

**Stamatis Gargalianos**

(Professeur Associé à l' Université de la Macedoine de l'Ouest)

***Développement du produit artistique: Standardisation de la production théâtrale******Art's Product development: Theater's product standardization*****Abstract**

This article examines the concept of standardization in relation to the theatrical product (i.e. the theatrical performances) within the country of production and focuses on targeting its proliferation in the country of origin and its being exported to other countries. The main components of the theatrical product (text, direction, scenography, acting) are analyzed here as well as their relation to the concept of standardization, i.e. whether each of the endogenous elements of a theatrical production influences the course of theatre in the country of origin and, mainly, abroad.

There is also an analysis of the possibilities of exporting theatrical products abroad based on the principles of standardization, in relation to the type of unit, which, in this case, are the two major productive artistic pillars of a country, state and private theater.

**Key words :** standardization, theatrical product, exports, theatrical components, artistic development

**Introduction**

Pour procéder à l'analyse de la notion de standardisation, il faut avouer avant tout qu'un produit théâtral comme la représentation ne peut que très difficilement être soumis à un processus de standardisation du type industriel. Ceci parce que toute la philosophie du théâtre est précisément basée sur un certain niveau de liberté des artistes, non seulement dans l'élaboration d'un seul produit (un seul spectacle), mais surtout au cours de plusieurs productions différentes. Néanmoins, d'un autre côté, il est curieux de constater que ces mêmes artistes qui se veulent libres, sont précisément ceux qui arrivent, sans le savoir dans la plupart des cas, à produire des produits identiques l'un à l'autre, que ce soit dans leur propre production ou par rapport à celle des autres, toujours à long terme. Ils arrivent même de se produire individuellement à l'identique, c'est-à-dire que chaque artiste se produit en suivant un même modèle et un certain type-personnage tout au long de sa carrière. Ces modèles facilitent, finalement, la notion de la standardisation théâtrale.

**La standardisation dans le domaine industriel.**

La standardisation est un processus économique qui, dans les pays industriels, a pris une grande expansion et valeur, grâce à tout ce qu'elle a apporté aux systèmes de production. Par standardisation, nous sous-entendons l'homogénéisation de biens produits dans une branche industrielle, surtout par le travail à la chaîne (Armstrong,

Kotler, 2009: 313). Cette chaîne aboutit à une production élevée, mais la règle générale dit que les produits finis qui sortent de ces chaînes ont, chacun, exactement les mêmes caractéristiques, tant extérieurs qu'en ce qui concerne leurs ingrédients<sup>1</sup>

En ce qui concerne les raisons et l'utilité de ce système, celles-ci ne sont pas nombreuses:

- a.- faciliter la reconnaissance du produit par des consommateurs-acheteurs d'autres pays qui ne sont pas habitués à le voir souvent dans leurs propres lieux de vente,
- b.- faciliter la comparaison des qualités de chaque produit avec d'autres, similaires,
- c.- lui donner une image de marque, rapidement reconnaissable, même par leur aspect extérieur et identifiée par le plus grand nombre d'acheteurs possible (Mendenhall, Punnett, Ricks, 1995).

### **La standardisation dans le domaine artistique**

En ce qui concerne le domaine artistique, comme c'est le cas des théâtres nationaux, cette question ne s'est jamais explicitement référée à une standardisation éventuelle du produit théâtral. Autrement dit, personne dans ce domaine n'a jamais proposé une homogénéisation des spectacles dans le sens d'une augmentation du champ de ces consommateurs surtout dans un contexte social et économique, celui de la crise grecque (Tziovas, 2017: 89). Néanmoins cette question peut avoir une autre facette: les responsables des théâtres (privés surtout, puis nationaux), connaissent bien que ce qui peut attirer l'attention d'un consommateur-spectateur sur une production théâtrale, c'est un certain degré de reconnaissance d'une qualité de ces productions. Ainsi cette constatation pousse à réfléchir sur une notion de standardisation plus étendue que ce qui est reconnu à première vue par les spectateurs, les artistes et les autres personnes qui s'occupent de productions théâtrales.

En ce qui concerne les théâtres nationaux, la discussion autour de cette notion peut avoir deux "visages": d'un côté, elle peut intervenir dans le travail du personnel non-artistique (employés de bureau, techniciens non-qualifiés). D'un autre, elle peut concerner uniquement les artistes et la production théâtrale plus généralement. La première catégorie de travail dans les théâtres nationaux, celle des employés de bureau, a la caractéristique qu'elle ne peut pas être vendue directement à des consommateurs/spectateurs, elle fait partie de tout un ensemble de production et contribue largement à son élaboration<sup>2</sup>.

La deuxième catégorie, celle des artistes, englobe toute action qui aboutit aux représentations théâtrales et est la plus intéressante des deux.

