



## GROUPE DE RECHERCHE SUR LA MÉDIATION CULTURELLE

### FICHES D'EXPÉRIENCES

**Fiches d'entrevues réalisées auprès d'acteurs de milieux culturels  
reliés à la médiation culturelle, au Québec, à l'automne 2007.**

#### **Organismes rencontrés :**

Café Graffiti, Centre d'histoire de Montréal, Corporation de développement culturel de Trois-Rivières, Dare-Dare, Musée des beaux-arts de Montréal, Théâtre des Petites Lanternes, Théâtre de Quat'sous, Tohu, la cité des arts du cirque, Wapikoni mobile.

Les fiches sont accompagnées d'un texte synthèse publié dans le cahier spécial du Laboratoire d'animation et de recherche culturelles (LARC)

*Regards croisés sur la médiation culturelle*

disponible sur notre site :

<http://www.culturepourtous.ca/mediation/index.htm>

#### **Entrevues et rédaction :**

**Alexis Langevin-Tétreault et Marie-Nathalie Martineau**

Assistants de recherche, Département de sociologie, Université du Québec à Montréal

## Café Graffiti

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### 1. Renseignements généraux

- Nom de l'organisme : Café Graffiti
- Coordonnées :  
4237 Ste-Catherine Est, Montréal, H1V 1X4  
(514) 259-6900  
[http://www.journaldelarue.com/ROOT\\_FOLDER/cafe.html](http://www.journaldelarue.com/ROOT_FOLDER/cafe.html)  
Télécopieur: (514) 256-9444
- Personne contactée :  
Raymond Viger, rédacteur en chef, responsable et initiateur du Café Graffiti

### 2. Présentation générale de l'organisme

- Type d'activités :  
Le Café Graffiti est un lieu de rassemblement gratuit pour les jeunes, il génère des activités créatrices aux couleurs hip hop et offre des services d'agence d'artistes.
- Domaines d'activités :  
La prévention de la toxicomanie, de la violence et de l'exclusion sociale.
- Mandat :  
D'une façon générale, le Café Graffiti œuvre à favoriser, à supporter et à développer des projets novateurs permettant au milieu social de retrouver son pouvoir d'action et son autonomie.

Le Café vise à aider et à favoriser le développement et l'autonomie des jeunes, souvent marginalisés, en leur offrant des activités créatrices et formatrices. Il défend ainsi et promeut les intérêts des jeunes en sensibilisant, informant et éduquant la population sur les besoins des jeunes et sur la façon d'être un adulte responsable et significatif. Finalement, le Café Graffiti fait la promotion d'une société plus humaine, par la sensibilisation aux différents phénomènes sociaux et facilite les relations entre les différents acteurs et partenaires.

- Historique :  
L'organisme le *Journal de la Rue*, un projet affilié et antérieur au Café Graffiti, a été créé en 1992 afin de donner un moyen d'expression journalistiques aux jeunes de Montréal. Le Café Graffiti est né de ce premier projet en 1997 afin de mener plus loin l'action auprès des jeunes.
- Environnement :  
L'environnement immédiat est le quartier montréalais Hochelaga-Maisonneuve. Le rayonnement du Café touche le Montréal métropolitain, le Québec et l'international.

- Réseaux :  
Organismes de prévention du suicide et de la toxicomanie, regroupement de journalistes et d'éditeurs.
- Structure organisationnelle :  
Deux adultes sont les responsables officiels du Café et plusieurs jeunes s'impliquent bénévolement.
- Partenaires, collaborations :  
Les partenaires officiels du Café Graffiti sont l'Association des Intervenants en Toxicomanie du Québec, l'Association Québécoise de Suicidologie, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, la SOPREF, l'Académie des sciences en arts visuels, la Table de concertation culturelle, le Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration, Patrimoine Canada, la Ville de Montréal, l'Association québécoise des éditeurs de magazines du Québec (AQEM) et le Canadian Magazine Publishers association (CMPA)
- Sources de financement :  
Le Café se finance avec les revenus engendrés par l'abonnement au magazine « Reflet de Société », par le service d'agence d'artiste ainsi que par le financement gouvernemental attribué pour certains projets spécifiques.

### Éléments de synthèse de l'entretien

---

#### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Raymond Viger est le rédacteur en chef du *Journal de la rue*. Il est aussi l'initiateur et l'un des responsables du projet café Graffiti. Ses tâches diversifiées concernent la gestion des dossiers du Café : homme à tout faire, il veille à l'entretien ménager comme à la comptabilité, il s'occupe du service d'agence d'artistes et il offre de l'aide psychothérapeutique, en plus de s'occuper des relations publiques.

#### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

Le Café Graffiti est un lieu gratuit de rassemblement destiné aux jeunes marginalisés de Montréal. La violence, l'alcool et la drogue ne sont pas autorisées dans ce local disponible en tout temps pour les habitués. Par la création d'un cadre de vie sécuritaire et valorisant, le Café Graffiti lutte contre la violence, la toxicomanie et l'exclusion sociale. Il pratique l'intervention sociale en supportant la création artistique des jeunes marginalisés et en favorisant sa diffusion.

L'intervention sociale pratiquée au local revêt généralement une teinte artistique hip hop. Les jeunes y organisent des ateliers musicaux et d'écriture, des démonstrations de *break dance*, etc. Le Café fournit des toiles, un ordinateur, une imprimante ainsi que d'autre matériel permettant ce type d'expression artistique et de rencontres thématiques.

Le service d'agence d'artiste du Café vise à valoriser et à faire la promotion de l'art et de la culture des jeunes marginalisés de Montréal. Les graffitis sur toiles réalisés au Café par les jeunes y sont exposés, et des vernissages « grands publics » présentés à l'extérieur du Café sont mis sur pieds ponctuellement.

L'organisme tisse notamment des liens avec des organismes culturels privés et publics de Montréal, du Québec et à l'international pour permettre le rayonnement de ces jeunes créateurs. L'organisme ne vise pas à prime abord à former des artistes professionnels : ce qui importe est le processus valorisant de création et de rencontre avec le public. Les jeunes sont ainsi amenés à assumer et affirmer leur identité, tout en apprenant à interagir de façon constructive avec différents milieux culturels.

## **5. Pratiques de Médiation :**

### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Le Café Graffiti n'utilise pas le vocable « médiation culturelle ». Les activités de l'organisme ne se limitent toutefois pas à offrir de l'aide psychothérapeutique et à gérer la carrière des jeunes créateurs hip hop. Une spécificité importante des activités du centre relevant de la « médiation » est qu'elles visent à tisser des liens durables et bénéfiques entre, les jeunes marginalisés et isolés et la communauté. Le processus de création artistique que favorise le Café permet de rompre avec l'isolement et les préjugés par la rencontre entre la culture marginalisée des jeunes et la culture officielle et institutionnelle, ainsi qu'avec les populations extérieures à cette culture hip hop.

