne

Le langage constitue également un obstacle à la volonté d'inclusion dans un lieu culturel. Selon Eugénie Malevé, le langage peut créer des descriptions abstraites de spectacles que le 140 propose. Ce frein rend alors l'offre peu présentable pour les personnes ne possédant pas les codes culturels et le vocabulaire adéquat. Cela contribue à créer un sentiment de non-légitimité de la part de certains publics. De plus, l'utilisation de l'écriture inclusive, bien que l'utilisation de celle-ci soit instaurée dans une dimension d'ouverture, est vue comme un certain décalage culturel entre son utilisation et le public cible. Eugénie Malevé pointe une fracture culturelle et révèle que l'écriture inclusive, bien que cela soit mis en place dans une volonté d'inclure, véhicule une volonté de « donner bien » ou encore « une pratique de bobo ».

« Pour moi, l'écriture inclusive, enfin j'écris en écriture inclusive mais je ne suis pas sûre que ce soit compréhensible par les personnes d'associations qui sont beaucoup moins sensibilisées à cela. C'est quand même un peu un truc de « bobo ». » (Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

Cet exemple illustre qu'une communication trop codée ou trop abstraite aux yeux du public, ne fait qu'accentuer la distance culturelle.

2.3.6 Invisibilité du dispositif Article 27, une communication pour ceux qui cherchent

En ce qui concerne la visibilité du dispositif, les causes sont nombreuses. Certains acteurs mentionnent une communication ciblée et peu marquée en mentionnant une approche non-intuitive. En d'autres termes, le dispositif est jugé visible par les personnes qui ont pris connaissance de son existence, une communication pour « ceux qui cherchent vraiment ». De plus, les sorties prévues avec le dispositif sont généralement prévues en groupe avec plusieurs autres bénéficiaires et ne permettent alors pas de garantir une pleine autonomie. Ces sorties, qu'elles soient collectives ou individuelles, ne représenteraient pas plus de 50 personnes par an pour le Théâtre National, ce qui rend le dispositif peu visible à l'échelle de cette institution.

Yannick Duret évoque aussi le « turnover » des associations qui se manifeste par un renouvellement assez régulier des associations. Ce phénomène, bien qu'il pourrait faire profiter davantage de publics associatifs, empêche alors un lien durable avec l'institution culturelle. Cela rend le dispositif fragile et crée une coupure nette quand le partenariat n'est plus présent, ce qui entraîne l'absence d'un public qui venait peut-être régulièrement dans ce théâtre.

L'autonomie et la fracture numérique constituent également une cause qui limite la visibilité du dispositif. En effet, les sorties individuelles des personnes, utilisant Article 27 restent encore très limitées, contrairement aux sorties en groupe. L'autonomie est alors limitée, ce qui renforce davantage la position de « public fragilisé ». De plus, les réservations en ligne, principale méthode d'accès aux spectacles, restent peu propices à ce genre de publics. Article 27 identifie cela comme un frein majeur dans l'indépendance et l'autonomie.

De manière plus générale et en lien avec l'organisation et les échanges avec Article 27, les médiateurs des deux cultures témoignent d'un manque de structure et d'organisation venant d'Article 27. Sophie Jaminon mentionne une surcharge d'informations dans le livre des portraits fournis par Article 27 en expliquant que la trop grande quantité d'informations pourrait effrayer et décourager les publics. Le positionnement du 140 est également plus ou moins similaire, avec une mise en avant du « tout-public », mais également une invisibilité du système par le manque de connaissance de celui-ci. Eugénie Malevé du 140 explique également un manque de pratiques et d'outils pour mettre en avant le dispositif Article 27. De son côté, Yannick Duret témoigne d'une très grande quantité d'information déjà présente sur les réseaux sociaux en mettant en avant les produits commerciaux du quotidien qui sont promus au détriment de publicités culturelles.

« De toute façon, être visible aujourd'hui dans un réseau, un monde pollué par tout ça, c'est très compliqué. Tu verras toujours plus la nouvelle marque de shampoing que Article 27. Il faut être sur le terrain tout le temps. » (Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

Pour conclure, nous pouvons témoigner que malgré l'effort des institutions à proposer un échange rapide d'un ticket Article 27 contre un ticket de spectateur habituel, le sentiment de non-légitimité peut rester présent lors de la transaction. Le dispositif Article 27 au sein des lieux culturels souffre encore d'un manque de visibilité stratégique.

L'inclusion ne peut donc se justifier via seulement une diminution du prix de base d'un ticket, mais également par la capacité d'une institution culturelle à rassurer son public. Le public, qu'il soit fragilisé ou non, doit pouvoir se sentir légitime de participer à la vie culturelle.

2.4 Médiation pratique et co-construction

Dans cette nouvelle partie, il est intéressant de saisir le concept de médiation et de comprendre comment celui-ci est pratiqué au sein des institutions culturelles. Cette partie permet d'explorer comment les institutions culturelles veulent dépasser la simple représentation de spectacle en lien durable avec le public grâce à la médiation. Le but est de comprendre comment on passe d'une communication « pour » le public à une communication « avec » le public. Cette partie analysera les événements satellites⁸ et comment ceux-ci sont articulés autour des lieux culturels en transformant les spectateurs en véritables acteurs du lieu culturel. Ces événements culturels organisés témoignent d'une volonté de fidéliser par des actions mises en place.

2.4.1 Événements satellites pour désacraliser l'espace culturel

Pour briser les barrières symboliques et faire vivre l'expérience culturelle autrement, les institutions culturelles proposent des événements autour de leurs représentations artistiques. Ces événements permettent de mettre en avant la rencontre entre l'institution et son public.

Du côté du Théâtre des Martyrs, il y a la mise en place d'ateliers (danse, théâtre et écriture), des débats, des « masterclass » mais aussi des « Tartes-café » et « Goûters seniors ». Yannick Duret propose également des “cafés et biscuits” et des visites guidées afin de déconstruire les idées des spectateurs de ce que peut être un théâtre. Nous pouvons constater que ces événements constituent des outils d'inclusion stratégique en fournissant des « clés de compréhension » aux publics. De son côté, le 140 mise sur des événements impliquant les artistes des spectacles afin de rendre plus accessible le lieu. La rencontre « en chair et en os » avec les artistes permet une mise en lien, avant ou après l'expérience culturelle des spectateurs. L'incarnation humaine permet donc de réduire la distance culturelle.

⁸ Il n'existe pas de définition académique établie de ce terme. Selon mon expérience et les dires dans le milieu culturel, un événement satellite est un événement organisé autour des spectacles d'un lieu culturel et qui vient ajouter diverses dimensions telles que la compréhension et l'échange avec le public.

« Il n'y a pas eu trop de débordements et parce que les élèves ont vu la personne qui est en chair et en os sur scène, et cela, on remarque que ça change énormément et il y a le respect et l'écoute des autres. » (Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

L'existence de séances appelées « relax » au Théâtre National constitue aussi une autre manière d'adapter le lieu aux divers publics. Le théâtre organise trois séances par an constituées de codes de salles allégés. La lumière est par exemple tamisée et les bruits et les mouvements durant la représentation sont alors autorisés pour permettre à des publics possédant des besoins spécifiques d'être plus libres dans leur mouvement sans craindre de jugements venant d'autrui.