Une première constatation se réfère à toute la production théâtrale aux plus larges échelles que possible: le théâtre est un seul et unique produit, avec ses propres caractéristiques. Celles-ci se trouvent dans chaque production différente, à l'identique:

---

<sup>1</sup> Néanmoins il faut remarquer que le système de la standardisation existe depuis l'ère industrielle et a été développé à partir du moment où des machines automatiques sont réglées à travailler exactement comme les ouvriers devant leur propre chaîne. Dans les deux cas, pourtant, le but est unique, produire des biens qui seront identiques l'un à l'autre.

<sup>2</sup> Néanmoins, elle peut être considérée comme un produit standard et cela confirment deux phénomènes: a.- que ces employés de bureau peuvent être remplacés par des employés de type INTERIM, surtout ceux qui produisent un travail plus général, comme la comptabilité et b- même si de nouvelles méthodes et outils (ex: informatique) entrent dans ce processus, leur produit sera toujours le même, c'est-à-dire la contribution générale à la production artistique.

êtres vivants sur scène, qui s'adressent à d'autres êtres sur scène et qui disent ou bien font des choses qui concernent les consommateurs etc. (Gabrielson & Gabrielson: 2003). Celle-ci est une constatation plutôt sociologique, mais peut avoir des prolongements et influences sur l'économie de l'art: si le large public, autrement dit celui qui ne va pas souvent au théâtre, s'abstient de cette activité culturelle, est-ce à cause précisément d'un certain niveau de standardisation que le produit théâtral - généralement parlant toujours- a à ses yeux? (Tziovas, o.p.: 123). Par conséquent peut-on essayer de donner au théâtre une autre forme de standardisation pour ce large public? Qu'est-ce qui peut changer dans ce processus théâtral afin qu'il acquiert d'autres caractéristiques, plus attractives -donc commerciales- au sein de ce large public? La réponse n'est pas facile parce que si le théâtre a réussi à avoir un certain public fidèle (même si ce public est trop restreint) ceci est dû à ces caractéristiques. Personne ne sait et ne peut risquer un ou plusieurs changements, de peur qu'il n'abîme la nature première et la raison d'existence de cet art.

Ainsi une première réponse pourrait être donnée par la recherche d'un nouveau public, dans les termes de marketing, et toujours par rapport à la notion de la standardisation (Pavis, 2006:86-88). Comme nouveaux publics sont sous-entendus ceux qui se trouvent à l'extérieur d'un certain cercle de consommateurs habituels du produit théâtral. Ce cercle peut être soit un certain marché local, soit un autre national, soit même un troisième plus étendu, celui de l'international. Ces trois "cercles de consommation" (Armstrong, Kotler, o.p.: 665) représentent trois niveaux très importants dans le système de la standardisation théâtrale. Ceci car, comme il est expliqué au début de ce chapitre, les effets de la standardisation se développent notamment dans le domaine d'échanges commerciaux, dans lequel les consommateurs potentiels ne peuvent qu'à travers cette standardisation accéder à ces produits.

La question fondamentale qui se pose ici est si, et de quelle manière une production théâtrale dans ces cercles de consommation pourrait acquérir d'autres caractéristiques qui seraient en position d'attirer un autre cercle de consommateurs/spectateurs, par exemple celui d'un autre pays. Une deuxième question concerne le nombre de ces cercles de consommateurs et si l'augmentation ou la diminution de ceux-ci seraient un facteur assez fort et important pour influencer, à son tour, les ingrédients des produits d'une standardisation (Armstrong, Kotler, o.p.: 372). Enfin une dernière question, et non la moindre, se rapporte au nombre et la nature des nouvelles caractéristiques qui se donnent au produit, à partir des principes de la standardisation: jusqu'au où peuvent aller ces changements et vers quelle direction? Peuvent-ils modifier le statut du produit à un haut degré et si oui, combien de cercles de consommation seront touchés?

La notion de la standardisation et selon l'analyse faite ci-dessus représente plusieurs degrés d'intérêt, selon le pays de la production et le pays de la (ou des) consommation(s) possible(s) (Wheeler, McDonald, Greaves, 2003). En Grèce cette notion acquiert d'autres dimensions si l'on prend en compte les particularités de ce pays, tant au niveau socioéconomique qu'artistique: le fait que la production théâtrale annuelle en Grèce ne sorte pas facilement de ce pays, prouve que la standardisation en Grèce n'avancera que si la production théâtrale pourrait obtenir une "image", ad hoc, plus internationale, voire humanitaire.