Des activités telle que l'exposition de graffitis sur toile dans un parc public permettent de faire mieux comprendre à la population la réalité des jeunes marginalisés et leur culture particulière. Elles permettent d'engager une discussion entre créateurs et public qui n'aurait probablement pas lieu autrement.

Aussi, la participation des jeunes créateurs hip hop à la réalisation des décors et des prestations lors des *Francofolies* démystifie et valorise cette culture, tout en favorisant l'intérêt du « grand public » pour celle-ci.

En plus du support à la création et à la diffusion, l'organisme participe à différentes tables de concertation traitant des problématiques relatives aux jeunes marginalisés. Il permet ainsi une discussion plus éclairée sur la question et stimule le dialogue entre les différents acteurs locaux.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

Tous les jeunes de Montréal sont invités à participer aux activités du Café Graffiti. Ce dernier est à l'écoute des besoins de ses usagers et s'adaptent selon la demande : ce sont les jeunes qui donnent la teinte hip hop au centre. Aucun type de projet n'est jugé farfelu, le centre épaulé autant que possible tous les créateurs dans leur démarche. Lors de la diffusion des œuvres, sauf dans le cas de projets spécifiques destinés aux habitués du Café, ce sont généralement tous les publics qui sont visés. Cette démarche vise à décloisonner la culture hip hop pour la faire connaître et dialoguer avec toute la communauté, autant avec les citoyens qu'avec les commerçants et élus.

Cette médiation vise à mieux faire comprendre le travail artistique hip hop et la culture des jeunes, ainsi qu'à mieux faire comprendre la vocation du centre lui-même. Elle cherche d'une part à sensibiliser et à éduquer la population en général à propos de la fonction sociale et politique de l'art et cherche à déconstruire les préjugés et les mythes entourant la culture hip hop; d'autre part, elle cherche à sensibiliser les jeunes artistes à la question du travail dans l'espace public et à la réaction des différents publics.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

Pour le Café Graffiti, la notion de médiation culturelle semble être un terme à la mode apparenté à la résolution de conflit. Le centre montre des réserves à utiliser ce concept qu'il juge trop académique. Enfin, le Café Graffiti accepte de parler de « médiation culturelle » dans la mesure où il s'agit d'une mise en relation entre différents acteurs en non pas une gestion de conflit, et à la condition que la « culture » à médiatiser ne soit pas forcément officielle ou institutionnelle, que la médiation puisse s'opérer dans tous les sens.

Pour l'organisme, ce qui importe est de faire l'exploration des possibilités qu'offre l'art en tant que moyen d'expression, d'outil politique et thérapeutique. Au niveau personnel, il s'agit de sortir le jeune de l'isolement en lui donnant les outils pour créer et pour lui permettre de faire connaître ses créations à la communauté. Cette médiation confronte l'artiste en imposant une rencontre directe avec les publics et permet ainsi de générer une discussion enrichissante pour tous. Le travail du centre, à ce titre, est d'encourager l'artiste à suivre l'évolution de son travail, de le conseiller ou de l'épauler dans cette démarche tout en respectant ses décisions et son espace d'autonomie. Au niveau politique et social, il s'agit de faire (re)connaître ces démarches artistiques marginalisées et de les faire interagir avec toute la société. L'art de la rue aborde et témoigne de maintes problématiques sociales taboues, il présente un regard particulier sur la société par ses jeunes et invite en ce sens à un questionnement et une discussion sur la réalité des jeunes marginalisés.

### **b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

Cette médiation est orientée vers une rencontre avec le plus grand public possible, à travers une multitude d'espace artistique et publique de différents milieux: décors de théâtre, festival, exposition dans les parcs, etc.

### **c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact réel des pratiques du centre est difficilement quantifiable et l'organisme n'a pas de mécanisme officiel pour ce faire. Toutefois, de nombreux cas de résilience chez les jeunes marginaux ont été observés lors de leur passage au centre. Aussi, le haut taux de fréquentation du local ainsi que le fait qu'il y ait une demande constante de la part des clients extérieur au café semble démontrer la réussite du projet. En effet, le Café n'a pas à chercher les clients « acheteurs » de produits artistiques, ces derniers le contactent d'emblée.

D'autre part, les commerces voisins du Café voyaient d'un mauvais œil l'arrivée d'un centre pour jeunes marginaux en 1997, ils craignaient une hausse de vandalisme et de toxicomanie. Ces voisins ont appris à connaître le centre et ses usagers : la culture hip hop est maintenant mieux comprise et les relations sont cordiales avec le centre. De plus, des études commandées par les marchands du quartier il y a quelques années tendent à démontrer l'impact positif du Café quant à la diminution des graffitis illégaux dans le quartier.

## **6. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

Ce qui motive le Café Graffiti est la croyance fondamentale au caractère thérapeutique de la création artistique et du contact avec le public. L'art est un moyen privilégié pour briser l'isolement et entraîner une discussion permettant de déconstruire les préjugés entourant les jeunes marginaux. Les commerçants du voisinage reconnaissent la pertinence du centre et sont ouverts à la collaboration. Cette bonne entente avec le quartier fait du centre un lieu de référence connu de toute la communauté. La réputation du Café dépasse les limites du quartier Hochelaga-Maisonneuve : l'organisme est maintenant connu internationalement et est décrit comme un pilier du mouvement hip hop au Québec.

### **b. Difficultés et obstacles :**

Le personnel du Café manque de temps pour mener les projets aussi loin qu'il le désirerait. Aussi, le manque de reconnaissance institutionnel nuit fortement au financement de l'organisme. Plusieurs bourses récurrentes échappent au centre à cause de son incapacité intrinsèque à correspondre aux catégories ministérielles. Le personnel doit alors s'impliquer d'autant plus pour pouvoir faire beaucoup avec peu.

La nouvelle mairie montréalaise a coupé les ponts avec l'organisme. Une journée graffiti a été récemment organisée par la Ville, mais le Café n'a pas été contacté. Les relations avec l'ancien gouvernement municipal étaient pourtant harmonieuses.

## **7. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Les compétences requises pour réaliser le travail de médiation au Café Graffiti ne semblent pas être spécifiques. Il s'agit notamment d'avoir une grande capacité d'écoute, d'être travaillant, d'être sensible à l'art et de faire preuve d'ouverture d'esprit.

## **8. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

Le centre croit que la médiation qu'il opère ne peut pas s'apprendre d'une façon académique, théorique ou magistrale. Il s'agit principalement d'un travail de terrain qui s'ajuste à la réalité mouvante de sa clientèle. Une formation universitaire en médiation culturelle serait superflue.

Le centre serait plus enclin à participer à une série de rencontres avec d'autres intervenants du milieu afin de concerter leurs actions et partager leurs expériences concrètes.