« C'est se dire que ce samedi-là, à 15h, ce sera une séance relax, et donc on va faire des stimuli visuels lumineux, sonores un peu moins forts. On va permettre aux personnes de peut-être, être en plus petite jauge et donc pouvoir sortir de la salle, revenir dans la salle, faire un peu de bruit et étendre ses jambes. » (Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

Eugénie Malevé, médiatrice du 140, explique aussi la création d'ateliers cabarets en lien direct avec les associations. Elle explique aussi la volonté du 140 de constituer un espace « tiers-lieu » en permettant alors une démythification de l'image du lieu en proposant des ateliers de yoga, de jeux d'échecs, de cuisine. De leur côté, la chargée de projets avec les publics au Théâtre National et la médiatrice du Théâtre des Martyrs emploient toutes deux le terme « maison » pour mentionner leur théâtre comme un lieu calme et sécurisant.

« La cohésion sociale ça marche super bien et les goûters après spectacle pour avoir un moment où aussi les gens se sentent à la maison, au théâtre. Ils peuvent se sentir dans une convivialité, une rencontre avec nous. » (Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

Ces stratégies permettent de désacraliser l'espace culturel en libérant l'espace pour des visiteurs durant la journée. Yannick Duret met en avant la présence du dispositif Pass 1030, qui vise à occuper la même fonction que le dispositif Article 27 mais à l'échelle plus régionale. Son but, avec la collaboration avec l'Article 27 et le Pass 1030, est de rendre le lieu plus accessible.

Tableau 1 . Ensemble des évènements satellites des lieux culturels : Théâtre des Martyrs, Le 140 et le Théâtre National sur base des entretiens

Événements satellites sur base des entretiens réalisés chez les partenaires culturels		
Théâtre des Martyrs	Le 140	Le Théâtre National
• Ateliers thématiques : danse, théâtre et écriture • Masterclass • Tartes - Café • Goûters seniors • Ciné-débats et rencontres	• Ateliers cabarets • Ateliers de yoga • Ateliers d'échecs • Ateliers de cuisine	• Projets au long cours • Journée " Art et Soins" • L'Assemblée du National • Visites guidées • Stage profession acteur/actrice

2.4.2 Co-construction avec le public

Parmi les évènements qui participent à la construction la médiation, on retrouve l'adaptabilité dans la construction d'événements. Sophie Jaminon du Théâtre des Martyrs, évoque le changement de style d'activité auquel elle a un jour dû faire face en fonction des envies de son public. Elle explique alors avoir transformé radicalement un atelier sur le cyberharcèlement en un atelier de danse en lien avec le spectacle « Ces filles-là » d'Evan Placey et France Bastoen. En proposant ce changement, celle-ci s'est adaptée aux réalités et aux envies du public en travaillant avec le public. La médiatrice propose également des animations au sein des associations. La venue de celle-ci au sein des associations permet dès lors de créer une certaine légitimité et une confiance envers ses publics.

« C'est un atelier qui est difficile à promouvoir parce que je pense que ce n'est pas facile de faire danser les ados, qu'ils soient à l'aise, qu'ils soient motivés à venir danser. Finalement, c'est là que j'ai transformé le projet, mais pour le tout public, qui va peut-être plus facilement venir participer à un atelier de danse. Et pour les associations, j'ai plutôt entendu des demandes et ça m'intéresse beaucoup plus quand ce sont des demandes. » (Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

De son côté, le Théâtre National propose plusieurs projets de construction afin d'inclure davantage le public. Le théâtre organise alors divers événements :

- Des projets « au long cours » : projet entre un artiste et un groupe de parents, d'enfants, de seniors, personnes en situation de handicap durant une dizaine de rendez-vous
- L'axe « Arts et Soins » : projet en collaboration avec la Maison Gertrude et l'artiste Mohamed El Khatib en mixant le côté culturel et le secteur de santé
- L'Assemblée du National (ADN) : comité de spectateurs au sein d'un espace de réflexion via des jeux, des ateliers d'écriture et de mouvements
- Des partenariats spécifiques : co-construction de projets en lien avec Article 27 pour répondre aux besoins de publics spécifiques
- Des stages « Profession acteur/actrice » : mise en place de stages pour permettre à des jeunes de découvrir les métiers de la scène.

En lien avec cette volonté de créer avec le public, nous pouvons faire le lien avec la pratique du paternalisme, une pratique que le 140 refuse totalement. Eugénie Malevé explique sa volonté de ne pas proposer des ateliers de « bonnes conduites » et de « comment se tenir dans un lieu culturel ». Elle explique ne pas vouloir cibler des personnes en ce sens, mais bien d'effectuer des rappels à l'ensemble de la salle.

2.4.3 La médiation selon Article 27

Au niveau de l'ASBL, Laurence Adam, directrice d'Article 27, mentionne le principe de « table ronde-carrée » pour faciliter le dialogue et ainsi proposer de manière concrète des pistes de médiation. Le terme « table ronde-carrée » est employé pour définir la méthode de prise de décisions. Le terme « rond » témoigne de la prise en compte de chacun et le terme « carré » fait référence au dogme de la culture considérée par un droit selon Article 27.

« (...) et c'est sous format toujours de table ronde/carrée car chacun à sa voix, sa parole et on va écouter chacun et carrée parce que parfois quand on est au bout des choses, quand on est d'accord avec ces choses ensemble, elles sont carrées et on n'y touche pas. » (Laurence Adam, directrice Article 27)

De plus, Article 27 instaure deux événements primordiaux pour améliorer les liens entre celui-ci, les partenaires culturels et sociaux. Le G27 est un espace de travail afin de réduire les barrières qui existent entre les propositions culturelles et les réalités du terrain. Le « Réseau en action » possède quant à lui, un support papier, une sorte de catalogue qui reprend toute l'offre culturelle et artistique. Ces dispositifs permettent d'être de véritables expériences afin de réduire les barrières grâce à des échanges entre toute la chaîne afin de garantir l'accès à la culture pour tous.

Au final, les événements satellites au sein des lieux culturels témoignent d'une volonté d'adopter une posture conviviale comme un outil d'inclusion stratégique. Ces échanges ont pour but de faire percevoir le lieu chez les visiteurs comme un espace de vie partagé, en mettant en place des moments chaleureux tels que des "café et biscuits" après les visites guidées pour donner une autre image des lieux culturels. En d'autres termes, ces événements permettent, en partie, de donner des « clés de compréhension » aux visiteurs, ce qui renforce leur sentiment de légitimité.

La co-construction et la souplesse dont font preuve les médiatrices constitue des pratiques intéressantes dans l'organisation d'événements. Les institutions culturelles ne se contentent plus seulement de créer pour le public, elles invitent désormais le public à devenir co-créateur d'événements. On passe alors d'un statut de spectateur passif à celui de participant actif en élaborant des événements avec les spectateurs et non exclusivement pour eux. L'efficacité de l'inclusion repose désormais, en partie, sur la multiplication des événements de rencontres et sur la co-construction avec le public.

