La communication de l'entreprise cirque

Hugues Hotier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1631>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1631

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1993

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Hugues Hotier, « La communication de l'entreprise cirque », *Communication et organisation* [En ligne], 3 | 1993, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1631> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1631

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

La communication de l'entreprise cirque

Hugues Hotier

- 1 Pour la plupart des gens, le cirque est d'abord un spectacle, donné dans un lieu particulier, le chapiteau, installé provisoirement sur une place publique et qui se fonde sur l'extraordinaire et l'hyperbolique.
- 2 Pour les organismes de sécurité sociale ou de collecte fiscale, c'est une entreprise comme les autres, inscrite au registre du commerce et astreinte aux mêmes obligations légales qu'une fabrique de produits alimentaires ou une société d'assurances.
- 3 Pour le sociologue des organisations, l'entreprise cirque présente toutefois un certain nombre de particularités qui la distinguent et qui ressortissent à la fois à l'origine de ses acteurs, à la précarité du lien qui unit employeur et employés, à la nature de la prestation que ceux-ci fournissent à celui-là moyennant un cachet que l'on répugne à appeler salaire et, plus généralement, aux modes de vie. Ces particularismes ont un effet déterminant sur les formes de la communication, sociale et professionnelle, en usage au cirque.
- 4 Laissant délibérément de côté la communication de l'artiste avec son public qui est d'une nature particulière, et à laquelle nous envisageons de consacrer un nouvel ouvrage¹ tant elle est riche et originale, nous nous proposons d'examiner les spécificités de la communication sociale et professionnelle de l'entreprise cirque en relation avec les particularismes évoqués ci-dessus.

Une longue histoire et le produit d'une société

- 5 Le cirque naquit un jour de l'uniforme ôté. C'est parce qu'il était privé de guerres, donc de travail, que le sergent-major Philip Astley eut l'idée de présenter, dans une piste ronde comme celle du manège, des exhibitions d'équitation. Londonien, c'est à Londres, en 1770, qu'il installa son arène de bois à ciel ouvert avant de s'offrir, neuf ans plus tard, le luxe d'un amphithéâtre couvert qu'il dénomma Astle's Royal Amphithéâtre of Arts. Il ne tarda d'ailleurs pas à traverser la Manche et à installer à Paris un second amphithéâtre.

- 6 Est-il besoin de préciser que la naissance du cirque moderne n'a pas été une génération spontanée et que les précurseurs sont nombreux. Dès 1755, à Vienne, le Français Defraine donnait des spectacles de vènerie dans un amphithéâtre à ciel ouvert. L'originalité d'Astley résida dans la composition de son programme. S'il est vrai que le cheval en était la vedette, le spectacle présentait aussi une troupe de danseurs de corde et de sauteurs, des acrobates, des « grotesques à cheval », ancêtres de nos clowns modernes, et, très vite, des chiens. C'est ce qui nous autorise à revendiquer pour Astley la paternité du cirque moderne.
- 7 Parler de cirque moderne c'est évoquer le cirque de l'antiquité. Point n'est besoin d'une longue démonstration pour affirmer que, hormis l'espace circulaire, le cirque d'Astley et de ses successeurs n'a pas grand chose de commun avec les cruautés du cirque romain et de ses veinassions. Chez Astley l'homme et l'animal sont en duo, pas en duel. Et l'historien aurait quelque difficulté à faire le lien, du point de vue qui nous intéresse, entre la fin de l'empire romain, au ive siècle, et le développement du cirque en Europe dans le dernier quart du XVIII^e. Il est vrai qu'on trouve chez les Egyptiens, les Grecs et les Romains, des traces des métiers du cirque. Des poteries peintes nous permettent de constater que le jongleur et le danseur de corde exerçaient déjà leurs talents pour le plaisir des pharaons². Mais l'indication porte sur la spécialité artistique plutôt que sur l'entreprise de spectacle. Ainsi en est-il aussi des bateleurs³ qui, dès le Moyen-Age, exhibaient leurs talents sur les places et dans les foires, les badauds formant cercle autour d'eux. Par la nature de leurs exhibitions et la circularité de l'enceinte humaine, ils annoncent le cirque moderne mais ils n'en sont que des éléments que le génie de l'inventeur rassemblera en un tout cohérent : le spectacle de cirque.
- 8 Comme l'a fort justement souligné Roland Auguet⁴, le cirque, spectacle essentiellement équestre, est né à point nommé dans une société qui l'attendait : la société du cheval. Un mode d'expression artistique fondé sur le cheval devait inévitablement aller à la rencontre de l'aristocratie dont elle était l'emblème. Et aussi de la bourgeoisie qui piaffait d'impatience à la porte de ses écuries. Riche, détenant le pouvoir réel depuis que les affaires l'emportaient sur la naissance, la bourgeoisie enrageait de n'être pas reconnue. Moqués par les artistes, méprisés par les aristocrates, les bourgeois, faute de pouvoir jouir de la réalité profonde, s'en approprièrent les signes. Des deux emblèmes de la classe sociale enviée, la particule et le cheval, le second était le plus facile à acquérir avec de l'argent. C'est ainsi que le cirque devint le lieu de rencontre de l'aristocratie qui ne le prend pas trop au sérieux mais s'y admire comme dans un miroir et de la bourgeoisie qui tente de se mêler à elle dans les lieux où l'on exhibe son mode de vie. Parlant du jeune bourgeois du début du XIX^e siècle, Auguet écrit :
- 9 « Pour lui, l'équitation constitue plus qu'un sport ou un spectacle, il est un signe d'appartenance sociale : s'en approprier les prestiges, cela revient à s'identifier à l'ancienne classe dominante ou, plus bêtement, à « être homme du monde ». C'est par la splendeur de leurs équipages et la qualité de leurs chevaux que les jeunes bourgeois parvenus, dans Balzac, cherchent d'abord à s'acquérir un prestige parisien. »⁵
- 10 Spectacle aristocratique, spectacle bourgeois... la fréquentation du cirque a d'abord été un signum social, un signe de classe. Il fallut attendre 1850 pour qu'un directeur, Dejean, offrit des « populaires », des places de moindre qualité à tarif réduit. Et, aujourd'hui encore, la répartition des spectateurs dans les loges, chaises, gradins de face et gradins de côté est une assez intéressante représentation de la hiérarchie sociale.⁶

