



La médiation culturelle : une stratégie d'action pour améliorer l'accès à la culture

Paul Langlois



Aujourd'hui, nous parcourons, ensemble, les grandes étapes qui ont mené la Ville de Montréal vers l'adoption d'une stratégie orientée vers la médiation culturelle. En faisant un rapide survol des interventions déterminantes des 50 dernières années, nous essaierons de comprendre ce qui a amené la Ville de Montréal à opter pour la médiation et aussi comment s'est opéré ce choix à travers les mesures et les programmes mis en place.

D'abord, un peu d'histoire

Depuis longtemps, les musées et les bibliothèques ont adopté des stratégies d'éducation et d'action culturelle. Dans les bibliothèques à Montréal, les activités d'éveil à la lecture sont nombreuses et existent depuis longtemps. À titre d'exemple, le projet *Les livres dans la rue* fêtait, l'année dernière, ses 25 années d'existence.

Du côté des arts vivants, des arts de la scène, le concept d'action culturelle est plus récent. Même si la tradition, dans les villes, de développer une plus grande accessibilité aux arts et à la culture remonte à plusieurs années, les interventions se limitaient principalement à une animation publique dans les parcs en saison estivale. À titre d'exemple, à Montréal, depuis 1952, le théâtre *La Roulotte* présente ses spectacles dans les parcs de la Ville et a permis à plusieurs générations et des millions de jeunes d'avoir un premier contact avec le théâtre. La volonté d'aller vers le public, là où il se trouve était la motivation première qui a présidé à la mise en place de ce programme. En fait, il s'agissait d'une première forme de « out reach » avant la lettre.

Au milieu des années 70, le concept de démocratisation de la culture commence à faire son chemin. Poussé par le mouvement de démocratisation culturelle amorcé en France par André Malraux au début des années 60, Montréal adopte et adapte le concept des maisons de la culture en créant son propre réseau dans les années 80. En fait partout à Montréal, on sent la volonté des administrations municipales de l'époque d'améliorer l'accessibilité aux arts et à la culture pour tous les citoyens de l'île.



Les bibliothèques, les centres culturels, les maisons de la culture, les musées, les centres de loisirs facilitent la socialisation et la sensibilisation à la culture et sont à la portée immédiate des citoyens. Garant de la vitalité culturelle montréalaise partout sur le territoire, instruments de lutte à l'exclusion sociale, ils ont renforcé leur présence dans le quotidien des familles, des écoles et des communautés locales.

Comme plusieurs études le démontrent, il existe plusieurs barrières à l'adoption de pratiques culturelles par les publics. Le déploiement d'un réseau de salle de spectacles et de galeries d'exposition partout à travers la ville, dans tous les quartiers, s'inscrit dans la volonté de contrer l'une d'elle, la barrière géographique. La seconde barrière qu'on souhaitait réduire, est la barrière économique et cela s'est traduit par la mise en place d'une tarification plus accessible, voire même par une gratuité totale, entre autres, dans les maisons de la culture. Ainsi, la logique voulait qu'en rapprochant l'offre culturelle du citoyen et en diminuant ou même en abolissant la barrière du prix, on pourrait rejoindre toute une partie de la population qui n'avait pas de pratiques culturelles actives.



L'implantation et le développement du réseau a certainement permis de rapprocher les artistes de la communauté et contribuer activement au développement artistique et culturel montréalais, mais il faut reconnaître les limites d'une telle stratégie. Les études et sondages réalisés depuis les dernières années nous montrent que le profil du public qui fréquente les activités culturelles et artistiques dans le réseau de diffusion de la ville est sensiblement le même que le portrait du public culturel général. La seule variable où on constate une certaine percée est celle du revenu. La clientèle du réseau a un revenu légèrement inférieur à la clientèle culturelle générale. Mais en gros, il s'agit d'une femme, blanche, plus de 45 ans, scolarisée et

bénéficiant d'un revenu légèrement au-dessus de la moyenne.

Pourtant, le portrait de Montréal est tout autre. 40 % de la population est d'origine culturelle autre que française ou britannique. L'indice de « défavorisation » frôle les 40 % dans plus de la moitié des arrondissements montréalais comparativement à une moyenne de 20 % pour le reste du Québec.