## **Centre d'histoire de Montréal**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme : Centre d'histoire de Montréal
- Coordonnées : 410, Saint-Nicolas, bureau 124  
Montréal H2Y 2P5  
Tél. : 514-872-3216  
Télec. : 514-872-9645  
[jleclerc@ville.montreal.qc.ca](mailto:jleclerc@ville.montreal.qc.ca)
- Personne contactée : Jean-François Leclerc  
Directeur général  
Tél : 514-872-0238

### **2. Présentation générale de l'organisme :**

- Type d'activités : Le Centre d'histoire de Montréal est un musée d'histoire municipal. Il présente des expositions permanentes, temporaires et virtuelles (notamment avec le « Musée de la Personne », qui est voué à la collecte d'histoires de vies), et participe à des activités spéciales ou interprétatives (collection, éducation, animation, publications, diffusion sur Internet).
- Domaines d'activités : Histoire sociale et culturelle ; muséologie ; nouvelle muséologie sociale ; patrimoine bâti et matériel ; patrimoine immatériel.
- Mandat : Sa mission est de permettre à tous de voir son histoire enregistrée, préservée et diffusée. L'approche du musée favorise la valorisation des individus et des communautés en proposant une réflexion sur l'identité.
- Durée/pérennité : variable.
- Historique : Le musée fut d'abord fondé comme « centre d'interprétation » en 1983. Il se rattache alors à la thématique spécifique de l'histoire de la ville de Montréal, saisie à travers son territoire, son héritage matériel et son patrimoine immobilier. Au tournant des années 2000, le Centre choisira de se définir, sans pour autant abandonner sa mission première, par une approche d'histoire contemporaine, populaire et quotidienne davantage ancrée dans le patrimoine immatériel et la mémoire de Montréal.

### **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

#### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Muséologue et historien, Jean-François Leclerc est directeur du Centre d'histoire de Montréal depuis 1996.

#### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

Les activités du Centre d'histoire ne se réclament pas directement de la « médiation culturelle », bien que plusieurs dimensions qui lui sont reliées s'inscrivent au cœur de bon nombre de ses projets.

Le Centre d'histoire est d'abord un musée municipal qui cherche à ce titre à se déplacer et à se rapprocher de la communauté citoyenne. Il se dédie à l'histoire de Montréal, envisagée tant du point de vue de son patrimoine matériel qu'immatériel. Sa démarche est inspirée des approches écomuséales et de la nouvelle muséologie sociale, bien qu'elle maintienne des techniques plus traditionnelles d'exposition et de conservation. Les projets et les activités qui y sont menés cherchent à « faire parler » les traces présentes ou quotidiennes d'une histoire à la fois sociale, culturelle et populaire de la ville.

En effet, à l'inverse des pratiques muséales traditionnelles qui cherchent à valoriser et à transmettre le contenu de collections « exhaustivement » constituées, le Centre d'histoire de Montréal met de l'avant une démarche davantage sociale ou plus 'ancrée'. Dans plusieurs cas, le choix des thématiques et le déroulement des projets s'effectuent en collaboration avec une communauté montréalaise ciblée : tenue de 'cliniques de mémoires', collecte de témoignages, de récits, d'objets et d'images, réunions et invitations festives, etc. Le processus global qui mène au montage d'une exposition ou encore à la tenue d'un événement artistique ou éducatif est donc considéré comme tout aussi important, voire comme faisant intégralement partie du « résultat » final. Ce processus, qui insiste sur le caractère construit et créatif de la pratique muséale, a autant de valeur que la « valeur » objective des objets conservés, ou que la forme et les contenus qui sont le cas échéant exposés.

Ces démarches auprès des communautés (portugaises, chinoises, haïtiennes, et plusieurs autres ; programmes d'insertion pour jeunes ou immigrants, histoire des aides domestiques de Montréal, etc.) cherchent à révéler ou à activer une mémoire, qu'elle soit générale ou spécifique, à partir d'un ensemble de « patrimoines de proximité ». Ce travail avec les communautés donne au musée la possibilité de dresser un « inventaire perceptif » du patrimoine immatériel, des traditions et des mémoires vives de Montréal.

#### **5. Pratiques de Médiation :**

##### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Les activités de médiation du Centre d'histoire de Montréal sont toujours reliées à des expositions ou encore à des activités éducatives. Le Centre travaille avec des équipes interdisciplinaires, et accueille également certains projets spéciaux qui lui sont soumis. En ce sens, le Centre a encouragé et développé certaines initiatives intégrant au processus muséologique de travail et la contribution de certains artistes en arts visuel et contemporain. L'ensemble de ces démarches, toujours spécifiques, tente d'opérer une médiation culturelle qui permette aux communautés de se réapproprier de manière constructive et vivante les outils et les contenus historiques ainsi mis en jeu. L'idée est de tenter de se servir de l'exposition comme d'une occasion ou d'un prétexte afin de mettre certaines ressources à la disposition des communautés. Elle implique donc un travail multiforme d'interprétation visant à outiller et à enrichir la démarche des 'publics', en tentant de se dégager des outils classiques, des 'recettes' et d'un certain 'mimétisme' ambiant propre à l'univers muséologique.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

La médiation pratiquée par le Centre cherche de manière générale à réaliser ou à réactualiser une liaison entre, notamment, immigrants et non immigrants, artistes et pratiques muséales. Tel qu'évoqué plus haut, en raison de sa vocation urbaine, les projets de médiation du Centre d'histoire sont souvent ancrés dans l'histoire et les communautés culturelles de Montréal. Ils visent avant tout une découverte, une ouverture, une réappropriation de la part de ces dernières: une prise de conscience d'une condition politique ou historique, une consolidation des liens communautaires, etc.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

La médiation culturelle semble correspondre davantage à une condition de possibilité d'un travail fondamentalement exploratoire et interdisciplinaire, plutôt qu'à un statut particulier et défini. Elle demande un travail d'intégration et de croisement d'expériences, de pratiques, d'expertises (et de financements !) relatifs à autant d'univers qui, autrement, ne pourraient que difficilement se rencontrer. Elle est aussi une réflexion qui doit sans s'y substituer être intégrée à la pratique. En ce sens, le médiateur est quelqu'un qui crée des liens, et peut intervenir dans le rapprochement de milieux difficiles ou cloisonnés.