2.5 Contraintes organisationnelles et éthiques : limites du terrain

Dans cette dernière partie de cette analyse, je vais analyser les contraintes en termes d'organisation et au niveau éthique. Cette analyse va permettre de comprendre les obstacles auxquels les institutions culturelles sont confrontées dans leur mission d'inclusion.

2.5.1 Les limites matérielles

Au cours des entretiens, l'une des raisons les plus citées en termes de contraintes s'explique par un manque de temps, d'énergie et de coordination. Cette contrainte révèle avant tout des limites humaines. Sophie Jaminon témoigne d'un investissement humain conséquent pour trouver et créer du lien avec les associations. Eugénie Malevé regrette, de son côté, un manque de mise en valeur des actions de médiation dans la communication générale de l'institution. Yannick Duret évoque également le turnover associatif, la mobilité constante des partenaires sociaux qui rend la gestion des bénéficiaires pas toujours évidente, ce qui crée alors des bases de données obsolètes. De plus, elle mentionne la gestion complexe des horaires pour faire venir des publics associatifs en lien avec l'emploi du temps de ceux-ci.

« Je me suis battue pour qu'ils y aient des représentations à 15h le mercredi, maintenant, il y en a 4-5 mais quand je suis arrivée, il n'y en avait pas. » (Yannick Duret, Chargée de projets avec les publics au Théâtre National)

En parallèle à ces limites humaines, on retrouve la question de la rentabilité financière. En effet, le ticket Article 27 n'est finalement pas une mise en place jugée « rentable » pour les institutions. Un ticket Article 27 rapporte 6,25 € contre 22 à 24 € pour un ticket standard. Sophie Jaminon précise toutefois que le théâtre n'a pas pour unique but de fonctionner sur base d'une logique économique. « On ne fait pas ça pour l'argent », nous dit Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

Penchons-nous à présent sur ce qu'Eugénie Malevé désigne comme un « embouteillage d'information ». Elle évoque une tension entre la quantité importante d'informations centrées sur le remplissage des salles et celles relatives à la médiation. De son côté, Yannick Duret mentionne l'existence d'un relais de la médiation vers la communication, ce qui, selon elle, crée un manque d'autonomie créative pour ses réalisations et supports de médiation.

Ce manque de visibilité de la médiation s'accompagne également d'un manque de ressources techniques en termes de formations et d'outils. Sophie Jaminon témoigne d'un manque de formations en communication qui limite ses capacités techniques. Elle mentionne également le manque de formations et de temps pour l'utilisation du langage FALC⁹, « Facile À Lire et à Comprendre » malgré le soutien de la direction. Eugénie Malevé, de son côté exprime aussi une volonté de communiquer de manière plus concrète avec l'utilisation de ce langage mais qui est limité par le temps et le manque de formations. La dépendance aux politiques publiques témoigne aussi d'une limitation de manœuvre et de prises de décisions au sein des institutions. Le Théâtre National soulève la question du coût en lien avec une démarche inclusive : remplacer des sièges pour des dimensions plus grande réduit des places « standard » ce qui entraîne un manque à gagner réel.

2.5.2 L'éthique de la médiation : refuser la tokenisation

Un autre obstacle mentionné dans les entretiens est celui d'une limitation à « tokenizer¹⁰ » son public. Sophie Jaminon mentionne ce terme pour évoquer la volonté de certaines personnes à vouloir cocher des cases en travaillant avec des publics divers pour constituer une sorte de palmarès de la diversité. Elle s'exprime en expliquant son refus de vouloir cocher ces cases avec des groupes spécifiques qui viendraient au théâtre. La médiatrice préfère alors prioriser la qualité des liens humains et la dignité humaine plutôt que la quantité des spectateurs venus. De ce fait, le lien humain est mis en avant au détriment des statistiques.

« J'ai entendu le fait de « tokeniser » les groupes, c'est-à-dire de ne pas essayer de cocher les cases, de dire, moi, cette année, je peux cocher que j'ai eu un public en situation de handicap, les prisons, les seniors. Le but est de ne pas être dans un palmarès, mais d'essayer de rester en pré-échange avec les personnes. » (Sophie Jaminon, médiatrice au Théâtre des Martyrs)

Yannick Duret refuse également la pratique de « cocher des cases » pour satisfaire un quota de personnes. Elle refuse également d'attirer des communautés spécifiques en termes d'origines en lien avec un spectacle.

⁹ Le FALC est une méthode de rédaction qui a pour but de rendre l'information accessible à un public large ayant des difficultés à lire et comprendre.

¹⁰ Tokeniser, la tokenisation, au sens sociologique, renvoie à inclure des personnes issues d'une même minorité pour se donner une bonne image

Eugénie Malevé évoque, de son côté, de ne pas vouloir cocher des cases pour réaliser une diversification de façade. Pour elle, la qualité des rencontres humaines prime sur la quantité des associations venues. Bien qu'elle refuse cette catégorisation, celle-ci évoque cependant son devoir de rendre des comptes administratifs sur les provenances géographiques des publics, le nombre de personnes pour ainsi préserver un pourcentage de renouvellement et la pérennité des associations au sein du 140.

2.5.3 Le dilemme de l'entre-soi : mélanger ou séparer les publics ?

Enfin, l'analyse met aussi en avant la question de l'organisation d'espaces spécifiques et sécurisants pour les publics fragilisés. Se pose alors la question de leur intégration au sein du public habituel, ou, au contraire, maintenir l'existence d'un groupe distinct avec ses besoins. Sophie Jaminon mentionne le dilemme de l'entre-soi dans une volonté de mélanger des publics lors d'activités et souligne alors la question de répondre aux besoins pratiques de chacun. Elle explique vouloir mélanger des groupes tout en accompagnant chaque personne et en répondant aux besoins de tous. Cette volonté de mélanger les publics pose la question de l'exclusion d'un certain public par rapport au reste du public. La mission de médiation est donc en tension constante entre d'un côté un accompagnement nécessaire pour chacun et de l'autre la gestion de la fragilité des publics fragilisés.

« Si je vais dans les associations, c'est pour les rencontrer et leur parler du spectacle, mais pas pour leur faire un cours sur comment il faut se tenir. On pourrait dire en début de spectacle qu'il faut éteindre les téléphones, qu'on ne mange pas dans la salle etc mais ça sera un message destiné à toute la salle et pas juste aux associations. » (Eugénie Malevé, médiatrice au 140)

Eugénie Malevé évoque également la difficulté de toucher les jeunes par manque de temps et de structures pour ceux-ci. Elle mentionne la difficulté de les mobiliser, tout en sachant que ceux-ci témoignent possiblement d'un désintérêt pour les lieux culturels par rapport à d'autres loisirs.