Ainsi, on le constate, des fractions entières de la population ne se sentent pas concernées par la culture et les arts présentés à Montréal et ce, malgré les différents outils de diffusion et de développement de publics mis en place. Il faut se rendre à l'évidence, une véritable démocratisation culturelle ne peut plus passer uniquement par l'enrichissement de l'offre mais doit, inévitablement, être accompagné par une action ciblée et concertée sur la demande.

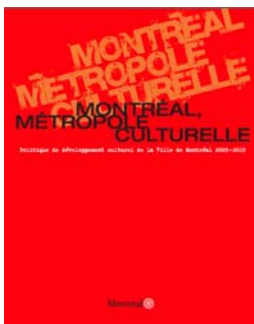
Comment alors démocratiser la culture et créer de véritables rencontres entre les artistes, les œuvres et les citoyens? La réponse de la *Politique culturelle*¹ à cette question a été la médiation culturelle.

Comme nous allons le voir tout au long de ce Forum, le concept de médiation culturelle est large et peut inclure plusieurs types d'intervention et d'action. Mais du point de vue d'une municipalité, est-ce que le concept de médiation culturelle a la même résonance pour toutes les villes? Lorsqu'on parle de médiation culturelle à Montréal, est-ce qu'on est dans le même univers que lorsque, par exemple, le village de Saint-Camille, en Estrie, parle de médiation culturelle? Est-ce que la motivation des acteurs d'un milieu – qu'il s'agisse d'un quartier montréalais ou du village de Saint-Camille, est-ce que la motivation qui pousse ces gens est la même? Je me suis posé cette question pour essayer de revenir à la base et comprendre pourquoi Montréal a adopté une stratégie d'accessibilité à la culture orientée vers la médiation.

¹ Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015.

La Politique de développement culturel de Montréal

Dans sa politique de développement culturel, adoptée en 2005, Montréal reconnaît l'accès à la culture comme un droit fondamental pour ses citoyens. Toutefois, comme le dit la Politique : *...il faut constater que ce droit demeure fragile et vulnérable, car des fractions importantes de la population sont étrangères ou ne se sentent pas invitées à cette célébration de la culture.*



Ainsi, la médiation culturelle doit s'inscrire dans une stratégie globale, plus large, qui vise à établir un lien durable entre les citoyens et les artistes, et ce, dans une perspective d'amélioration de la qualité de vie du citoyen.

Pour revenir à notre petit village de Saint-Camille, on y fête, cette année, *20 ans de culture et d'enracinement*. C'est ce qu'on peut lire sur le site Internet du P'tit Bonheur de Saint-Camille. Dans ce village de 450 habitants, la culture est devenue, comme on le dit souvent aussi pour Montréal, un facteur de cohésion sociale et de développement économique et même démographique, ce qui n'est pas banal pour une communauté de cette envergure.

Le P'tit Bonheur de Saint-Camille est un organisme de développement communautaire et culturel. Sa mission est de gérer un lieu de rencontres pour tous les groupes d'âges et de réaliser une programmation d'activités communautaires et culturelles. Cet espace convivial, situé dans l'ancien magasin général du village, invite au quotidien les citoyens de Saint-Camille à tisser des liens au sein de leur communauté.

Dans le fond, on le constate, chaque ville ou village aspire au mieux-être de sa population et la médiation culturelle, prise au sens de rencontres, de rapprochements, peut devenir, avec évidemment des applications différentes et adaptées à chacun des milieux, un outil puissant de développement culturel et social, et ce, dans n'importe quelle communauté.

Les défis montréalais

Évidemment, Montréal n'est pas Saint-Camille et les défis auxquels fait face la métropole sur le plan sociodémographique sont importants et l'ont incitée à développer des stratégies spécifiques de démocratisation culturelle.

Dans son Plan d'action 2007-2017 adopté suite au Rendez-vous de novembre 2007², la Ville de Montréal prend clairement le parti de l'action et met l'accent sur l'importance d'agir.

