



La médiation culturelle : pas de modèle unique

Hélène Pagé

Effet de mode, ou de tendance diront certains, la médiation culturelle est un concept que bien des intervenants récupèrent. Un publicitaire se définissait récemment comme médiateur culturel parce qu'il développe des clientèles! Or, si la médiation culturelle peut contribuer à développer, fidéliser des publics, ce n'est certes pas sa seule fonction.

Pour un organisme culturel, la médiation ne joue-t-elle pas plutôt dans la gamme des initiatives prises entre médiations d'interprétations des savoirs vers des publics et médiations des actions participatives avec ces publics, dans la production des savoirs et des gestes citoyens? N'est-elle pas avant toute chose un apport important à la création de sens?

Une récente publication du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec s'inscrit dans cette approche du rôle social du Musée en précisant que le médiateur s'intéresse aux particularités spécifiques des différents publics, cherchant de cette façon les moyens d'en joindre un plus grand nombre.¹

Cette assertion concernant le nombre me pose problème et m'apparaît très réductrice car il me semble que là n'est pas seulement la raison d'être de la médiation culturelle.

Les affirmations qui suivent sont encore plus étonnantes, précisant que la médiation « c'est de faire en sorte que les produits répondent aux attentes des publics », alors que la raison d'être de toute production culturelle, et ce, depuis fort longtemps et quelle que soit la discipline où elle s'inscrit, est de répondre aux besoins des publics à priori. La médiation n'est donc pas que dans l'intention de répondre aux besoins, mais aussi dans l'approche et dans les objectifs.

Quel intérêt a-t-on à vouloir que son organisme passe de diffuseur de savoir à acteur social? Parce que si l'on se définit comme acteur social, et la médiation culturelle est un outil pour y arriver, c'est que l'on accepte qu'il y aura sensibilisation, information, débat, et, dans la phase subséquente, engagement, action, et que l'on peut pousser le concept jusqu'à rendre le visiteur, le spectateur, le lecteur, lui aussi acteur.

Au Séminaire professionnel sur la médiation culturelle de 2007 du Groupe de recherche sur la médiation culturelle, les mots retenus pour qualifier la médiation culturelle, soit, dialogue, rencontre, lien, soutien à long terme, me semblent plus près de la notion que j'ai de la médiation culturelle. Car pour moi, il s'agit d'y voir une façon de développer de nouveaux rapports avec les publics, plutôt que d'élargir les publics, tout en ne l'excluant pas.

Un musée qui sort son exposition pour la présenter dans un centre d'accueil pour personnes âgées, un chorégraphe qui présente un spectacle en milieu carcéral font un bon travail de diffuseur. Ils atteignent des nouveaux publics, et c'est bien, en allant à la rencontre de personnes qui ne fréquentent pas leurs lieux. Mais un musée qui fait une démarche avec des personnes âgées dans un centre d'accueil, qui parvient à un dialogue des mémoires, recueille les souvenirs, fait de ces personnes des concepteurs d'un nouveau projet, conforme à leurs perceptions, joue, il me semble, un rôle de véritable médiateur. Cette chorégraphe qui travaille avec des détenues, leur inculque des éléments du langage de la danse, leur permet de créer une chorégraphie dont elles sont les danseuses, pousse plus loin la diffusion de sa discipline. Elle donne à comprendre

¹ Éducation et action culturelle Politique et activités. Service de soutien aux institutions muséales. Ministère de la Culture et des Communications. p. 83.

le pouvoir de la danse et de ses codes. Dans les deux cas, ils rendent acteur, celui que l'on aurait pu conserver dans le seul rôle de visiteur ou spectateur.

Dans ces deux exemples, plutôt que de faire pour, on fait avec. L'objectif est différent, le processus est différent. Et loin de moi l'idée de prôner que seul ce type de démarche est dorénavant la règle.

Si elle nécessite impérativement la participation du public, et ce, quels que soient le genre et la nuance choisis dans cette gamme des niveaux de la médiation culturelle, le résultat en est-il celui de développer ces publics, de les fidéliser ou d'en faire de véritables acteurs sociaux?

Brièvement, je prends exemple sur quatre projets réalisés au Musée de la civilisation.

Participe-Présent ici et ailleurs, un rendez-vous mensuel sur l'un ou l'autre sujet de société, mettant en présence des spécialistes du sujet, de diverses tendances, qui confrontent leurs idées et échangent avec le public. Depuis 7 ans maintenant, ces rendez-vous amènent de 200 à 400 participants, à chaque fois composés de nouveaux visages, à l'exception d'un noyau dur d'une dizaine de personnes qui y assistent peu importe le sujet. On discute ferme, on s'informe, on échange : église et homosexualité, développement hydroélectrique des rivières, droit de grève, la question de l'Iran, de la Chine, suicide chez les jeunes, pas de sujet interdit! Y a-t-il médiation culturelle? Oui, parce que, outre l'information par des experts, il y a dialogue avec le public, écoute, prise en compte des opinions. Y a-t-il développement de publics? Oui, parce que des milliers de personnes de diverses origines, âges, milieux sociaux, ont participé, et ce, dans le respect du mandat et de la mission de notre musée, un musée de société. De plus, des dizaines de milliers de visiteurs du site Internet du musée peuvent écouter l'intégrale des rencontres et en télécharger les contenus sur iPod.