- 11 De nos jours, le cirque est assez florissant en Allemagne où les directeurs ont su, explicitement ou implicitement, se mettre d'accord pour diversifier leurs programmes, évitant ainsi de se concurrencer, adopter des styles différents et gérer leurs tournées afin d'éviter les montages et démontages fréquents préjudiciables à la qualité du spectacle. Il se porte assez bien dans les pays du sud et de l'est de l'Europe ainsi que dans les pays scandinaves. Il est en situation difficile en Grande Bretagne et en France. D'une enquête menée en 1989 par le ministère de la culture il ressort que 9 % des Français déclarent avoir assisté à une représentation de cirque au cours des douze mois précédents. Ils étaient 10 % en 1981 et 11 % en 1973. Les spectateurs du cirque appartiennent majoritairement à la tranche d'âge 25-44 ans et exercent une « profession intellectuelle supérieure ou de cadre » plutôt qu'une profession intermédiaire ou d'ouvrier/employé.⁷ Nous terminerons en disant que, en France à tout le moins, on fréquente le cirque quand on a des enfants à y mener, car le cirque est connoté spectacle mièvre, et quand on a les moyens de payer une place au prix, mutatis mutandis, plus élevé que dans les autres pays européens.

Une entreprise comme les autres avec de nombreuses particularités

- 12 En France, le cirque est une entreprise de spectacles qui doit, pour exercer, être titulaire d'une licence délivrée par le ministère de la culture. L'attribution de cette licence est soumise à quelques conditions relevant de la « moralité fiscale » et sociale. C'est-à-dire qu'il ne faut pas avoir été convaincu de fraude fiscale et qu'il faut avoir, le cas échéant, rempli les obligations qui incombent aux employeurs. Pour obtenir la licence ministérielle, il faut attester d'un statut commercial. La plupart des cirques français sont des sociétés à responsabilité limitée (SARL). À partir de là, les cirques ont les obligations et les droits de toutes les entreprises.
- 13 Il existe cependant un certain nombre de particularités inhérentes à l'exercice professionnel du cirque.
- 14 D'abord, la majeure partie des salariés d'un cirque, les artistes, sont des employés temporaires – légalement dénommés « intermittents du spectacle » – engagés avec un contrat à durée déterminée, une « saison » le plus souvent. En général, la saison débute en février en France, en mars en Allemagne, en avril en Scandinavie. Elle se termine en novembre, permettant ainsi aux artistes de trouver des « galas » en décembre, à l'occasion des spectacles organisés pour Noël par les entreprises industrielles et commerciales et par les administrations à l'intention de leur personnel. Le recrutement pour les galas est fait, la plupart du temps, par l'intermédiaire d'agences artistiques. Les galas sont payés à l'unité et, compte tenu du travail offert pendant cette courte période de trois à quatre semaines, les cachets sont relativement élevés. Un trio de clowns payé 1 200 à 1 500 francs par jour de travail (avec une ou deux prestations dans la journée) en tournée peut demander 4 000 à 5 000 francs par spectacle en gala.
- 15 Au cirque, le lien de subordination qui lie l'employé à l'employeur est le plus souvent précaire et entaché d'irrégularités. Mais ici, les litiges se règlent entre hommes, il serait mal venu de demander justice au tribunal. D'une part, il n'est pas rare que le directeur du cirque, après quelques semaines de tournée, convoque l'artiste pour lui « couper sa paye ». Le fait que l'expression existe sous une forme figée dans la langue du cirque