La médiation est aussi une manière originale d'envisager l'idée de « vulgarisation » culturelle. Elle consiste en une communication « adaptée » d'une expérience ou d'une connaissance complexe. À l'inverse de certaines méthodes plus passives ou plus classiques, celle-ci doit parvenir à susciter une réaction active chez le récepteur, qu'elle soit immédiate, d'ordre simplement 'perceptive' ou développée à plus long terme. Avant tout, la médiation est une relation humaine et intersubjective qui exige une « durée », et qui s'oppose en ce sens aux logiques spectaculaires ou strictement événementielles de la culture. Le public ne se réduit pas à un consommateur potentiel ; la médiation culturelle a pour fonction de mettre en valeur le potentiel créateur de ce dernier. En ce sens, la pratique du Centre d'histoire cherche à se dégager des préjugés qui divisent souvent artificiellement formes culturelles 'officielles' et formes culturelles populaires et dévalorisées.

### **b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

La médiation n'est pas exclusive, et elle s'applique en théorie à tous : individus, membres d'une communauté, citoyens d'une ville, etc. En pratique, les orientations et les activités d'une organisation ou d'un centre, sa situation ou encore ses moyens entrent souvent en « affinités électives » avec certains groupes plus que d'autres. Dans le cas du Centre d'histoire, les projets les plus porteurs se sont trouvés rejoindre les communautés ethnoculturelles et immigrantes de Montréal. Cette vocation n'est donc pas exclusive, mais continue d'y être valorisée.

### **c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact des activités de médiation est extrêmement difficile, voire impossible à mesurer. Ce qui en ressort est davantage de l'ordre du « senti », c'est-à-dire qu'il est relatif à la qualité et à la profondeur de la relation établie, au caractère « volontaire » de la participation suscitée et au sentiment d'avoir déclenché un engagement chez les individus impliqués. Cet impact transparaît simplement dans la facture implicite de leur présence, ou dans les commentaires qu'ils en formulent après coup.

La médiation aura réussi dans la mesure où l'on peut ainsi deviner, aussi subjective cette impression puisse-t-elle être, avoir déclenché quelque chose (une dynamique, une prise de parole, un partage, un lien, etc.) au sein d'une communauté. Souvent, la pratique de médiation révèle des dynamiques socioculturelles, voire des tensions ou des conflits qui relèvent de la communauté elle-même, davantage que du contenu culturel ou muséal communiqué.

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

Les initiatives du Centre d'histoire renvoient à un idéal d'action sociale qui reconnaît et défend la pertinence et la dimension active de la culture.

Les musées, comme l'art, ont une mission éminemment publique qu'il faut chercher à préserver, à défendre et à réinventer. Si l'art a depuis longtemps cherché à investir les lieux et les espaces publics, la muséologie demeure une pratique encore relativement peu décloisonnée. Au-delà des visées du spectacle, du divertissement et de la consommation culturelle, la médiation culturelle peut espérer opérer une « rencontre » véritable qui corresponde à un besoin réel et effectif des citoyens, de plus en plus affectés par diverses formes de solitude urbaine. En ce sens, la médiation cherche à intervenir dans la quotidienneté; elle est un geste parmi d'autres pouvant contribuer à restituer un lien social.

La médiation culturelle nécessite un contexte de souplesse et d'autonomie. L'un des avantages majeurs dont dispose à cet effet le Centre d'histoire est sa position d'« entre-deux ». Tout dépendant soit-il de la structure municipale dans laquelle il s'insère, il dispose d'une autonomie de gestion et d'une souplesse administrative sans lesquelles les projets de médiation seraient à toute fin pratique impossibles. Aussi cette tension relative est-elle une condition de la pratique qui est importante à réitérer.

### **b. Difficultés et obstacles :**

Le manque de temps, d'investissements, de ressources est criant. Les budgets octroyés par la ville ne permettent pas d'embauches permanentes, les enveloppes étant gelées depuis environ 10 ans. Les structures administratives dans lesquelles s'insère le Centre d'histoire ne suffisent pas à reconnaître et à soutenir de manière juste et adéquate une telle pratique. De plus, les expériences réalisées avec les communautés sont souvent très riches, mais semblent se dissiper dans l'impossibilité pour le musée d'en assurer un suivi à plus long terme. Le manque de recul et de temps afin de pouvoir mener un retour réflexif sur ces expériences est aussi une contrainte importante.

Certaines difficultés se rapportent au contexte spécifique de la pratique muséale. Il s'agit d'un milieu longtemps resté en marge des solidarités communautaires, et qui conserve dans l'imaginaire populaire une connotation conservatrice et rigide, voire élitiste, pourtant contradictoire avec la diversification effective des pratiques contemporaines. La forte concurrence entre les nombreux musées d'histoire (à Montréal et au Québec) ainsi que la dépendance de ceux-ci à l'égard d'une logique contaminée par la recherche de clientèles posent également des défis de taille à la mise en place de projets de médiation.

De plus, les habitudes et les structures d'attentes associées à la pratique muséale sont le plus souvent rapportées à des comportements de « consommation culturelle » ou « événementiels » difficiles à déconstruire, à la fois auprès des publics et auprès des interlocuteurs politiques. Les projets de médiation sont souvent de petite envergure, longs à réaliser et difficiles à publiciser, ce qui les rend peu attrayants du point de vue des décideurs et des élus.

#### **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Les compétences du médiateur sont partagées par plusieurs disciplines. Elles touchent à la gestion de projet, à la bonne connaissance du public, et surtout au respect du bagage propre de ceux-ci. Le médiateur doit également être en mesure d'évaluer les forces et les faiblesses de la pratique culturelle, afin d'orienter et de développer les expériences en vue de nouveaux projets, ou encore d'en prendre le relais.

#### **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

La médiation culturelle est sous-tendue par la mission du Centre d'histoire : en ce sens, elle y est pratiquée depuis toujours. Les pratiques de médiation y sont donc en quelque sorte omniprésentes, c'est-à-dire qu'elles ne correspondent pas à une fonction précise ou qui ne serait pas par ailleurs déjà remplie par les acteurs du milieu. Pour cette raison, et aussi parce qu'il est difficile d'envisager, dans les structures financières et organisationnelles actuelles, la création de postes à l'intention de médiateur culturel, une professionnalisation de ce champ n'est pas souhaitable. Si une profession de médiateur devait toutefois être envisagée, elle devrait se concentrer en amont et en aval des projets concrets, c'est-à-dire, d'une part, à réunir les conditions de financement et de collaboration nécessaires et, d'autre part, à assurer la continuité *ex post* des démarches au sein des communautés. Une telle reconnaissance aurait l'avantage de trouver un soutien plus concret et plus pérenne ; toutefois, la rigidité traditionnelle de structures courrait le risque d'en contraindre la liberté et la créativité.

Une réflexion qui conduirait par exemple à un guide de pratiques et de bonnes conduites relatives aux projets culturels en communautés serait grandement la bienvenue. La médiation culturelle a essentiellement un rôle critique et de recul qui doit nourrir et informer la pratique, laquelle, si elle est davantage communiquée et discutée, pourra contribuer à rendre plus visibles des pratiques encore trop souvent peu connues ou reconnues.