2.5.4 Article 27 face à ses propres contraintes

Article 27 rencontre également des obstacles dans son organisation, la principale étant la gestion de l'ensemble de toutes les équipes : médiatrices Article 27, partenaires culturels et partenaires sociaux. Ce véritable travail de coordination entre ces équipes composées de 300 partenaires sociaux et de 22 partenaires culturels. De plus, Laurence Adam témoigne d'un frein dans la gestion du dispositif lié à des limites budgétaires. En effet, les tickets Article 27 sont subsidiés en partie par les pouvoirs publics et leur nombre est limité. Cette limite cause parfois des listes d'attente pour des associations qui aimeraient rentrer dans ce réseau. L'un des autres aspects mis en avant Article 27 est la question de l'anonymat. La question s'est souvent posée au sein du réseau quant à la nomination des tickets.

Concernant le format du ticket, le support papier reste privilégié, malgré les nombreuses avancées technologiques pour ainsi préserver la provenance sociale de l'utilisateur. Le but est de rester accessible à tous peu importe l'origine sociale du spectateur. Le ticket ne doit pas entraîner le sentiment d'appartenir à un sous-public mais bien constituer un levier qui permet à tous de bénéficier de l'offre culturelle.

« Franchement, je trouve qu'il faudrait peut-être qu'on fasse quelque chose parce qu'il y a plein de gens de toutes sortes qui ont utilisé les tickets, il y a des directeurs de théâtre qui ont utilisé les tickets, des travailleurs sociaux, des travailleurs, tout le monde possiblement peu utiliser les tickets...les fractures dans la vie, ça nous pend tous au nez. (...) En fait, on devrait plus travailler sur ça. Soyez décomplexé d'utiliser votre ticket, mais le ticket doit exister ! » (Laurence Adam, directrice Article 27)

Pour conclure, nous pouvons dès lors constater que les médiateurs ont un rôle à jouer pour lutter contre les contraintes organisationnelles et éthiques. L'inclusion est alors possible grâce à une communication et des échanges entre les différents acteurs du parcours du ticket Article 27. Malgré les contraintes humaines et financières, les médiateurs tentent de garantir la qualité de l'expérience culturelle pour tous les publics.

2.6 Les bénéficiaires et le dispositif Article 27

Pour terminer cette partie analyse, je terminerai par l'analyse des ressentis des bénéficiaires qui utilisent le dispositif d'Article 27. Ce dernier public est essentiel à examiner afin d'obtenir une vision globale sur l'ensemble des acteurs impliqués dans l'existence et de l'utilisation de ces tickets. Pour pouvoir récolter ces données, nous avons alors décidé de sélectionner sur le site Article 27, les partenaires culturels pour ainsi les contacter. Dès lors, nous avons reçu la réponse du centre de lien le Babel'zin situé à Auderghem à Bruxelles. L'idée a été de se rendre sur place pour pouvoir interroger le relais social du centre et quelques bénéficiaires. Sur place, l'entretien s'est donc déroulé dans une salle avec le relais social, Alexandra et quatre bénéficiaires.

L'entretien s'est alors déroulé en posant des questions issues de mon guide d'entretien, tout en écoutant et en laissant la parole aux bénéficiaires. Le but était d'être à leur écoute, d'adopter une posture compréhensive tout en cadrant les réponses et questions. Cette approche a alors permis de récolter des données riches et éclairantes pour répondre à ma problématique de départ. En se basant sur les entretiens au Babel'zin nous pouvons dans un premier temps, témoigner d'un ressenti global positif vis-à-vis du dispositif Article 27. Les intervenants ont témoigné d'un sentiment de plaisir, d'enrichissement personnel et culturel, mais aussi de dignité humaine lors de ceux-ci.

2.6.1 Le sentiment de dignité

Tout d'abord, pour le sentiment de légitimité, les bénéficiaires ont mentionné que le ticket Article 27 leur permet d'éprouver un certain sentiment de se sentir comme un spectateur habituel. Ils se disent « se sentir comme des autres personnes » en profitant d'une liberté. De plus, les bénéficiaires éprouvent un sentiment de légitimité en se sentant à leur place et « méritant » l'accès à certaines sorties culturelles. Ces usagers se disent répondre aux demandes et aux conditions pour participer à ces sorties grâce à l'utilisation du ticket Article 27. Cet accès à la culture leur permet également de nourrir leur esprit, leur apporter de la joie et du divertissement mais aussi de constituer un moyen de pouvoir s'exprimer ou encore de créer des discussions avec d'autres personnes.

« Les musées, les cinémas, c'est super. On rencontre plein de gens, j'adore la culture. le théâtre ça nourrit l'esprit et moi j'aime beaucoup ça. » (Bénéficiaire 1)

2.6.2 Accessibilité financière

Ensuite, l'existence du ticket Article 27 au prix de 1,25 € permet aux bénéficiaires de pouvoir jouir de sorties culturelles. Le prix habituel étant jugé prohibitif, les empêche d'en profiter pleinement. De plus, ce prix assez bas permet de pouvoir offrir aux bénéficiaires la possibilité de tester et d'expérimenter une grande quantité d'activités culturelles possibles sans être bloqué par la barrière du prix. Les bénéficiaires ont par exemple pu profiter d'ateliers de danse, de sorties au théâtre et de sorties aux musées.

2.6.3 Les sorties en groupe pour donner du courage

On retrouve également le confort de certains bénéficiaires à participer à des sorties culturelles en groupe. Les sorties du Babel'zin organisées avec Article 27 sont principalement organisées en groupe. Cette organisation leur permet de pouvoir diminuer leur peur et les pousse à franchir les portes d'un lieu qu'ils n'ont souvent pas l'habitude de fréquenter. De plus, les moments après spectacles sont également organisés pour ce public. Au cours des entretiens, les bénéficiaires ont témoigné de leur appréciation quant aux échanges, débats, discussions autour des thématiques en lien avec des spectacles qu'ils voient. L'existence d'un comité culturel au Babel'zin favorise aussi l'implication des membres afin d'organiser les sorties.

2.6.4 La qualité de l'accueil pour se familiariser avec les lieux

En ce qui concerne la qualité de l'accueil dans les lieux culturels et les dispositifs mis en place, les bénéficiaires témoignent d'un très bon accueil de la part des médiateurs culturels. Cet accueil se traduit par des moments de convivialité autour de café ou encore de moments privilégiés avec l'organisation comme des visites des lieux culturels. L'accès privilégié à ce public leur permet de créer des repères et de se familiariser avec le lieu en se sentant à l'aise dans des lieux jugés parfois intimidants. Cet accès est défini par des visites des loges et du lieu de manière générale, ou encore des rencontres avec des artistes.

2.6.5 Les possibles freins

À propos des freins, les codes culturels et la gestion des foules sont les deux points principaux. Du côté des codes culturels, le silence et la non-utilisation de son téléphone ne sont pas des règles instinctives chez les bénéficiaires. Le non-respect de ces règles peut alors entraîner de la gêne ou de l'agacement chez les autres spectateurs. Alexandra, l'animatrice met cependant en avant l'existence des séances « relax » comme de bonnes propositions pour vivre l'expérience sans stress. La présence d'une grande quantité de bénéficiaires au même endroit, impatiente de rentrer, crée aussi chez les bénéficiaires un sentiment de promiscuité et oppressant, nous raconte un bénéficiaire.