À Montréal, cette volonté de déployer un ensemble de mesures favorisant l'accès à la culture s'est traduite concrètement par l'inscription, dans l'Entente sur le développement culturel, d'un axe entièrement dédié à l'accès à la culture, en collaboration avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine qui a été, au fil des ans, un fidèle partenaire et complice. Au cours des trois prochaines années, nous investirons conjointement plus de 9 M \$ dont 3,3 M \$ spécifiquement dans des programmes et des projets de médiation culturelle.

Pour mettre en place ces projets touchant directement les communautés locales, il faut pouvoir s'appuyer sur les forces vives du milieu. Et à cet égard, Montréal se positionne avantageusement et peut compter sur son réseau municipal mis en place, au fil des années, et bien ancré dans tous les quartiers de la Ville. Les agents porteurs de l'action culturelle dans les quartiers ont créé des

² Les 12 et 13 novembre 2007, les milieux de la culture et des affaires se sont rassemblés pour échanger sur le devenir de Montréal comme métropole culturelle.

passerelles étroites avec les différents intervenants de leur communauté. Qu'on parle du lien des bibliothèques avec les écoles de quartier ou du travail des diffuseurs culturels avec les maisons de jeunes ou les groupes d'âinés, ces collaborations serviront de base à la mise en place de projets avec – et pour – la communauté.

Dans l'implantation de ses programmes, la stratégie générale adoptée par la Ville et le Ministère laisse une grande place aux organisations artistiques et culturelles. Le choix montréalais a été de laisser aux différents milieux, culturels, sociaux et communautaires, le soin de créer leurs propres lieux d'échanges et de rencontres. Nous n'avons pas voulu concevoir nous-mêmes des structures ou de grands projets de médiation mais plutôt laisser toute la place à l'inventivité des acteurs directement concernés.

Programmes et ententes de partenariats



Par la mise en place des premiers programmes d'action et de médiation culturelle, la Ville a voulu inviter, encourager les organismes culturels, de tous les secteurs, à s'engager activement dans la voie de la médiation culturelle.

La seule contrainte majeure, si on peut parler ici d'une contrainte, que nous imposons dans nos programmes, est la nécessité de cibler une clientèle éloignée des pratiques culturelles. Parce que, pour nous, la médiation se veut un outil pour développer une accessibilité plus équitable aux arts et à la culture. Aussi, si on peut parler encore de développement de public, ce n'est plus en terme quantitatif mais en terme qualitatif. Nous ne recherchons pas le nombre mais la qualité de la relation et de l'échange entre le citoyen et l'artiste. À cet égard, nous croyons que la relation de personne à personne représente un facteur clef de succès pour favoriser cette rencontre entre le citoyen l'art, la culture et le patrimoine.

Malgré le risque, pour une administration publique, de mettre en place des programmes qui allaient faire naître des projets et des expériences inédites voire même déroutantes, la confiance, et en même temps la liberté accordée au milieu culturel, aura permis l'émergence de projets tout à fait originaux et toujours ancrés dans la réalité montréalaise. Plusieurs de ces projets n'auraient pu voir le jour à Saint-Camille et c'est normal; chacun des milieux doit apporter ses propres réponses.

Prenons l'exemple d'un des projets soutenus, *Terre de rencontres*, qui, à travers le conte et la musique, regroupe une série d'ateliers pour favoriser la rencontre entre les nouveaux citoyens montréalais d'origines diverses et des citoyens résidants de l'arrondissement Côte-des-Neiges–Notre-Dame-de-Grâce. Ce projet est une réponse adaptée à une problématique spécifique de cet arrondissement de plus de 160 000 personnes et où 60 % de la population est d'origine culturelle autre que française ou britannique.