montre assez que la pratique est fréquente. Il déclare ne plus pouvoir faire face à ses frais et propose un marché simple : ou le salaire est réduit ou l'artiste s'en va. Cette pratique se situe au moment où il devient difficile de trouver un autre engagement... alors, on reste. D'autre part, on doit à la vérité de dire qu'il arrive aussi que des artistes quittent leur direction après avoir reçu leur paie pour aller travailler dans un établissement plus lucratif. Mais c'est assez rare car les réputations des artistes sont plus fragiles que celles des directeurs qui trouvent toujours des employés, la loi de l'offre et de la demande étant défavorable à ces derniers.

- 16 Quand il traite son engagement, l'artiste exige un cachet net et ne veut pas entendre parler de déduction au titre des parts ouvrières de sécurité sociale ou de retenue fiscale à la source sur les salaires versés aux étrangers. Il demande aussi un paiement hebdomadaire et en espèces. Et nombre d'artistes conservent ainsi dans la caravane qu'ils habitent des sommes importantes, en différentes devises, le recours à la banque n'étant guère dans les mœurs des circassiens. L'employeur doit donc tenir compte de cette pratique si courante qu'il existe sur le marché un logiciel établissant des bulletins de salaire « en remontant du net au brut » et dont la promotion est faite par l'intermédiaire de la presse corporative du spectacle. Il arrive, quand la monnaie du pays d'engagement est instable, que l'artiste fasse exprimer son cachet en monnaie forte, le mark allemand, la plupart du temps, en Europe.
- 17 La prestation de l'artiste est définie par son contrat de travail. Elle comporte, évidemment, la production de numéros entrant dans la composition du spectacle avec, éventuellement, la participation à des tableaux ou parades en tant que figurant. Elle peut se doubler de travaux annexes, rémunérés ou non : conduite d'un convoi (on exige alors le permis de conduire les véhicules poids lourds), montage du chapiteau, placement du public, vente des programmes, de la confiserie ou des gadgets qui procurent des recettes supplémentaires. Les trois cirques beiges engagent des musiciens polonais... parce qu'ils sont de bons monteurs de chapiteau. Bien entendu, ce travail supplémentaire n'est pas rémunéré. Le cirque italien Tongi, en revanche, paie les artistes pour les travaux extra-artistiques qu'il leur demande.
- 18 Il n'est pas rare que l'artiste ait deux contrats. L'un lui garantit le paiement d'un cachet convenu, même s'il ne le met pas à l'abri des avatars évoqués ci-dessus. L'autre, mentionnant un cachet réduit, permet au directeur de payer moins de charges sociales. Comme, très souvent, il existe aussi une double comptabilité pour les recettes, on établit ainsi une certaine harmonie financière... Et, quoi qu'en dise officiellement le ministère de la culture qui attribue les licences – en privé, ses services sont plus réservés – on ne peut pas parler de transparence dans le monde du cirque. On trouve encore des manouches qui ne savent ni lire ni écrire mais je n'en connais aucun qui ne sache calculer !

Une hiérarchie simplifiée et un mode de vie communautaire

- 19 Le cirque est une PME à hiérarchie réduite. La responsabilité directoriale est assurée la plupart du temps par le propriétaire de l'établissement. Il est assisté de responsables techniques (chef monteur, chef électricien...), d'un responsable de la publicité qui précède le cirque (d'où la dénomination « avant-courrier ») pour trouver les annonceurs locaux, surveiller l'affichage, sauvegarder dans la plupart des cas, prendre contact avec les joueurs et

assurer les diverses triches qui précéderont l'arrivée de la caravane. Il y a encore, auprès du directeur, un administrateur à tout faire, à la fois comptable, chef du personnel et secrétaire général. Enfin, celui qu'on connaît en France sous le nom de Monsieur Loyal⁸ et qui présente le spectacle dans son bel habit rouge – il est « maître de manège » dans les pays anglo-saxons et germaniques – est aussi responsable du déroulement du programme et, partant, exerce une autorité sur les artistes.