## **Corporation de développement culturel de Trois-Rivières**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme :  
Corporation de développement culturel de Trois-Rivières
- Coordonnées :  
1425, place de l'Hôtel de Ville  
Case postale 368, Trois-Rivières (Québec) G9A 5H3  
Téléphone : (819) 372-4614  
Télécopieur : (819) 372-4632
- Personne contactée :  
Mélanie Brisebois, Médiatrice culturelle

### **2. Présentation générale de l'organisme**

- Type d'activités :  
La Corporation s'occupe de la diffusion culturelle, du développement de public, et de la promotion des artistes locaux de Trois-Rivières. Elle s'efforce de faire des arts et de la culture l'une des pièces maîtresses du développement global et durable de Trois-Rivières.
- Domaines d'activités :  
Médiation artistique
- Mandat :  
La mission de la Corporation est de gérer les équipements et les programmes culturels de la ville de Trois-Rivières, de soutenir les organismes du milieu, de diffuser le patrimoine des arts visuels et des arts de la scène, de gérer la salle J.-Antonio-Thompson, la Maison de la culture, le Centre d'exposition sur l'industrie des pâtes et papiers et celle du Centre culturel Pauline-Julien.
- Historique :  
La corporation a été créée en 1997, suite à l'initiative de Michel Jutras et de ses collaborateurs. Il est historiquement le premier organisme officiel de médiation culturelle au Québec.
- Réseaux :  
La Corporation fait affaire avec 67 organismes culturels de la ville de Trois-Rivières (centres communautaires, salle de spectacle, ...).
- Structure organisationnelle :  
Le mandat de la corporation a été donné par la Ville de Trois-Rivières. Michel Jutras est à la tête de cette corporation.

- Sources de financement :  
Le financement est principalement octroyé par les deux paliers de gouvernement et la ville de Trois-Rivières.

## **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Mélanie Brisebois, Médiatrice culturelle.

Elle est la personne responsable de créer et de soutenir les liens entre la corporation, les organismes culturels, la population et les créateurs.

### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

Tout en travaillant au dynamisme de la création et de l'offre culturelle, la Corporation s'efforce particulièrement de mettre en place des stratégies de diffusion pour inclure les publics marginalisés dans ses activités.

L'organisme lutte en effet contre l'exclusion culturelle en appuyant les personnes défavorisées ou qui sont entravées sur les plans physique, économique, social ou éducationnel. En ce sens, la Corporation a mis sur pieds le Club Culture, un réseau de distribution de billets gratuits pour plus de 500 membres parmi les populations ciblées. En plus de nombreuses activités « grand public » invitant les citoyens à participer à la culture de leur ville, la Corporation offre par le Club des activités artistiques participatives et des ateliers éducatifs ponctuels. Il ne s'agit donc pas ici seulement d'œuvrer à l'augmentation du taux de fréquentation des lieux culturels mais bien d'initier le plus grand nombre de citoyens au processus créatif et aux différentes formes d'expression culturelle, à la fois comme créateurs et comme public. Dans la même optique, l'organisme offre du soutien aux différents programmes scolaires reliés à la culture.

La Corporation travaille aussi avec les artistes de la communauté en supportant leur cheminement créatif. L'organisme soutient les créateurs par de nombreux programmes de subventions et aide aussi à la diffusion des œuvres artistiques en mettant en contact les artistes avec les 67 organismes culturels qu'il supporte. La corporation est donc présente en amont en en aval de la création. Elle veille autant à supporter le cheminement des artistes que celui des différents publics.

### **5. Pratiques de Médiation :**

#### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

La Corporation est le relais inévitable entre les créateurs, les organismes culturels et les publics à Trois-Rivières. Son travail de médiation culturelle lui est spécifique puisqu'il est historiquement le premier organisme à revendiquer cette terminologie et qu'il a établi lui-même son cadre d'action. La médiation culturelle est le rôle principal de l'organisme et elle s'inscrit dans une démarche de développement culturel qui allie valeurs humanistes, développement de public et soutien aux artistes.

Cette médiation vise essentiellement à mettre en relation de façon durable les différents acteurs culturels de Trois-Rivières. La Corporation agit comme intermédiaire éclairé en soutenant les projets culturels par plusieurs types de subventions et par un réseautage efficace des créateurs, organismes et publics. De façon générale, cette pratique de médiation tend à faire disparaître les obstacles entravant l'accès à la culture, par notamment la distribution de billets de spectacle gratuits et le soutien financiers et techniques aux ateliers communautaires créatifs gratuits. Elle organise aussi de nombreuses activités gratuites d'envergure destinées à sensibiliser la population et les artistes au rôle et à l'importance de la culture.

**b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

La médiation pratiquée par la Corporation s'adresse à toute la population, à tous les artistes et centres culturels de Trois-Rivières. L'accent est toutefois mis sur le support aux publics exclus, aux artistes émergents et aux centres culturels marginaux. Il s'agit de transmettre l'envie de participer à la culture de façon active au plus grand nombre en fournissant tous les outils nécessaires pour ce faire. Les installations culturelles publiques appartiennent à la communauté de Trois-Rivières, il importe donc de les rendre accessibles à tous ses citoyens.

**6. La notion de la médiation culturelle :**

**a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

Le principe de base qui motive l'action de la corporation est la nécessité de l'universalité d'accès à la culture. Les institutions culturelles de la ville appartiennent à tous les citoyens et donc tous devraient avoir les outils pour comprendre et participer à cette culture. La sphère culturelle n'est pas autonome du reste de la société, elle participe au contraire de prêt à sa (re)production et doit donc prendre en compte tous ses membres. Bref, la culture pour tous, pour que tous puissent être public et/ou créateurs.

L'organisme croit fondamentalement au potentiel bénéfique de la création, que ce soit la production théâtrale ou l'origami. Ce moyen d'expression est un véhicule privilégié pour briser l'isolement et entrer en relation avec la société, tout en étant source de valorisation et d'apprentissage. Par ailleurs, pour les publics, assister à une représentation artistique est source de réflexions et de discussions, tout en signifiant l'appartenance à la collectivité, la participation à une culture partagée. L'investissement des lieux publics par tous et la participation universelle à la culture sont des éléments considérés comme essentiels au bon fonctionnement de la société.

**b. Quel en est l'impact ou la portée ?**

La Corporation distribue de 1000 à 1500 billets de spectacle gratuits chaque année aux publics marginalisés qui n'auraient pas autrement les moyens d'investir et de profiter des lieux et activités culturels de Trois-Rivières. Aussi, le haut taux de participation aux activités artistiques communautaires démontreraient la réussite du projet.

L'organisme travaille dans l'ombre comme intermédiaire et non pas directement avec les usagers : la Corporation se fie donc aux commentaires des représentants des organismes avec lesquels elle fait affaire pour évaluer et ajuster son action.