« Ce n'est pas qu'on est bien ou mal accueilli, c'est qu'au niveau de l'organisation, il y a beaucoup de monde. Alors on a l'impression qu'on rentre tous en même temps, on dirait qu'on est, je ne sais pas, on va commencer un marathon et tout le monde en même temps arrive. »(Bénéficiaire 3)

L'animatrice du Babel'zin raconte également de mauvaises expériences quant à l'attribution de certaines places pour les bénéficiaires. Certaines places accordées à certaines sorties culturelles pour les tickets Article 27 sont parfois jugées comme moins « belles » et moins « agréables ». Cette mise en place peut créer un sentiment de différence de traitement.

En résumé, les bénéficiaires interrogés et l'animatrice révèlent l'importance d'un dispositif comme Article 27 et définissent son rôle comme un pont vers la culture. Ce réseau permet, selon eux, de pouvoir créer des liens entre des lieux culturels en se familiarisant avec celui-ci. Cela permet également une transmission culturelle qui permet d'éviter une pratique individualiste de la culture.

DISCUSSION

Il convient à présent de résumer les notions du cadre théorique et de les confronter aux réalités du terrain issues du réseau d'acteurs faisant partie de la chaîne Article 27. Au travers de ces deux types de données que sont les notions théoriques et les résultats, je vais tenter d'apporter des éclairages dans le but de répondre à ma problématique de départ : « Quels freins communicationnels limitent la visibilité des dispositifs d'inclusion comme Article 27 dans des théâtres à Bruxelles, et comment ces freins se manifestent-ils ? »

Au sein de ce travail de recherche, j'ai pu observer que les métiers liés à la communication et les métiers de la médiation sont intrinsèquement liés. Les objectifs poursuivis par la médiation dans la création de liens avec les publics doivent être communiqués et promus par la communication. Au-delà de la création de liens, elle doit pouvoir communiquer et valoriser ses événements. Ainsi la communication et la médiation sont vouées à collaborer, ce qui entraîne une nouvelle posture, celle de « médiateur-communicant ».

Bien plus qu'un simple ticket, le ticket Article 27 est un outil pertinent pour l'accompagnement des publics fragilisés. Celui-ci permet de diminuer les barrières symboliques, économiques et sociales vraisemblablement présentes quand nous nous trouvons face à une institution culturelle. Grâce à mon travail de recherche, j'ai pu saisir et constater que l'aspect économique ne constitue pas l'exclusif frein à l'inclusivité pour les personnes bénéficiaires. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, la mise en place du ticket Article 27 au prix de 1,25 € est une bonne manière pour diminuer les freins liés à l'inclusion, mais reste inhérente au travail de médiation humaine. La communication se joue donc dans une optique plus d'accompagnement que dans un mouvement de flux. Le ticket démontre également que la matérialité de celui-ci, par son format papier, est capable de réduire l'exclusion.

Cette recherche constitue par ailleurs un ancrage intéressant dans le champ des institutions culturelles. Mon statut de stagiaire en relations publiques et communication ainsi que celui de chercheuse me permettent d'analyser de l'intérieur les obstacles réels au sein d'une organisation culturelle. En occupant la posture de chercheuse située, j'ai pu assimiler les réalités du terrain culturel pour ensuite cerner l'articulation entre celui-ci et son public.

Nous allons à présent prendre appui sur les données récoltées qui peuvent apporter de nouveaux éclairages pour diminuer les freins liés à la visibilité des dispositifs d'inclusion. Ma recherche permet alors d'apporter des pistes d'actions nouvelles sur les pratiques communicationnelles des lieux culturels ainsi que des outils opérationnels pour la gestion des publics.

Au cœur des pratiques des médiateurs, la communication de type interpersonnel se trouve être un dispositif intéressant qui n'est pas vu comme un simple outil. Cette communication mélange l'écoute active et les compétences relationnelles afin de créer un lien avec le public, dans une volonté de créer un sentiment de légitimité. De manière plus concrète, cette communication se base sur la présence de relais et de travailleurs sociaux ainsi que l'utilisation des canaux directs tels que le téléphone, les mails personnalisés et les rencontres physiques. Dans un monde où le numérique occupe une grande place dans les pratiques de communication, l'heure est ici à la communication basée sur le lien réel, au détriment de l'utilisation des réseaux sociaux qui constitue un frein pour ces publics fragilisés. La communication interpersonnelle constitue par conséquent, un levier important de fidélisation.

S'ajoute à cela, la mise en place d'événements satellites qui étayent également le fait que l'inclusion ne se manifeste pas seulement durant les spectacles mais aussi durant des événements organisés autour de ceux-ci. C'est à travers ces moments de convivialité tels que des moments café et biscuits, et visites guidées que les publics modifient leurs perceptions d'un théâtre en un espace plus convivial et inclusif. Autrement dit, ces événements amènent à repenser la nature d'un lieu culturel comme une maison ou encore un tiers-lieu invitant le vivre ensemble au quotidien.

Le défi majeur de ces dispositifs d'inclusion est de pouvoir mettre en avant celui-ci aux travers de la communication sans pour autant créer un phénomène de stigmatisation pour un public déjà fragilisé. Comment rendre le dispositif Article 27 visible sans pour autant causer un phénomène de stigmatisation, notamment lors du passage à la billetterie ? Grâce aux résultats récoltés, notre analyse a décelé que l'anonymisation et l'autonomie des bénéficiaires permettent de garder leur légitimité.

Du point de vue de Serge Paugam, l'exclusion ne se réduit pas exclusivement par un manque de revenus mais également par la dimension symbolique. Il explique que la dimension symbolique se traduit par un sentiment de stigmatisation qu'éprouve un individu face à un dispositif qui est censé l'aider. Pour combler ce sentiment, Article 27 met en place la « théorie du contact » qui vise alors à déconstruire cette catégorisation entre les groupes, en lien avec l'endogroupe et l'exogroupe. Le but étant de briser ces barrières symboliques pour que des bénéficiaires se sentent comme des spectateurs « normaux ». Nous pouvons dès lors constater que pour lever les freins symboliques, la communication doit passer par une phase de mise en confiance et en lien avec le public. La communication ne doit plus se limiter à proposer un ticket, mais bien garantir davantage la présence et le lien avec l'institution.

Enfin, les partenaires culturels ont témoigné d'un refus de catégoriser les bénéficiaires pour éviter le phénomène de « tokenisation ». Cette attention portée par les médiateurs est soulignée afin d'éviter toute diversité qui ne serait qu'une diversité purement superficielle qui pourrait être perçue comme une forme de vitrine de bonne conduite et de bonne conscience.