- 20 On le voit, cet encadrement est essentiellement technique et constitue un seul et même niveau hiérarchique entre le personnel d'exécution et la direction qui, de ce fait, est facilement accessible. Les artistes, et les amis et supporters du cirque, se plaisent à souligner cette proximité en appelant les directeurs par le prénom ; à tout le moins quand ils parient d'eux hors leur présence. On dit Alexis (Grus), Annie (Fratellini) ou Julot (Emilien Bouglione). Cette familiarité est plus rare en face à face mais ledit face à face est fréquent et l'artiste rencontre quasi quotidiennement son patron. Il en est de même pour le personnel technique même si la nature des rapports est différente.
- 21 La plupart des « techniciens » appartiennent à l'établissement et sont connus sous le terme générique de monteurs ou sous le vocable argotique plus ou moins péjoratif de galopes. Certains relèvent de l'autorité d'un artiste particulier qui est leur employeur. C'est souvent le cas des garçons d'écurie et des garçons de cage qui entretiennent les bêtes appartenant généralement aux artistes qui les présentent en piste. Les « monteurs » vivent souvent dans des camions aménagés où ils disposent d'une couchette. Selon la taille du cirque, les repas leur sont servis à la cantine de l'entreprise ou, sur un plateau, dans le camion où ils vivent. Les artistes ont leur propre caravane, qu'ils appellent « camping », et le véhicule tracteur. C'est la le minimum et c'est l'importance du matériel d'exécution du numéro qui détermine le convoi. Le camion tracteur transporte ce matériel mais peut comporter des aménagements concourant au confort de la vie itinérante : atelier, salle de bain, toilettes. De toute façon, la caravane est la plupart du temps spacieuse et confortable. Il n'est pas rare qu'elle mesure une dizaine de mètres de longueur et qu'elle comporte d'origine les éléments mentionnés ci-dessus.
- 22 Quand le cirque arrive dans une nouvelle ville, le placement des caravanes et des camions est dirigé par le placier de l'établissement qui veille à l'esthétique de l'installation mais s'efforce aussi de ne pas empêcher les voisinages souhaités par les membres de cette petite société. De sorte que, une fois terminé le voyage, le village se reconstitue avec une remarquable permanence. Si l'on ajoute que les circassiens sont casaniers et visitent peu les régions qu'ils traversent, leurs loisirs étant occupés par la télévision (nombreux sont ceux qui disposent d'une parabole donnant accès aux stations de leur pays d'origine), le visionnement de cassettes vidéo et les rencontres conviviales avec les collègues-amis, on mesure l'influence du mode de vie sur la communication.

Une communication interne fondée sur l'oral

- 23 Cette imbrication de la vie privée et de la vie professionnelle, ce voisinage toujours reconstitué, l'exiguïté de l'espace et l'extrême proximité du lieu de travail aussi bien que la fréquence des rencontres directes avec la hiérarchie de l'entreprise expliquent le rôle de l'oral dans la communication interne, sociale et professionnelle, du cirque.
- 24 D'autant que le monde circassien tout entier est une société de tradition orale dans laquelle nombreux encore sont les individus maîtrisant mal l'écriture. En revanche

l'aptitude des gens du voyage à parler les langues étrangères est bien connue. La plupart sont polyglottes ; l'allemand demeure la langue véhiculaire du cirque européen où l'on parle de plus en plus l'espagnol mais aussi l'anglais. Une langue s'apprend en une saison et se maîtrise parfaitement, à tout le moins en tant que vecteur de communication courante, en deux. Il n'est pas rare de rencontrer un adolescent parlant quatre ou cinq langues ; cela signifie simplement qu'il a accompagné ses parents dans quatre ou cinq pays au cours de ses années⁹ d'enfance. Une étude que nous avons menée il y a quelques années nous a permis de montrer que, nonobstant le cosmopolitisme et la pratique courante des langues étrangères, la société circassienne est très conservatrice du point de vue linguistique. Les mots étrangers sont peu nombreux et les Tziganes qui, quoi qu'on en dise, sont parmi les peuples fondateurs du cirque, n'ont pratiquement laissé aucune trace dans le lexique du cirque.