Il n'y a pas de mécanisme pour évaluer les retombées individuelles de ces pratiques dans la population. De façon générale, les 67 organismes membres du réseau se disent satisfaits de l'aide apportée par la corporation.

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

Le personnel de la Corporation croit fondamentalement au principe d'universalité d'accès à la culture et à la pertinence de ce travail. La médiation culturelle est ici une passion. De plus, les répercussions de ces pratiques sont très valorisantes.

Une autre source de motivation importante est la possibilité de rencontrer quotidiennement une foule de collaborateurs provenant d'une variété de milieux dynamiques. Ce travail de médiation n'est pas monotone mais plutôt en perpétuelle reconfiguration.

La Corporation a établi un solide réseau d'acteurs et d'organismes qui collaborent volontiers aux projets mis de l'avant. Ces relations bien établies et l'intérêt marqué des organismes culturels à participer et s'impliquer dans ce réseau facilitent grandement le travail de médiation.

Finalement, les abondantes ressources financières, humaines et techniques dont profite l'organisme para-municipal permettent une grande latitude d'action dans la réalisation des projets. Son rôle n'est pas limité et l'organisme a ainsi la possibilité de remplir ses objectifs.

### **b. Difficultés et obstacles :**

Les problèmes que rencontre l'organisme sont souvent circonstanciels et ne présentent pas de difficultés majeures récurrentes. Toutefois, une situation est soulignée : la précarité des organismes culturels et communautaires collaborateurs entraîne un changement régulier du personnel. Les relations établies entre organismes et acteurs sont alors à reconsolider régulièrement afin de se réadapter aux nouvelles personnes. Les membres usagers aussi varient beaucoup d'une saison à l'autre, les projets et activités sont ainsi à reconsidérer fréquemment afin de demeurer près de la demande. Cette grande rotation de personnel et d'usagers, bien qu'elle enlève toute monotonie au travail de médiation, peut parfois devenir essoufflante et gruger du temps normalement destiné à la réalisation de nouveaux projets.

## **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Cette pratique de médiation demande une grande variété d'aptitudes allant de la capacité à communiquer à la gestion efficace de projet. Il ne s'agit toutefois pas de compétences spécifiques à la médiation culturelle : ce sont principalement des aptitudes inter-personnelles comme l'ouverture et la sociabilité, des capacités d'innovation ainsi que des qualités reliées à la planification.

## **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

Puisque la médiation culturelle implique un vaste réseau d'acteurs, la Corporation serait intéressée par des séances de discussion avec des intervenants de plusieurs milieux pour échanger notamment sur les outils de planification et de gestion de projets, sur la communication, la créativité et sur l'ouverture sur le milieu local. Ces rencontres doivent être ancrés sur les besoins des populations locales et non pas seulement sur des considérations théoriques.

## **DARE-DARE**

### **Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs**

---

#### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme : DARE-DARE Centre de diffusion d'art multidisciplinaire de Montréal
- Coordonnées : C.P. 130 Succ. R  
Montréal QC H2S 3K6  
Tel : 514 878-1088  
art@dare-dare.org  
<http://www.dare-dare.org>
- Personne contactée : Jean-Pierre Caissie  
Coordonnateur artistique

#### **2. Présentation générale de l'organisme**

- Type d'activités : Centre d'artistes autogéré, diffuseur en art contextuel et public
- Domaines d'activités : Arts visuels, arts publics, éphémères et contemporains.
- Mandat : DARE-DARE soutient la recherche et valorise l'implication d'artistes aux pratiques émergentes. Le centre d'artistes manifeste un intérêt soutenu pour l'exploration et la diversification des modes de présentation et de diffusion des œuvres et des interventions artistiques. On y accepte des propositions innovatrices, inédites et critiques, investissant autant l'espace de galerie que l'espace urbain ou tout autre contexte de présentation. Il peut s'agir de projets d'exposition, d'interventions publiques, de performances, d'événements, etc.
- Durée/pérennité : Les projets sont ponctuels ou d'une durée variable.
- Historique : DARE-DARE a été fondé et incorporé en 1985 sous la raison sociale de «Centre de diffusion d'art multidisciplinaire de Montréal». La galerie a alors comme premier mandat de diffuser l'art des jeunes de 18 à 35 ans, tout en favorisant le travail multidisciplinaire. Depuis 1998 DARE-DARE évolue hors les murs et se déplace dans différents espaces publics.
- Environnement : Montréal, dans un parc sans nom entre Saint-Laurent et Clark. DARE-DARE diffuse des projets d'art dans le parc et dans différents lieux de la ville de Montréal.
- Réseaux : Interdisciplinaires ; art contemporain, art visuel et public et disciplines connexes (aménagement, architecture, sciences humaines, histoire et patrimoine), réseaux et organismes communautaires locaux.
- Structure organisationnelle : Le centre est autogéré. Il relève d'un CA et d'un comité de programmation qui sont soutenus, entre autres, par le travail de trois employés, des stagiaires et par la collaboration d'environ 80 membres actifs.

- Partenaires, collaborations : Ville de Montréal et ses arrondissements.
- Sources de financement : DARE-DARE bénéficie du soutien de ses membres, ainsi que de l'appui financier du Conseil des arts et des lettres du Québec, du Conseil des arts du Canada, du Conseil des arts de Montréal et de Belle Gueule.

## **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Jean-Pierre Caissie est coordonnateur artistique pour l'organisme DARE-DARE. Il a pour fonction d'épauler le travail du comité de programmation et du conseil d'administration de l'organisme. Ses tâches sont très diversifiées. Elles touchent à la communication, à la gestion, à la recherche de financements, à la préparation et au suivi des projets et des événements, etc.

### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

DARE-DARE est un centre d'artistes autogéré dont le mandat touche à la diffusion et l'exploration de nouveaux contextes pour les pratiques émergentes et interdisciplinaires reliées aux arts visuels et contemporains. Sa démarche et ses programmes sont variés et itératifs ; ils visent à sensibiliser et à valoriser une diversité qui suit trois grands volets : le développement de l'art actuel, l'information des publics, et enfin l'intégration de l'art dans la vie quotidienne.

Le centre loge dans une roulotte installée, par le biais de dérogations temporaires accordées par la Ville, dans des friches ou des espaces négligés de Montréal. Actuellement situé dans un parc sans nom, le centre occupe un espace qui lui servira pour un moment de 'base'. Il y organise diverses performances, interventions, manœuvres ou événements festifs obéissant à un principe de « dislocation » qui cherche à en réactiver le site, à y créer des liens, à y provoquer une diversité inédite, ou encore à le faire connaître davantage de la population montréalaise.