## Les ingrédients d'un produit théâtral et la notion de la standardisation

Les caractéristiques premières du produit théâtral, sont le texte, la mise en scène, la scénographie, la musique, les éclairages et les acteurs (leur jeu sur scène) (Pavis, o.p: 451). Parmi eux le plus important est le texte, autrement dit la langue parlée. Dans le cas de la Grèce elle n'est autre que la grecque, une langue considérée comme "petite" (peu d'hommes sur terre la parlent). Il s'agit d'un paramètre qui caractérise largement le produit théâtral en Grèce et lui attribue la première difficulté de standardisation: les productions théâtrales en Grèce ne sont destinées que pour un seul public, celui qui habite en Grèce -ou bien celui qui parle la langue grecque<sup>3</sup>.

Ainsi les spectacles produits en Grèce, dans leur majeure proportion arithmétique, ne sont faits que pour attirer uniquement un public spécifique, celui des grecs. Ce public est "spécifique" parce qu'aussi il est minoritaire dans l'ensemble du public européen qui va au théâtre: même si les proportions sont presque identiques en Europe (7 % de la population totale va, par exemple au théâtre en France et 5,4 % à peu près va au théâtre en Grèce), en termes absolus ce chiffre final et total des spectateurs qui vont au théâtre en Grèce est largement inférieur de celui d'un autre pays voisin<sup>4</sup>. Celle-ci est une constatation numérique qui démontre que le public grec du théâtre, par rapport à un public européen ou autre est restreint et que la production théâtrale en Grèce, dans son ensemble, ne vise qu'à ce seul public, à priori restreint, donc spécifique.

Ensuite viennent les autres caractéristiques du produit théâtral, c'est-à-dire celles mentionnées ci-dessus. La question qui se pose est si ces caractéristiques représentent le même degré de difficulté que le texte ou bien si ces caractéristiques peuvent augmenter les possibilités d'une éventuelle standardisation (Gargalianos, 1994: 349). Pour répondre à cela il faut faire toute une analyse des mises en scène, scénographies etc. des dernières années et peut-être comparer les productions théâtrales destinées à la vente sur les marchés étrangers et celles du territoire grec. On peut affirmer qu'en général c'est toujours le texte qui est l'ingrédient principal d'une production et celui qui influence largement les autres.

Ce qui ressort comme constatation générale de cette première analyse des caractéristiques du produit théâtral grec, est que celui-ci ne peut que très difficilement être exporté à l'étranger comme d'autres produits quelconques, du fait que ses ingrédients ne peuvent pas obéir aux lois principales de la standardisation. La situation actuelle dans le domaine théâtral en Europe et en ce qui concerne les spectacles "nationaux" d'un pays qui sont "exportés" vers d'autres, confirme la réflexion menée ci-dessus. Les spectacles les plus joués en Europe<sup>5</sup> sont ceux dont le texte ne se réfère pas à un problème local ou national du pays d'origine mais à d'autres, que l'on pourrait qualifier comme des internationaux ou universels

<sup>3</sup> sans oublier les citoyens grecs qui habitent à l'étranger depuis un certain nombre d'années. Ainsi nombreuses sont les troupes privées qui visitent les pays étrangers dans le but de se produire devant de tels publics grecs spécifiques.

<sup>4</sup> Rappelons qu'il y a dix millions d'habitants en Grèce, cinquante-cinq en France, soixante-cinq en Italie etc. La Grèce est la 8e dans l'ordre des pays européens, en ce qui concerne leurs populations respectives.

<sup>5</sup> ce "plus" signifie ici que les spectacles purement "nationaux" peuvent, eux aussi, être exportés et joués à l'étranger, mais à une échelle beaucoup moins importante.

(Armstrong, Kotler, o.p.: 667). Pour exemples à cela citons les auteurs classiques de l'antiquité (Sophocle, Eschyle, Euripide) et ceux plus contemporains comme Molière, Racine, Tchekhov, Brecht etc. Il ne faut pas oublier qu'ils font, eux aussi, un obstacle à la standardisation lorsqu'ils sont montés dans la langue d'origine d'un pays. Ils deviennent alors non commercialisables/exportables.

Les exigences de ceux qui travaillent comme intermédiaires dans les échanges de ce type (comme exemple on peut citer le travail effectué depuis 1983 par le Théâtre de l'Europe) sont dirigées vers la solution d'une certaine visualité: que les spectacles, basés sur un texte à priori classique soient mis en scène selon une optique plus visuelle qu'"audio", de manière à ce que les images montées sur scène par ces spectacles soient plus parlantes que le texte mené. Sinon, on se réfugie dans la solution de certains textes hautement classiques ou de textes dont le mythe central est extrêmement simple.

Une autre tendance dans ces mêmes essais de standardisation des produits théâtraux est celle des textes qui appartiennent au genre de théâtre surréaliste, ou même au théâtre de l'absurde. Ce type de spectacles est fait principalement à partir d'une mise en scène et non d'un texte, ils sont ainsi, dans la plupart des cas, visuels et facilitent la compréhension des spectateurs étrangers.