- 25 La communication interne est donc essentiellement orale et informelle. Pas de réunions organisées mais des rencontres au final du spectacle, au moment où tous les artistes sont ensemble. Il faut savoir que, compte tenu de la proximité de la caravane qui est aussi le lieu où l'on se grime et où l'on endosse son costume de travail, l'équivalent de la loge du théâtre ou du music-hall en quelque sorte, l'artiste arrive en coulisses très peu de temps avant d'entrer en piste et en ressort immédiatement après la fin de son numéro. Il prend juste le temps nécessaire à l'échauffement et à la préparation des agrès et accessoires. Il ne rencontre donc que les collègues du numéro qui le précède et ceux de celui qui le suit ; et encore faudrait-il plus justement dire qu'il les croise plus qu'il ne les rencontre. Je me souviens avoir vu, lors de représentations données le matin, une jeune femme préparer le repas familial entre le moment de son numéro et le final. Cette organisation du temps était répétée chaque jour. Si le régisseur ou le directeur veut donner une information à un artiste, il vient le voir au moment de son numéro. S'il veut rencontrer l'ensemble des artistes, il vient au final. Si le programme comporte un prologue mettant en piste l'ensemble de la troupe, c'est un second moment de réunion générale qui s'offre ainsi.
- 26 Il existe dans beaucoup de cirques un tableau de service placé dans la coulisse et où la direction affiche des notes relatives au travail (modifications d'horaires, par exemple) ou à la vie collective (rappel d'interdictions figurant au contrat ou invitations à des fêtes, par exemple). La plupart des écrits sont ainsi affichés, ce qui permet à l'artiste qui ne comprend pas la langue de l'établissement d'obtenir une traduction auprès d'un collègue. Les seuls écrits qui soient remis personnellement aux artistes sont le contrat, l'itinéraire-calendrier des représentations et le bulletin de salaire quand il existe.
- 27 La communauté circassienne européenne forme un petit monde. Quelques milliers de personnes la composent qui, directement ou indirectement, se connaissent toutes. Dans les quelques dizaines de cirques européens travaillent les amis et les membres de la famille. Ils sont pourvoyeurs d'informations qu'ils transmettent téléphoniquement¹⁰ ou par courrier. Et dans le petit espace limité par les barrières d'enceinte s'échangent ainsi des nouvelles des quatre coins du continent. Le cousin du trapéziste, qui travaille chez Roberts en Grande Bretagne, fait savoir que la fille du clown Untel va épouser le fils du directeur tandis que le frère du dompteur, qui est chez Kron en Allemagne, transmet des informations relatives à l'accident survenu à un funambule que tout le monde connaît. Il y a là un usage particulièrement performant du « téléphone arabe ».
- 28 Les visiteurs sont aussi de précieux transmetteurs de nouvelles. Frank Siéra, citoyen tchèque et ancien artiste devenu impresario, se rend de cirque en cirque pour exercer son métier. Il y rencontre des artistes dont il a traité le contrat et d'autres dont il est

susceptible d'assurer le placement ; il parle avec tout le monde, du directeur au chef monteur. Et il est ainsi capable de vous annoncer que tel établissement a commandé un chapiteau d'une facture innovante ou de vous donner des éléments d'appréciation sur la qualité des programmes ou sur la fréquentation du public dans la plupart des pays européens. D'une certaine manière, il remplit la fonction des commerçants ambulants de jadis qui, se rendant de foire en foire, colportaient les nouvelles qu'ils avaient apprises et les observations qu'ils avaient faites au fil de leurs étapes. C'était aussi, dans une certaine mesure le rôle qui incombait aux cochers des diligences et, plus anciennement, aux trouvères allant de château en château. L'impresario n'est pas le seul à remplir cette fonction de messenger. Les commerçants itinérants, ceux qu'on appelle les voyageurs et qui sont le plus souvent d'origine tzigane, sont aussi des vecteurs d'informa-don en direction du cirque et de celui-ci vers les autres éléments de la communauté. Ils viennent proposer bijoux d'or et vêtements de cuir aux artistes et leur offrent en prime informations, rumeurs et ragots.

- 29 La communication interne du cirque a peu évolué en deux siècles parce qu'elle est restée fondée sur l'oral et le colportage des nouvelles. Il est vrai que si la gestion des entreprises circassiennes s'est considérablement modernisée et a fait appel aux techniques les plus récentes comme le téléphone de voiture, le télécopieur et la micro-informatique, le management, lui, est resté très paternaliste et pragmatique. Or, communications interne et management vont la plupart du temps de pair, celui-ci étant le cadre dans lequel se développe celle-là.

Une communication externe traditionnelle

- 30 Traditionnellement, le cirque est précédé de ses affi-cheurs. Jusqu'au début des années soixante, les grands placards multicolores contribuaient à créer l'ambiance de fête propre au cirque. En quelque sorte, ils mettaient la population en condition, ils la tenaient en haleine. La perturbation joyeuse et insolite que le cirque apportait dans la grisaille urbaine ou rurale était annoncée à grands renforts de couleurs et de motifs représentant les exploits que le spectacle était censé présenter. De nos jours, les moyens d'information ont banalisé la prouesse dont la piste est le lieu géométrique. Et les affiches que les cirques continuent d'étaler sur les murs des villes n'impressionnent plus guère.
- 31 Le second support traditionnel de la communication externe du cirque est la presse quotidienne régionale. Avant l'arrivée du chapiteau, l'avant-courrier rencontre les responsables des agences locales et négocie avec eux la publication d'articles contre l'achat de surfaces publicitaires. Parfois, on échange des espaces publicitaires : le journal devient une sorte de commanditaire de l'événement, distribuant places gratuites et bons de réduction contre des annonces publicitaires en cours de programme ou l'installation d'une banderole à l'extérieur et à l'intérieur du chapiteau. C'est une sorte d'échange de services.
- 32 Ce type de rapport s'est étendu à la télévision et, dans une moindre mesure, à la radiodiffusion. Il arrive que la tournée d'un cirque dans une région soit patronnée par la chaîne de service publique France 3 ou, dans l'est du pays, par une chaîne privée comme RTL (Télé Luxembourg). La forme que prend la collaboration est comparable à celle que nous décrivions pour la presse.