### **5. Pratiques de Médiation :**

#### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

DARE-DARE n'emploie pas cette locution. Elle se rapproche toutefois d'un rôle qui consisterait ici, essentiellement, à effectuer la liaison entre le centre, les artistes, leurs projets et les publics. Il peut s'agir de promouvoir les projets et les évènements, de les insérer dans le milieu des arts ou encore d'alimenter le discours sur l'art actuel en replaçant ces projets dans leur contexte historique ou artistique. Il peut s'agir d'inviter, d'informer et d'accueillir quotidiennement le public, les passants et les résidents sur le site informel du parc sans nom en expliquant la mission de DARE-DARE ainsi que la nature des installations temporaires qui s'y trouvent. Il peut s'agir d'entretenir une discussion ou un dialogue politique avec différents acteurs et intervenants du quartier à propos de l'histoire du site et du développement des espaces publics, informels ou délaissés.

Il peut s'agir de porter ces préoccupations autour de tables rondes et de conférences qui cherchent à mettre en lien tous ces acteurs : individus, groupes communautaires, fonctionnaires, commerçants, associations, etc., ou encore d'aller à leur rencontre et inversement autour de projets particuliers. Il peut encore s'agir d'épauler les artistes dans la mise en œuvre de leurs projets et d'accompagner le suivi relatif à l'évolution de leurs œuvres une fois disposées dans l'espace public.

#### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

La notion de public est ici employée de façon très élargie à l'ensemble des acteurs de près ou de loin reliés aux activités ou à l'espace qu'occupe le centre : les passants, les itinérants, les habitants du quartier, les visiteurs occasionnels ou curieux, les amateurs d'art et les gens du milieu, les médias, les fonctionnaires et les organismes du quartier avec lequel DARE-DARE doit nécessairement collaborer, etc.

Cette médiation vise à mieux faire comprendre le travail des artistes et à mieux faire comprendre la vocation du centre lui-même. Elle cherche d'une part à sensibiliser et à éduquer la population en général à propos de la fonction sociale et politique de l'art et à déconstruire l'idée surfaite que les arts contemporains ou éphémères se pratiquent en vase clos ; d'autre part, elle cherche à sensibiliser et à éduquer les artistes à la question du travail dans l'espace public et à la réaction des différents publics.

### **6. La notion de la médiation culturelle :**

#### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

La médiation culturelle est un terme à la mode, mais ne correspond ou ne fait référence à rien de précis en théorie ou en pratique. Elle fait simplement écho, chez DARE-DARE, à l'engagement d'une relation avec les publics, dans un but d'éducation qui puisse, par l'organisation de diverses activités, rendre les œuvres plus vivantes et plus intégrées. Plus fondamentalement, elle peut concerner un travail de mise en œuvre et de valorisation de pratiques d'interdisciplinarité.

Pour DARE-DARE, il s'agit d'explorer les possibilités de l'art en tant qu'outil politique et comme forme d'expression. Celui-ci peut venir nourrir ou susciter une réflexion sur le développement culturel et urbanistique des villes ; un projet peut par exemple, à même les étapes de sa mise en œuvre, venir révéler des conflits ou effectuer des liens entre deux arrondissements. Ou encore, une œuvre dispersée dans les rues peut attirer l'attention, susciter une discussion de manière à restaurer ou à transformer le quotidien. L'art peut selon les contextes contribuer au développement local, révéler certaines situations d'urgence, etc. En ce sens, le simple fait, pour dare-dare, d'occuper un espace dans une optique de « dislocation » participe d'une « médiation politique ».

L'art fait partie d'un système que le centre contribue à explorer et à informer ; toutefois, ce système est ouvert et il doit avant tout nourrir la société, et inversement. L'œuvre n'est pas une fin en soi, mais bien un processus de longue durée, ouvert, ponctué d'évènements. En ce sens, la pratique en art public confronte l'artiste en imposant une rencontre directe avec les publics ; aussi faut-il les sensibiliser et rendre compte des limites et des possibilités de tels espaces d'intervention pour l'artiste. Le travail du centre, à ce titre, est d'encourager l'artiste à suivre l'évolution de son travail, de le conseiller ou de l'épauler dans cette démarche tout en respectant ses décisions et son espace d'autonomie.

**b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

Vers une plus grande diversité de pratiques, nourrissant une mixité de publics et d'intérêts.

**c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

Les traces des projets sont souvent effacées ou parfois plus ou moins instrumentalisées par les autorités, ce qui rend l' « impact » difficile à mesurer.

**7. Motifs, conditions, obstacles :**

**a. Motivations et conditions facilitantes :**

Le contexte et les échanges qui ont lieu dans l'espace public sont plus accessibles et plus riches tant pour les publics que les artistes. La médiation permet de faire tomber certaines barrières liées à un présumé hermétisme du milieu de l'art. Cette proximité permet d'oser davantage, de « se mouiller », d'investir les lieux.

**b. Difficultés et obstacles :**

La pratique se situe souvent dans l' « entre-deux », à mi-chemin entre le public et le privé, entre l'officiel et le non-officiel, entre un vocabulaire disciplinaire ou un autre. La seule situation du centre sur un « non-lieu » physique et administratif demande un certain nombre d'acrobaties techniques. À cet égard, les cloisonnements sectoriels municipaux ou disciplinaires sont souvent des obstacles importants, tant au niveau de la gestion du centre que de celui de la mise en œuvre des projets. Il faut un travail constant de médiation et de persuasion afin de faire reconnaître la présence du centre et ses activités. Les contraintes administratives interfèrent souvent dans l'évolution des projets, et demandent certaines négociations. En ce sens, réunir les conditions qui permettent d'établir les projets dans la durée est souvent une grande difficulté. Cette gestion demande aussi de savoir prendre certains risques, et d'assumer certaines confrontations.

**8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Avant tout, il faut être polyvalent, bon communicateur, et savoir parler aux publics -tous types confondus- afin de les inviter et de les rendre confortables. Mais il faut aussi savoir s'opposer ou s'interposer au moment voulu, sans toutefois essayer de convaincre à tout prix. Il est essentiel de pouvoir s'arrimer aux références propres des récepteurs ; en ce sens, un bagage en sciences humaines est souvent le bienvenu : anthropologie, sociologie, science politiques, etc. L'ouverture à des perspectives nouvelles, à des expériences inédites ainsi que l'implication personnelle et la capacité d'adaptation sont également des atouts importants.

Ce travail exige d'être parfois fin stratège, et de savoir respecter le rythme et la forme des dynamiques en présence. Il faut savoir s'intégrer dans un espace où se trouvent déjà en place des logiques politiques et sociales complexes.

**9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

DARE-DARE a déjà hébergé quelques stagiaires formés en France comme « médiateurs culturels ». Il ne lui est toutefois pas apparu que ceux-ci présentaient des aptitudes particulières ou inédites. Par conséquent, on cerne mal la pertinence d'une telle formation.