Au regard du concept de l'Habitus de Bourdieu, le théâtre peut être perçu comme un lieu élitiste et intimidant. Celui-ci mentionne le sentiment qu'un individu peut développer ou pas en lien au sentiment d'appartenance à un lieu. Cela explique cette image assez élitiste que certaines personnes détiennent vis-à-vis du théâtre. Ainsi, certes le ticket permet de pouvoir accéder et de pouvoir profiter du lieu en réduisant son coût d'entrée mais cela ne constitue pas un accès direct au capital culturel. La médiation constitue dès lors un levier afin de rompre avec cet habitus. Article 27 détient avant tout une posture de plaidoyer afin de garantir le droit à la culture pour tous. Le médiateur, alors devenu un facilitateur d'accès, permet d'inclure davantage les publics fragilisés. La médiation pousse alors les participants à s'engager davantage dans le théâtre, favorisant une possible appropriation du théâtre.

La tension entre démocratisation et démocratie culturelle est également un point intéressant pour la transition entre la méthode du « faire pour le public » à la méthode de créer « avec le public » développée par Charlebois. La co-construction d'événements au sein des institutions culturelles afin de s'adapter aux demandes d'un public est une méthode intéressante pour répondre à cette demande. La temporalité mentionnée par Shiraz Minassian aborde la communication numérique et sa place dans une temporalité de type court, avec le « faire venir ».

A l'inverse, le rôle et la fonction des relais sociaux permettent de créer une stratégie reposant sur le contact direct et dans la création d'un lien à long terme. L'isomorphisme institutionnel énoncé par DiMaggio et Powell a dès lors permis de pouvoir analyser des lieux culturels mais avec des pratiques intrinsèques différentes. Le Théâtre National, le 140 et le Théâtre des Martyrs possèdent tous trois une structure de médiation similaire mais fonctionnant différemment.

Un dernier aspect que je voudrais aborder est celui de l'inclusion externe et interne de Marion Young. Ces deux types d'inclusion coexistent au sein des institutions théâtrales. Au cours de mes recherches, j'ai pu apercevoir que l'inclusion externe, qui se traduit par le sentiment d'être présent dans la salle, est acquise par la possession du ticket Article 27. En revanche, l'inclusion interne, qui se manifeste par le sentiment d'être entendu et écouté, est conditionnée par l'accueil et les dispositifs de médiation mis en place par le théâtre. Afin d'approfondir cette analyse, j'ai alors recueilli des témoignages de bénéficiaires, lesquels ont mis en avant le sentiment de similarité avec le tout public et la volonté de se nourrir l'esprit en allant au théâtre. L'accès à la culture est ainsi un droit fondamental qui permet d'élever l'individu au-delà de sa condition sociale. Cette partie permet de mettre en avant la chaîne humaine plutôt que l'utilisation d'outils technologiques.

En recueillant les perspectives de l'ensemble des acteurs de la chaîne Article 27, j'ai pu identifier les véritables obstacles, qu'ils soient visibles ou non, qui freinent l'inclusion d'un large public bénéficiant de l'Article 27.

CONCLUSION

Nous voici arrivés à la fin de ce travail de recherche pour finalement constater qu'il existe de multiples réponses à ma problématique. Les freins communicationnels qui, alors, limitent la visibilité d'inclusion dans des théâtres peuvent apparaître sous différentes formes. Premièrement, le théâtre possède une image intimidante, ce qui peut empêcher un public de participer à la vie culturelle et d'avoir les clefs des codes culturels. Cela entraîne ainsi une non-légitimité des bénéficiaires Article 27 à l'égard des institutions culturelles et de leur vie culturelle.

De plus, l'hybridation des métiers de communication et de médiation crée des embouteillages d'informations à cause des différents supports existants. À cette première contrainte, s'ajoute la fracture numérique qui empêche alors l'autonomie des bénéficiaires. Le langage et les supports de communication ne sont également pas toujours adaptés aux pratiques et aux besoins des bénéficiaires. L'écriture inclusive est par exemple un frein à la lecture, tandis que les formations de type FALC, Facile À Lire et à Comprendre, manquent dans la profession des médiateurs. Au sujet du manque de visibilité du dispositif Article 27, ce dernier s'adresse à un public qui connaît déjà son existence et qui fait partie de son réseau. Le nombre de tickets est également limité au sein des partenaires sociaux et partenaires culturels. En ce qui concerne la stigmatisation, celle-ci ne se manifeste, selon les entretiens, qu'au moment de l'échange de ticket Article 27 pour un ticket standard à la billetterie.

Le manque de moyens tels que le temps, l'énergie et les moyens financiers constituent des limites dans les théâtres afin de promouvoir davantage l'inclusion. Les médiateurs admettent que leurs actions de médiation restent trop souvent dans l'ombre, aux dépens d'actions de marketing qui visent à remplir des salles pour pouvoir faire du chiffre. La médiation étant bien évidemment une pratique basée sur le qualitatif plutôt que sur du quantitatif.

En termes de limites de ce travail de recherche, nous pouvons en mentionner quatre de différents types : méthodologiques, matérielles, techniques et éthiques.

Les limites méthodologiques sont liées à ma position de chercheuse située liée à mon immersion en tant que stagiaire au Théâtre des Martyrs. Cette posture m'a permis d'accéder à mon terrain d'étude, mais génère un danger lié aux biais de familiarité. Les limites matérielles et humaines se traduisent par un manque de temps, d'énergie et de coordination au sein des équipes de lieux culturels. Le ticket Article 27 est également un type de ticket qui ne constitue pas une grande rentabilité pour les institutions. Les limites de types techniques se manifestent via un manque de formation adaptée et spécialisée pour les médiateurs afin que ceux-ci puissent améliorer leur communication et leur manière d'interpréter les informations pour ainsi les rendre compréhensibles au public. Les limites éthiques, quant à elles, résonnent avec le danger de la « tokenisation ». Les médiateurs témoignent d'une peur de tomber dans la catégorisation afin d'englober une importante diversité des publics.

Pour clore ce mémoire, je souhaite proposer quelques pistes d'ouverture en vue de proposer un renouvellement dans les pratiques de médiations au sein des lieux culturels à Bruxelles. L'objectif est d'inclure un public toujours plus large, désireux de découvrir et enrichir sa vie culturelle. Cette recherche met en lumière que le travail de médiateur pourrait être agrémenté de formations ou de collaborations plus fortes avec le métier de la communication. Les théâtres ne sont plus seulement vus comme un lieu exclusivement de propositions culturelles, mais bien des lieux accessibles pour tous. Il serait également pertinent d'envisager une possible numérisation du ticket tout en gardant l'anonymat à n'importe quel moment du cheminement du parcours du ticket Article 27.

Enfin, une uniformisation des pratiques de médiations et un renforcement des relations entre les théâtres partenaires du dispositif Article 27 peuvent constituer une piste de réflexion et de développement non négligeable. Ces collaborations pourraient aider à la mise en valeur des récits de vie de chaque bénéficiaire. Elles pourraient également permettre de proposer des activités diverses et pensées selon une méthode commune à tous les théâtres possédant le lien avec Article 27. Le but serait alors de faciliter et donner cette envie de découvrir la culture qui n'attend qu'eux.