- 33 À quelques exceptions près, les directeurs de cirque n'ont pas été capables d'innover et d'établir avec les médias un autre type de relation que celui que la tradition a figé.
- 34 En contre exemple, on pourrait citer Alexis Grus, directeur de l'établissement portant son nom qui, avec l'aide d'une attachée de presse efficace, a réussi à imposer aux médias l'idée qu'il était le seul interlocuteur quand il s'agissait de traiter des arts de la piste. Non sans une certaine assurance, pour ne pas parler de fatuité, il est omniprésent sur le petit écran et sur les ondes. Il apporte aux animateurs et aux réalisateurs les stéréotypes qu'ils attendent de « l'authentique homme de cirque ». Il raconte son enfance, il parle de sa famille, il insinue avec aplomb qu'il est le représentant de la seule dynastie qui vaille. Sous ses apparences de chantré du cirque, il est en réalité un très bon commercial pour son affaire personnelle. Le personnage médiatique qu'il s'est composé pourrait être résumé en une formule : le manouche qui a fait des études. Belhomme, artiste de talent – il est connu en tant que clown et que cavalier – il sait aussi parler aux médias et, par le biais de ces derniers, à... son public-cible. Il développe une communication institutionnelle qui masque la démarche mercantile et ne la sert que mieux. En ne parlant que des services que son établissement rend au patrimoine culturel français et en l'illustrant par un argumentaire à la gloire du spectacle qu'il donne, il illustre parfaitement l'adage qu'on enseigne dans les écoles de communication aussi bien que de commerce : en définitive, toute communication est marchande.
- 35 Incapables de s'adapter aux formes nouvelles de la communication, les directeurs des cirques français ont perdu certaines des pratiques qui avaient fait leurs preuves mais qui ne sont plus de mode de nos jours. Bien avant que Daniel Boostions n'en fournisse une explication théorique, ils avaient compris le parti qu'on pouvait tirer du pseudo-événement. Dans un ouvrage intitulé *Bénévole, le maître du mystère*, Jacques Garnier raconte comment cet illusionniste génial mystifiait son public et remplissait la salle pendant des périodes anormalement longues. Lors de la première, alors qu'il exécutait un numéro plus banal que ne l'annonçait la publicité, il était interrompu par un spectateur qui se plaignait de n'en avoir pas pour son argent. Il descendait dans la salle, le fusillait d'un regard charbonneux et l'apostrophait. Après lui avoir demandé qui il était et où il travaillait, il lui promettait la plus terrible humiliation : le lendemain, il l'attendrait à la sortie de son bureau et l'obligerait à lui demander pardon à genoux. Chose promise, chose due. Le lendemain, à la sortie de la banque – l'artiste pensait que les employés de banque étaient de nature discrète et chargeait son assistant de ne recruter que dans cette catégorie professionnelle, des hommes uniquement... pour les mêmes raisons – Bénévole intimait à l'outrecuidant l'ordre de s'agenouiller, d'implorer le pardon de l'offensé, de lui baiser les chaussures... Un collègue voulant s'interposer était martyrisé à son tour ! Bien entendu, ce scandale se passait en présence d'une foule nombreuse et de la presse qui, en relatant l'événement, assurait à l'artiste une location que ses affiches ne lui auraient pas procurée. Un vieux Rémois qui avait été, dans les années qui précédèrent la deuxième guerre mondiale, l'assistant de Bénévole, chargé à ce titre de recruter les compères, nous a assuré que l'effet escompté était souvent dépassé puisque l'on voyait s'agenouiller aussi des quidams subjugués et... bénévoles. Dominique Webb, célèbre hypnotiseur de music-hall français a, il y a une quinzaine d'années, renouvelé l'expérience dans un music-hall parisien, l'Olympia. Il annonçait qu'il endormirait par le pouvoir de son regard les deux premiers rangs du public. Son succès allait plus loin dans la salle et tous les dormeurs n'étaient pas compères. La communication fonctionne aussi par contagion.