Dans toute la série de nos nouveaux programmes, nous avons même poussé l'audace, pensions-nous, jusqu'à demander aux organismes culturels de s'associer étroitement avec des organismes communautaires afin d'assurer des échanges plus directs avec les clientèles ciblées. Persuadés que ce

nouveau programme ne trouverait que peu d'intéressés, nous n'avions réservé qu'une enveloppe réduite. À notre très grande surprise, le nombre et la qualité des projets soumis ont largement dépassé nos attentes, de telle sorte que nous avons pratiquement épuisé notre enveloppe dès la première année puisque les projets étaient souvent soutenus sur une période de trois ans. À la lumière de cette situation, lors du renouvellement de l'Entente, nous avons plus que doublé les montants réservés à ce programme. Tout ça indique clairement que le milieu culturel montréalais est ouvert et avide d'aller à la rencontre des publics, d'autant qu'à plusieurs occasions, des témoignages nous l'indiquent, ces rencontres et ces échanges deviennent une nouvelle source d'inspiration à laquelle se nourrissent les créateurs.

Impact de la médiation culturelle

Depuis 2005, la Ville a soutenu 265 projets et investit plus 3,2 M \$. L'implantation de ces nouveaux programmes et, en corollaire, la naissance d'une toute nouvelle génération de projets culturels qu'on doit comprendre et apprivoiser, exige un suivi constant. C'est pour cette raison que nous avons cru important de réserver des sommes d'argent pour assurer une veille. Encouragé par les milieux culturels eux-mêmes, cette volonté de mieux cerner le phénomène de la médiation culturelle nous a amené, en 2007, à organiser un colloque sur la médiation et, au printemps dernier, une rencontre *Horizons ados* pour mieux comprendre les problématiques liés à cette clientèle particulière.

La contribution au financement du présent forum et notre participation au Groupe de recherche sur la médiation culturelle de Culture pour tous et l'ARUC-ÉS³ s'inscrivent également dans ce sens. Parce que, pour nous, il est primordial de s'assurer que les mesures mises en place restent pertinentes et répondent toujours aux attentes des milieux culturels et aux besoins des clientèles.



Les projets que nous soutenons sont nombreux et rejoignent sensiblement les groupes ciblés au départ. Comment mesurer l'impact de ces projets sur les participants? Comme on l'a vu avec le village de Saint-Camille, un des objectifs de la médiation culturelle est la recherche du bien-être, de la qualité de vie de notre population. Comment mesurer l'atteinte d'un tel objectif? La tâche n'est pas facile, j'en conviens, mais de la même façon qu'on ne recherche pas l'impact du nombre mais de la qualité des échanges dans les projets que nous soutenons, nous ne pourrions nous contenter d'indicateurs quantitatifs pour évaluer l'atteinte de nos propres objectifs.

C'est, en quelque sorte, le défi que nous nous lançons pour les prochaines années, accompagnés en cela, nous l'espérons, par les milieux culturels et universitaires.

³ Alliance de recherche universités-communautés en économie sociale

Pour conclure

Le terme de médiation culturelle possède des résonances sous plusieurs vocables : animation culturelle ou développement de publics. Toutefois, la notion de médiation contient une idée supplémentaire primordiale, celle de la rencontre entre deux ou plusieurs personnes. Il n'est plus nécessairement question d'immersion ou d'apprentissage, mais d'échange et de contamination mutuelle.

En faisant le choix de développer la médiation culturelle, la Ville de Montréal a fait le souhait d'identifier en quels termes les citoyens et les artistes peuvent contribuer au développement culturel de leur ville. Il ne s'agit plus seulement de donner accès à la culture, mais aussi de provoquer un réel échange entre des artistes et des artisans professionnels et les citoyens devenus autant acteurs que spectateurs. La médiation culturelle doit rapprocher et établir un lien durable entre les Montréalais et les milieux culturels.

Paul Langlois

Gestionnaire culturel depuis plus de 25 ans, Paul Langlois a œuvré dans le secteur culturel privé au sein de plusieurs compagnies de théâtre dont sept ans à la direction de production de la Nouvelle Compagnie Théâtrale (NCT) et trois ans à la direction de l'administration du Théâtre du Nouveau Monde (TNM). Au sein de la Ville de Montréal, il assume d'abord la direction de la maison de la culture Frontenac puis gère l'ensemble du réseau des maisons de la culture. Il est maintenant chef de division de l'Action culturelle et partenariats au sein de la Direction du développement culturel.