### **Le cas du théâtre grec**

Pour revenir au cas grec, il faut se souvenir, une fois de plus, que le domaine du théâtre en Grèce est divisé, comme ceci arrive dans la plupart des pays, en deux catégories distinctes, celle du public et celle du privé. Ces deux catégories sont confrontées, à parts égales, aux mêmes difficultés de la vente de leur produit à l'étranger. Ceci signifie que ces deux catégories, public et privé, rencontrent les mêmes difficultés dans la standardisation, autrement dit ils ne peuvent pas facilement produire des produits théâtraux (spectacles) qui peuvent attirer un large public étranger (Kessab, Jarrot: 2010). Mais s'ils sont confrontés à titre égal à ces obstacles ils -les domaines public et privé comme catégories distinctes- ne réagissent pas de la même façon vis-à-vis de ce problème.

D'un côté le domaine privé est divisé en deux autres catégories, celle qui travaille vraiment sur la question des "visites" et est spécialisée dans cela et celle qui très occasionnellement procède à de tels essais (Gargalianos, o.p: 355). De l'autre côté se trouve le domaine public, c'est-à-dire les théâtres nationaux qui eux, sont les seuls établissements théâtraux qui peuvent facilement visiter d'autres pays (ils ont les moyens techniques pour transporter de décors même très lourds et ils ont le droit à des financements étatiques supplémentaires pour pouvoir voyager à l'étranger). Ils sont aussi les seuls qui ont une incitation -qui provient de leur statut même- disant qu'ils doivent promouvoir l'art théâtral grec à l'étranger.

Ainsi, il devient évident que seulement ceux qui visitent régulièrement, voire systématiquement, les pays étrangers peuvent survivre de leurs prestations, du fait qu'ils connaissent ces problèmes et produisent des mises en scène "internationales". Sinon ces essais aboutissent à des actes sans but précis, faits dans un esprit d'avantages et gains plutôt personnels (comme de ceux qui se montrent à travers ces travaux: les metteurs en scène, les scénographes, les acteurs). Pourtant, la majeure raison de cela est que les occasions, ou bien les voies menant à ces visites à l'étranger, ne sont pas totalement connues par les organisateurs, faute qui peut être attribuée soit

à ceux qui produisent, soit à ceux qui veulent accueillir de spectacles, ou même parfois aux deux.

## Conclusion

Les produits théâtraux dans un pays peuvent être exportés et présentés à d'autres régions du monde, à condition qu'ils respectent les principes de base de la standardisation. C'est ainsi que les spectateurs d'un pays étranger peuvent reconnaître et comprendre, voire apprécier, les propriétés d'un spectacle.

Les données de la standardisation concernent principalement la mise-en-scène et les acteurs, tandis que les autres éléments de chaque performance, à savoir le décor, les costumes, l'éclairage et la musique, sont classés en deuxième position. Tout cela a un impact important sur la performance présentée dans d'autres pays et influence le succès du produit théâtral présenté.

Par succès, nous entendons la présence massive du public dans les performances, ainsi que toutes les critiques qui seront écrites sous forme électronique ou imprimée. En outre, comme succès de la standardisation est considérée aussi l'invitation dans les années à venir, de chaque spectacle par les pays qu'il est initialement exporté.

## Bibliographie

- Armstrong, G., Kotler, P. (2009). *Marketing, an Introduction*. Thessaloniki: Epikentro.
- Gargalianos, S. (1994). *Gestion d' Institutions Culturelles en Grèce, 1980-1990. L'application de la loi de Baumol dans le cas du théâtre grec subventionné. Doctorat en Sciences Economiques. Université Paris-IX.*
- Hill, C. (1998). *International Business Competition in the Global Marketplace*. Oxford: Irwin/McGraw-Hill.
- Kessab, A. (2009). *La Loi organique relative aux lois de finances (LOLF) dans les institutions culturelles publiques du spectacle vivant en France*. HAL: Archives Ouvertes.
- Kessab, A., Jarrot, A. (2010). *Modeling performance evaluation in a public cultural organisation: case of the application of the Organic Law relative to Finance Laws (LOLF) in National Drama Centres (CDN) in France*. 16th International Conference on Cultural Economics. Denmark.
- Gabrielson P., Gabrielson M. (2003). *Globalizing Internationals: Standardization of Product and Marketing Strategies in the ICT Field*. In : Wheeler C., McDonald F., Greaves I. (2003). *Internationalization. Firm Strategies and Management*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mendenhall, M., Punnett, B-J., Ricks D. (1995). *Global Management*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Pavis, P. (2006). *Dictionnaire du théâtre*. Athènes: Gutenberg.
- Tziovas, D. (2017). *Greece in Crisis – The Cultural Politics of Austerity*. London: IB Tauris.
- Wheeler C., McDonald F., Greaves I. (2003). *Internationalization. Firm Strategies and Management*. New York: Palgrave Macmillan.