- 36 De nos jours, le suicide manqué ou le divorce réussi d'une vedette de la chanson ouvrent plus sûrement les colonnes d'un journal que les défis publics des artistes du cirque. En revanche, il arrive parfois qu'un événement réel soit exploité médiatiquement pour peu qu'il ait été mis en scène, ou mis en espace, à cette fin. Il y a là une complicité objective entre le cirque et la presse. Que le mariage d'un couple de funambules soit célébré sur un câble à dix mètres de hauteur avec l'accompagnement de l'orchestre du cirque et les artistes en costumes et la télévision se déplacera. Lorsqu'il m'arrive d'être directeur de cirque, je suis toujours à l'affût de cet insolite réel qui attirera les journalistes et permettra à chacun, cirque et médias, de tirer parti et bénéficie d'un traitement informatif de l'événement. Ainsi ai-je eu l'occasion de marier dans notre piste¹¹ et devant les caméras de France 3 et TF1 (dénommées à l'époque FR3 et 1re chaîne) un fakir et une charmeuse de serpents, de baptiser devant la presse la fille d'un duo de jongleurs et de présenter à la même presse écrite deux lionceaux nouveau-nés qui partageaient la caravane de leur dompteur. Comme on le voit, l'événement est plus ou moins original mais il est réel et son traitement peut être assimilé à celui du fait divers. Le mérite du communicateur est d'en avoir décelé l'intérêt pour les médias et de le leur avoir signalé.
- 37 Le spectacle du cirque a évolué. Parfois jusqu'à dénaturer le modèle initial d'Astley. Le cambouis des motos a quelque fois remplacé le crottin des chevaux et la provocation des filles dénudées armées de phalliques tronçonneuses a supplanté le défi que les athlètes se lançaient à eux-mêmes. Parallèlement existe toujours une fidélité aux origines. Deux, ou plusieurs, formes de spectacles coexistent qui ont en commun l'espace originel : la piste. Les hommes qui produisent ces spectacles n'ont guère changé dans leurs modes de vie : le monde du cirque est conservateur. Les caravanes ont succédé aux roulottes et les camions aux chevaux de trait. Mais la nostalgie tient lieu de référence et, si l'on a su maîtriser les nouvelles techniques, on a du fonctionnement social une vision figée. Les théoriciens de Polo Alto¹² trouveraient au cirque une parfaite illustration du principe selon lequel la communication est incompréhensible sortie de son contexte. La société circassienne produit une communication à son image.
- 38 2. Thétard H. La merveilleuse histoire du cirque Paris, Prisma. 1947
- 39 4. Auguet R. Histoire et légende du cirque Paris, Flammarion, 1974
- 40 6. Sur ces questions, voir Hotier H. Les grands moments de l'histoire du cirque, avec quelques réflexions prospectives Douai Documenta-tion du Cirque édu-catif. 1991
- 41 8. Du nom d'une famille dont plusieurs générations occupèrent cet emploi
- 42 9. . Hotier H. Le vocabulaire du cirque et du music-hall Paris, Maloine, 1981