BIBLIOGRAPHIE

Articles de revues scientifiques

- Baetens, J. (2009). Une nouvelle définition de la « culture ». *Recherches en communication*. <https://ojs.uclouvain.be/index.php/rec/article/view/51313/49513>
- Boyer-Labrousche, A. (2017). Les arts vivants. Dans *Pratiquer l'art-thérapie* (p.102-...). <https://shs.cairn.info/pratiquer-l-art-therapie--9782100760930-page-102?lang=fr>
- Brunel, P. (2012). Démocratisation de la culture. *Études*, 416(5), 617-... <https://shs.cairn.info/revue-etudes-2012-5-page-617?lang=fr>
- Cabin, P. (2008). « La Distinction ». Critique social du jugement. Dans *Pierre Bourdieu* (p. 36- ...). Sciences Humaines. https://shs.cairn.info/pierre-bourdieu--9782912601780-page-36?site_lang=fr
- Caune, J. (2018). La médiation culturelle : notion mana ou nouveau paradigme ?. *L'Observatoire*, 51(1), 9-... <https://shs.cairn.info/revue-l-observatoire-2018-1-page-9?lang=fr&ref=doi>
- Charlebois, J-B. (s. d.). Animation, démocratie culturelle et approfondissement de la démocratie : les apports de la philosophie politique d'Iris Marion Young. OpenEdition Books. <https://books.openedition.org/cse/303>
- Clerc, F. (2016). Introduction - Théâtres, institutions, querelles : Remarques sur quelques enjeux de l'histoire des pratiques artistiques. *Société d'Histoire du Théâtre*. <https://sht.asso.fr/introduction-theatres-institutions-querelles-remarques-sur-quelques-enjeux-de-lhistoire-des-pratiques-artistiques/>
- Desouches, O. (2014). La culture : un bilan sociologique. *Idées économiques et sociales*, 175(1), 53-60. <https://shs.cairn.info/revue-idees-economiques-et-sociales-2014-1-page-53?lang=fr&ref=doi>
- Gaboriau, P. (2006). Bernard Lahire, La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi. *L'Homme*, 177-178, 505-... <https://shs.cairn.info/revue-l-homme-2006-1-page-505s>
- Hayer, D. (2012). La culture : des questions essentielles. *Humanisme*, 296(2), 85-88. <https://shs.cairn.info/revue-humanisme-2012-2-page-85?lang=fr&ref=doi>
- Huault, I. (2017). XI. Paul DiMaggio et Walter W.Powell – Des organisations en quête de légitimité. Dans *Les Grands Auteurs en Management* (P.166-...). EMS

Editions.https://shs.cairn.info/article/EMS_CHARR_2017_01_0166?tab=premiere-s-lignes

- Jutant, C. (2015). Interroger la relation entre public, institutions culturelles et numérique. *La lettre de l'OCIM*, 157. OpenEdition Journals.
<https://journals.openedition.org/ocim/1578>
- Pagès, D. (2019-2020). La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ?. *Quaderni*, 100.
<https://journals.openedition.org/quaderni/1562>
- Paugam, S. (1997). L'exclusion. *Sociétés et Représentations*, 5(2), 129-
...<https://shs.cairn.info/revue-societes-et-representations-1997-2-page-129?lang=fr>
- Riutort, P. (2013). La culture : comprendre ce qui nous fait agir. Dans *Premières leçons de sociologie* (p. 51-62). Presses Universitaires de France.
<https://shs.cairn.info/premieres-lecons-de-sociologie--9782130620396-page-51?lang=fr>
- Schininà, G. (s. d.). Nous voici- le théâtre social et quelques questions ouvertes sur ses développements. *Organisation internationale pour les migrations*.
https://www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/mhpss/annex-fr/14nous_voici_-_le_theatre_social_et_quelques_questions_ouvertes_sur_ses_developpements.pdf
- Viala, A., et Mesguich, D. (2018). Des institutions et des valeurs. Dans *Le théâtre* (Que sais-je ?, p.108-118). Presses Universitaires de France.
<https://shs.cairn.info/le-theatre--9782130803942-page-108>

Chapitres d'ouvrages

- Aïm, O., et Billiet, S. (2020). La communication institutionnelle. Dans *Communication* (p. 224-...). https://shs.cairn.info/communication--9782100805570-page-224?site_lang=fr
- Campenhoudt, L., Marquet, J., Quivy, R. (2017). Quatrième étape- la construction du modèle d'analyse. Dans *Manuel de recherche en sciences sociales* (p. 151-...).
<https://shs.cairn.info/manuel-de-recherche-en-sciences-sociales--9782100765416-page-151>
- Tétreault, S. (2014). Observation participante. Guide pratique de recherche en réadaptation (p. 317-325). <https://stm.cairn.info/guide-pratique-de-recherche-en-readaptation--9782353272679-page-317?lang=fr>

Mémoires et thèses

- Minassian, S. (2022). *La communication culturelle et la médiation culturelle sur les espaces numériques : un changement de paradigme professionnel et sémiologique*. [Mémoire de master, Sciences de l'information et de la communication]. https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04023363/file/MINASSIAN%20Shiraz_DUMAS.pdf

Articles de journaux en ligne

- Makereel, C. (2025,15 avril). Sarah Siré nommée à la direction du Théâtre des Martyrs. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/669218/article/2025-04-15/sarah-sire-nommee-la-direction-du-theatre-des-martyrs>

Articles de sites web

- Culture et Démocratie. (2025). *Démocratie, peau de chagrin culturelle*. <https://www.cultureetdemocratie.be/articles/democratie-peau-de-chagrin-culturelle/>
- Guilbert, C. (2025). *Qu'est-ce que la communication institutionnelle ?*. Eudonet. <https://www.eudonet.com/fr/ressources/blog/communication-institutionnelle-et-numerique/>
- Joffredo, L. (s. d.). La révolution de la presse populaire. *BnF essentiels*. <https://essentiels.bnf.fr/fr/societe/medias/b301c6f3-73f9-4882-81c8-5b81d897a876-gazette-internet/article/aac922db-7d9f-484f-85f3-cf0d7cc80117-revolution-la-presse-populaire>
- Roland, A. (2019). *Le numérique a-t-il tué la médiation physique ?*. Correspondances digitales. Meduim. <https://medium.com/correspondances-digitales/le-numerique-a-t-il-tue-la-mediation-physique-50d4349d42b7>