L'exposition *L'Aventure cinéma* nous a donné l'occasion de développer un projet formidable avec des jeunes vivant avec un handicap et fréquentant un centre de réadaptation. Grâce à une contribution financière de la Fondation du Musée de la civilisation, avec des cinéastes professionnels, sur une période de 6 mois, ils ont appris à scénariser, cadrer, filmer, monter, bref, réaliser et produire des documentaires qui furent projetés un soir de gala au musée (même soir que la remise des prix Gémeaux). Leurs films étaient très bien réalisés, pertinents, troublants, témoignant de ce qu'ils vivent. Mais après la fin de l'exposition, nous n'avions plus de raison, de moyens de poursuivre l'expérience qui aurait mérité d'être poussée plus loin. Avons-nous développé un public? Soyons réalistes, ils étaient 12, quoique la soirée de gala ait permis à quelques centaines de participants, de découvrir l'exposition par la même occasion. Y a-t-il eu médiation culturelle? Oui, car ces jeunes sont devenus de véritables acteurs, qu'on a perçu leur fierté d'être reconnus, écoutés. Mais pour que la démarche soit réussie à tous points de vue, un accompagnement en prolongation aurait été nécessaire. Au moins une prise 2, afin que pour la troisième, ils aient développé d'autres contacts, trouvé d'autres ressources.

Je pense à l'unité mobile Démocratie en route qui circule à travers le Québec à la rencontre des jeunes dans les cours d'établissements scolaires. Une exposition interactive, mais surtout la présence d'un animateur qui, plutôt que de communiquer des notions de l'histoire de la démocratie ou expliquer les enjeux de la démocratie selon le modèle plus classique des visites dirigées par des guides en salles d'expositions, provoque un dialogue avec les jeunes. Droit de vote, liberté d'expression, des sujets chauds d'actualité où la réponse n'est pas évidente. Or, on le sait, les musées et les institutions en général n'aiment pas jouer sans filet. Le rôle étant plutôt d'expliquer, démontrer, ici, on réfléchit ensemble et on n'a pas toutes les réponses. Les jeunes expriment leurs opinions et leurs contraires. L'opération semble assez intéressante puisque des enseignants et des professeurs nous informaient que les échanges se poursuivent, que des étudiants n'ayant encore jamais pris la parole en classe se lancent dans la discussion, défendent leurs points de vue. Les jeunes deviennent acteurs de l'activité. Iront-ils exercer leur droit de vote

au prochain scrutin, liront-ils différemment un journal ou une nouvelle sur Internet? Les premiers résultats d'une évaluation laissent présumer que, pour plusieurs, l'impact est réel parce qu'ils se sont sentis concernés, qu'ils avaient la possibilité d'agir. On développe de nouveaux publics puisque nous sommes un peu partout sur le territoire. Je ne crois pas, par ailleurs, qu'on les fidélise, mais on les rend acteurs.

Dernier exemple : Le Potager des visionnaires conçu par Franco Dragone. Des centaines de jeunes et le grand public ont contribué à la plantation, posé un geste pour garnir le potager dont les récoltes seraient remises à ceux qui en ont besoin. Outre la sensibilisation à l'importance de l'eau pour nourrir l'humanité, des centaines de visiteurs ont fait la requête de refaire une telle activité à caractère communautaire et caritatif. Développer de nouveaux publics : 670 000 visiteurs le confirment. Parmi eux, plusieurs centaines auront été acteurs, impliqués dans la réalisation de ce potager. Donc deux objectifs atteints.

Un exemple en provenance de l'étranger, exceptionnel, celui de l'Australium Museum qui a engagé, sur plusieurs années, un processus pour intégrer des aborigènes. Plutôt que de parler des aborigènes, ils ont parlé avec eux. Et cette intégration a même conduit à des changements d'ordre législatif en matière d'équité, d'égalité et évidemment, de changement dans la manière de présenter des expositions sur les nations aborigènes.

En ce qui concerne le milieu muséal, je souscris tout à fait aux principes de la charte déontologique de la médiation culturelle de l'association Médiation culturelle même si des différences existent entre la pratique au Québec et en France. Au Musée des Confluences de Lyon, qui a une activité très importante en matière de médiation culturelle et qui vient de publier *Du Muséum au Musée des Confluences Médiation et activités culturelles*, on pose l'assertion de trois types d'accessibilité pour une réelle médiation : accessibilité des contenus, accessibilité physique et accessibilité sociale.

Avant de laisser aux participants de cette table la tâche de développer sur le thème du développement des publics et de la communauté, voici quelques pistes et principes qui me semblent garants de médiation culturelle réussie :

- Il faut impérativement que les actions s'inscrivent dans la mission de l'institution, qu'elles soient pertinentes.
- Que l'institution précise jusqu'où elle veut aller : Information? Sensibilisation? Mobilisation? Action?
- Que l'institution s'engage et soit solidaire et que cet engagement ne soit pas le lot d'un seul secteur.
- Qu'il lui faut aller à la rencontre des publics, apprendre à les connaître, les respecter dans leur intelligence, leurs différences, pour développer, renouveler les pratiques culturelles.
- Qu'il faut créer du lien social parce que notre spectateur, notre visiteur est avant tout un citoyen, un membre d'une communauté et accepter qu'il devienne acteur avec le respect à l'égard de ce qu'il créera, apportera.
- Qu'il faut faire en sorte que ces actions contribuent à donner du sens.
- Qu'il faut favoriser la transdisciplinarité, l'intergénérationnel, l'interculturel.

Hélène Pagé

Hélène Pagé a reçu une formation en pédagogie à l'Université Laval. Pendant près de 10 ans, elle occupera différents postes au ministère des Affaires culturelles : à la création du programme d'intégration des arts à l'architecture, aux arts d'interprétation et à l'aide à la création. Depuis 1988, elle œuvre au sein du Musée de la civilisation où elle occupe, depuis 2001, la fonction de directrice du Service de l'action culturelle et des relations publiques. Elle a présidé la Société des musées québécois de 1996 à 2001 et y a coprésidé le comité MCC-SMQ pour la politique muséale. www.mcq.org