BIBLIOGRAPHIE

Adrian, *En piste les acrobates*. L'encyclopédie du cirque-Adrian, Paris, 1973

Alt A., Godard C. *Zingaro*. Favre, Lausanne, 1988

Auguet R. *Histoire et légende du cirque*. Flammarion, Paris, 1974

- Baetig M, Probst J.R. *Les Suisses qui font rire*. Promo-édition et Sonor, Lausanne, 1984
- Croft-Coke R., Cotes P., *Circus Albin Michel*, Paris, 1977
- Fabbri J., Sallée A. (sous la direction de), *Clowns et farceurs* Bordas, Paris, 1982
- Fajolle A. *Un centre des arts du cirque*. École d'architecture de Bordeaux, 1986
- Fellini F. I, *Clowns*. Capelli editore, Bologne, 1970
- Garnier J., *Forains d'hier et d'aujourd'hui*. Garnier, Orléans, 1968
- Hammarstrom D.L., *Behind the big top*. Barnes and Co, Cranbury N.J. USA, 1980
- Hotier H., *Bonjour Les Clowns*. Maloine SA, Paris, 1981 Signes du cirque AISS-IASPA, Bruxelles, 1984
- Jando D., *Histoire mondiale du cirque*. Jean-Pierre Delarge, Paris, 1977
- Kohout P., *Auguste, Auguste, Auguste*. Christian Bourgois, Paris, 1969
- LARTIGUE P., *La course aux trapèzes*. Chez l'auteur, Toulouse, 1980
- LORENZO A., *Les fous du cirque*. Ch. Massin, Paris, non daté
- Margaritis H., *Le livre d'or de La piste aux étoiles*. Femand Nathan, Paris, 1968
- Ministère de la culture *Pratiques culturelles des Français 1973-1981*. Dalloz, Paris, 1982 *Nouvelles enquêtes sur les pratiques culturelles des Français en 1989*. La documentation française, Paris, 1990
- Les pratiques culturelles des Français 1973-1989*. La découverte et La documentation française. Paris, 1990
- Peuchmard J., *J'aime le cirque*. Éditions Rencontre, Lausanne, 1962
- Pretini G., *La grande cavalcada*. Trapèze libri, Udine, 1984
- Antonio Franconi e la nascita del circo. Trapezio libri, Udine, 1988
- Il circo di carta*. Trapezio libri, Udine, 1988
- Py Christiane, Ferencz Cécile. *La fête foraine d'autrefois*. La manufacture, Lyon, 1987
- Rémy T., *Les clowns*. Bernard Grasset, Paris, 1945
- Simon A., *La planète des clowns*. La manufacture, Lyon, 1988
- Strehly G., *L'acrobatie et les acrobates*. Librairie S. Zlatin, Paris, 1977 (1ère édit. 1903)
- Thétard H., *Les dompteurs*. Gallimard, Paris, 1928
- Coulisses et secrets du cirque*. Pion, Paris, 1934
- La merveilleuse histoire du cirque*. Prisma, Paris, 1947
- Vassé E., *Un atelier des arts du cirque*. École d'architecture de Nancy, 1990
- Cahiers des arts du cirque*. Centre National des Arts du Cirque, Châlons sur Marne, N°1, 1987
- Carco. Ente nazionale circhi, Lavagna, 1984-1990
- Errants, nomades, voyageurs*. Centre de Création Industrielle Centre Georges Pompidou, Paris, 1980
- Etudes tziganes*. Association des études tziganes, CNRS, Paris, 1977-1979
- Le cirque dans l'univers*. Club du cirque, Paris, 1969-1990
- Les pratiques de loisir, enquête 1987-1988*. INSEE-RESULTATS INSEE, Paris, 1989

NOTES

1. .HotierH. Signes du cirque, approche sémiologique Bruxelles. AISS. coll. Tréteaux,1984 Une culte est en prépara-tion qui portent plus particulièrement sur les signes inducteursdu comportement du public.
 3. C'est à dire, à proprement parler, ceux qui utilisent le « baaster instrument de reacamoteur. L'ac-tion de basteler estle propte du bateleur et, par extention, de tout faiseur de tour puis, par une seconde généralisation, de tout arruseur de rue
 5. op. cit.
 7. Lespratique« culturelle » des fraçais Paris, La découverte et La documentation française, 1990
 10. Certains artistes possèdent un récepteur téléphonique dont le fil est muni de « princes croco-diles » qui te piquent dans les fils d'une ligne desservant des habitations voisines. Ils piratent allègre-ment et n'hésitent pas à appeler leur famille au Japon ou en Australie
 11. Le Cirque éduca-tif reçoit chaque an-née, de janvier à mars, quelque cent vingt mille epecta-teurs des régions Nord-Pas de Calais et de Champagne-Ardenne
 12. . WatziswickP. HelmickBeavinJ. Jakson D. Une lo-gique de la commu-nication Paris, Seuil. coll. Points. 1972
-

RÉSUMÉS

Nulle part mieux qu'au cirque apparaît la relation entre les modes de vie et les formes de la communication. À une société conservatrice correspond une communication fondée sur des principes traditionnels et qui n'évolue pas. L'auteur analyse les observations qu'il tire de la bonne connaissance qu'il a du monde des « gens du voyage » et de sa propre pratique puisqu'il dirige, trois mois par an, un cirque présentant un spectacle de facture traditionnelle.

There is no better place than the circus to illustrate the relationship between lifestyles and forms of communication. conservative society has a corresponding form of communication which is based on traditional principles that never evolve. The author has analyzed the observations he has made which stem from both his intimate knowledge of the world of « travelers » as well from his own experience. Because forthree months in every year he directs a circus that puts on a show drawn from traditional sources.

AUTEUR

HUGUES HOTIER

Docteur en linguistique (Paris 8, 1972) et docteur d'État ès lettres et sciences humaines (P aris 8. 1979), l'auteur enseigne les stratégies de communication et les méthodes en audit de communication à l'Université de Bordeaux 3 où il dirige l'Institut des Sciences de l'information et de la Communication (ISIC) et le Groupe de Recherche en Communication des Organisations. Il assure également, avec son épouse, la direction du Cirque éducatif

qu'ils ont fondé en 1975. Il a publié de nombreux articles et trois ouvrages sur les moyens d'expression du cirque.