Sites web institutionnels et organisationnels

- Article 27. (s. d.). *Memento*. <https://bruxelles.article27.be/Memento>
- Article 27. (s. d.). *Site officiel d'Article 27*. <https://article27.be>
- Article 27. (s. d.). *Retour sur 2025*. <https://bruxelles.article27.be/Retour-sur-2025>
- Article 27. (2025). #Réseau en action#septembre 2025.
<https://bruxelles.article27.be/Principe-du-Reseau-en-Action-R-A>
- Centrale for Contemporary Art. (2026). *Fermeture définitive de la Centrale (2006-2026)*. <https://centrale.brussels/fermeture-definitive-de-la-centrale-2006-2026/>
- Fédération Wallonie-Bruxelles. (s. d.). *Création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles*. Culture. <https://creationartistique.cfwb.be>
- Théâtre des Martyrs. (s.d.). *Archives*. <https://theatre-martyrs.be/saison-2024-25/>
- Théâtre des Martyrs. (s. d.). *Le Théâtre des Martyrs, bref historique*.
<https://theatre-martyrs.be/le-theatre-des-martyrs-bref-historique/>
- Théâtre des Martyrs. (s. d.). *Les associations*. <https://theatre-martyrs.be/les-publics/#quatre>
- Théâtre des Martyrs. (s. d.). *Rendez-vous bleus*. <https://theatre-martyrs.be/les-publics/#quatre>
- Théâtre des Martyrs. (2025). *Ces filles-là*. <https://theatre-martyrs.be/spectacles/25-26-ces-filles-la/>
- Théâtre des Martyrs. (2025). *Vis-à-vis : Déconstruire les idées reçues sur le (cyber)harcèlement*. <https://theatre-martyrs.be/evenement/vis-a-vis-deconstruire-les-idees-recues-sur-le-cyberharcèlement/>
- UNESCO. (s. d.). *Arts du spectacle (comme la musique, la danse et le théâtre traditionnels)*. Patrimoine culturel immatériel. <https://ich.unesco.org/fr/arts-du-spectacle-00054>
- UNESCO. (s. d.). *Le secteur de la culture*.
<https://www.unesco.org/fr/culture/about>

Brochures et documents organisationnels

- Article 27. (2025). *Cultivons l'inclusion : diversité dans les salles* [Brochure].

Encyclopédies et wikis

- Wikipédia. (s. d.). *Théâtre des Martyrs*.
https://fr.wikipedia.org/wiki/Théâtre_des_Martyrs

Sources normes APA bibliographie

Mes sources ont été créées sur base des normes de l'APA, 7^e édition des Bibliothèques de l'Université de Montréal.

ANNEXES

Liste des figures et tableau

Figure 1. Parcours du ticket Article 27 à Bruxelles (Source : Article 27, 2025)

Figure 2. Parcours du ticket Article 27 à Bruxelles (Source : Article 27, 2026)

Figure 3. Comment utiliser les tickets Article 27 ? (Source : Article 27, 2025)

Tableau 1. Ensemble des événements satellites des lieux culturels : Théâtre des Martyrs, Le 140 et le Théâtre National sur base des entretiens

Guide d'entretien

Introduction

- Présentation du sujet : les freins communicationnels qui la visibilité de l'Article 27.

1. Rôle et identité théâtrale

- Décrivez vos missions de médiation ?
- Comment se traduit concrètement la collaboration avec l'Article 27 ?
- Selon vous, quelle image le théâtre renvoie-t-il à ces publics ?

2. Publics, canaux et relais de communication

- Quels profils Article 27 rencontrez-vous le plus ?
- Utilisez-vous des outils spécifiques (newsletters dédiées, réseaux sociaux, flyers) ?
- Quelle est l'importance des relais sociaux dans la circulation de votre information ?

3. Freins communicationnels et risques symboliques

- Selon vous, le théâtre est-il encore vu et perçu comme un lieu « intimidant » ou « élitiste » ?
- Pourquoi, selon vous, le dispositif Article 27 reste-t-il parfois "invisible" ou peu connu au sein même de l'offre théâtrale ?
- Dans vos supports, comment communiquez-vous sur l'inclusion sans "marquer" socialement le public ?

4. Médiation, événements satellites et inclusion

- Mettez-vous en place des ateliers ou des rencontres pour « préparer » la venue au théâtre ?
- Les publics Article 27 participent-ils aux bords de scène ou aux autres ateliers ?
- Avez-vous remarqué une évolution dans la confiance ou la fidélité des publics grâce à ces dispositifs de communication ?

5. Limites, organisation et perspectives

- Manquez-vous de temps ou de moyens financiers pour développer une communication plus inclusive ?
- Si vous aviez carte blanche, quelle innovation communicationnelle mettriez-vous en place pour rendre l'Article 27 plus visible ?
- Comment éviter de tomber dans une communication (en lien avec *tokenisation*) où l'on cherche juste à "cocher les cases" de la diversité ?

Annexes supplémentaires

Deux documents supplémentaires sont joints en annexe à ce mémoire. L'Annexe 1 comprend ma grille d'analyse ayant servi au codage de mes données, ainsi que ma déclaration sur l'honneur concernant l'utilisation de l'intelligence artificielle. L'Annexe 2 présente la retranscription intégrale de mes entretiens.

Déclaration sur l'honneur

Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel, que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance, et que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle est conforme aux consignes d'utilisation publiées par la Faculté ESPO et disponible à cette adresse :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/facultes/espo/intelligence-artificielle-consignes-d-utilisation-pour-les-etudiant-es.html>

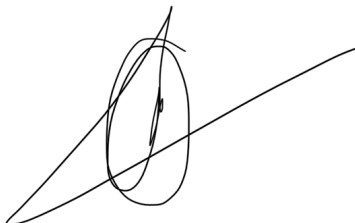
Je suis conscient·e que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement, de ne pas annoncer dans une partie spécifique en début du mémoire l'utilisation que j'ai faite des outils d'intelligence artificielle ou de les utiliser de manière contraire à ce qui est prévu dans la note facultaire constituent des irrégularités graves au regard du *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* (Chapitre 4, section 7, article 107 à 114) au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude et de n'avoir pas utilisé les outils d'intelligences artificielles en dehors de ce qui est accepté à l'UCLouvain.

Nom, Prénom : Gleton , Alice

Date : 28 mai 2026

Signature de l'étudiant·e :

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' followed by a long horizontal stroke.

Dans un contexte où le secteur culturel connaît des difficultés, l'accessibilité de tous à l'offre culturelle est désormais un enjeu important pour préserver nos institutions culturelles. Ce mémoire a pour but d'analyser les freins communicationnels qui limitent la visibilité des dispositifs d'inclusion culturelle au sein des théâtres de la région bruxelloise.

Le dispositif d'inclusion culturelle choisi pour cette recherche est celui d'Article 27 avec ses tickets au prix d' 1,25 €. En tant qu'acteurs essentiels de ce parcours du ticket Article 27, trois théâtres sont mis en lumière : le Théâtre des Martyrs, lieu de mon stage, le 140 et le Théâtre National. S'ajoute à ces partenaires culturels, la directrice du réseau Article 27 ainsi que les partenaires sociaux, membres du Babel'zin. Ce travail s'inscrit à la fois dans une méthodologie qualitative, une posture de chercheuse située avec une intention ethnographique.

Cette recherche tente d'identifier et de comprendre les obstacles qu'ils soient matériels, symboliques ou encore linguistiques au processus d'inclusion. Les résultats obtenus permettent de mettre en lumière l'hybridation des métiers de communicants et de médiateurs mais aussi de proposer des pistes pour une communication avec le public et non pour le public.

Mots-clés : Inclusion, accessibilité, Article 27, théâtre, institutions culturelles, communication interpersonnelle