## **10. Autres remarques :**

Une précaution est à prendre quant à l'association entre médiation culturelle et démocratisation de la culture. S'il s'agit d'aplatir ou de vouloir amalgamer toutes formes d'expression culturelle confondues, cette visée est davantage complaisante que démocratique. S'il s'agit d'accessibilité, dans ce cas toutes les formes d'activités culturelles devraient être, sans distinction, gratuites : l'art contemporain au même titre qu'un match de hockey. S'il s'agit d'inviter le public à « participer à l'art », l'objectif est louable, mais il ne faudrait pas que celui-ci se substitue aux décisions et à la liberté d'action qui est d'abord celle des artistes. Enfin, s'il s'agit de développement de public, cette expression est définitivement mal adaptée.

## **Musée des beaux-arts de Montréal**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux :**

- Nom de l'organisme : Musée des beaux-arts de Montréal
- Coordonnées : C.P. 3000, succ. H  
Montréal, Québec, Canada  
H3G 2T9  
[www.mbam.qc.ca](http://www.mbam.qc.ca)
- Personne contactée : Mme Hélène Nadeau  
Chef du service de l'éducation et des programmes publics  
Tél : 514-285-1600, poste 186  
Télec : 514.285.4070  
[hnadeau@mbamtl.org](mailto:hnadeau@mbamtl.org)

### **2. Présentation générale de l'organisme :**

2. Type d'activités : Musée de beaux-arts
3. Domaine d'activités : Conservation, muséologie, éducation.
4. Mandat : Fidèle à sa vocation qui est d'acquérir et de promouvoir les œuvres des artistes d'hier et d'aujourd'hui, d'ici et d'ailleurs, le Musée des beaux-arts de Montréal s'est donné comme mission d'attirer le public le plus vaste et le plus diversifié qui soit, en lui offrant un accès privilégié au patrimoine artistique universel. Afin de rendre ses collections accessibles au plus grand nombre le Musée a instauré une politique d'accès gratuit. Le mandat du service de l'éducation et des programmes publics est de s'assurer de l'établissement d'un lien entre le visiteur et l'œuvre d'art.
5. Durée/pérennité : Le musée présente des expositions temporaires et permanentes.
6. Historique : Fondé en 1860, le Musée des beaux-arts de Montréal a été un des premiers établissements muséaux en Amérique du Nord à se monter une collection encyclopédique digne de ce nom.
7. Partenaires, collaborations : programmes publics, écoles montréalaises, groupes communautaires, etc.
8. Sources de financement : financement institutionnel public, dons, fondations, commandites privées.

### **3. Nom, titre et fonction de la personne interviewée :**

Hélène Nadeau est chef du service de l'éducation et des programmes publics au Musée des Beaux-Arts de Montréal. Elle y dirige l'ensemble de la programmation ainsi que de l'équipe chargée d'en livrer les activités. Cette équipe est formée de professionnels attirés à la planification des programmes, d'éducateurs temporaires, de guides-bénévoles formés ainsi que de préposés à la réception.

### **4. Description des activités et des évènements-clefs :**

Le service de l'éducation et des programmes publics organise et coordonne l'ensemble des activités se rapportant aux différents publics qu'accueille le musée : adultes, familles, enfants et groupes scolaires, aînés, groupes sociocommunautaires, etc. Les activités du service peuvent être regroupées sous quatre grands volets : le service scolaire, dont le musée fut l'un des pionniers au début des années '60 ; le service des activités culturelles et aux adultes, regroupant conférences, colloques, ateliers d'introduction à la pratique artistique, films sur l'art, etc. ; les programmes communautaires, qui œuvrent depuis huit ans à l'accueil de « non-publics » rejoins par le biais d'organismes communautaires ; et enfin le service aux familles, offrant notamment des camps de jours aux enfants en saison estivale.

Le service agit en aval des collections et des expositions présentées, c'est-à-dire qu'il n'intervient pas dans le choix ou le processus de conception de ces dernières. L'approche muséologique est qualifiée de « classique », en ce sens qu'elle garde ses distances par rapport aux approches muséales interdisciplinaires aujourd'hui répandues. La collection y est comprise et traitée comme « une œuvre en soi » ; aussi la mission éducative et les programmes publics du musée sont-ils mis au service de l'exposition, voire en « émergent ».

Le mandat du Musée est très large et touche incidemment à la plus grande diversité de publics possible. Cette caractéristique implique une philosophie éducative générale cherchant simplement, sans modèles ou directives préétablies, à entretenir cette diversité, tant au niveau des collections que des publics ainsi que des approches éducatives qui leur sont destinées.

### **5. Pratiques de Médiation :**

#### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Il n'y a pas « une » médiation culturelle pratiquée par le Musée, mais bien plusieurs, puisqu'en fait chacune est spécifique et adaptée à l'exposition présentée et au public qui s'y trouve. La notion de médiation n'est pas employée par le Musée et, même si elle fait bien écho à l'actualité de la pratique, elle n'est pas en soi quelque chose d'authentiquement nouveau. Le vocabulaire de l'institution est resté fidèle à sa mission « éducative » telle que formulée depuis sa fondation même, en 1879. La pratique a toutefois évolué, et est passée d'une « éducation » formelle, à caractère d'autorité, à une posture d'« accompagnement » qui se rattache davantage à la philosophie que sous-tend l'idée de médiation culturelle.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

En soi, la médiation s'adresse à tous (même si bien sûr tous les contenus ne sont pas nécessairement « pour » tout le monde).

La médiation cherche à établir une relation entre l'œuvre d'art et le visiteur, afin de développer l'autonomie, la curiosité et l'intérêt de ce dernier. Ceci implique que la médiation ne vise pas en soi et pour soi une transmission stricte de connaissances acquises et mesurables, mais bien plutôt à éveiller la sensibilité culturelle à travers une « expérience », voire un « essai ». La médiation doit permettre aux gens de se réapproprier les contenus, d'être touchés, et de pouvoir atteindre la diversité et les infinies dimensions de l'œuvre d'art.

Le but de cette médiation culturelle est de montrer que le Musée est un lieu sans prérequis, accessible, agréable et ouvert à tous, ainsi que de susciter l'envie d'y revenir. Parce que les collections du Musée sont d'abord et avant tout publiques, le service doit s'assurer que chacun puisse à sa manière et selon ses moyens profiter des œuvres, ce qui représente en soi un énorme défi.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

La médiation culturelle est une forme d'accompagnement ; de manière imagée, on pourrait dire qu'elle est un « trait d'union ». Cette notion d'accompagnement s'oppose à l'imposition directive d'une lecture, d'une interprétation ou d'une compréhension d'une œuvre. Le guide, l'éducateur ou l'interprète doit suivre un principe primordial d'écoute et de respect du visiteur, c'est-à-dire en le prenant tel quel sans présumer de ses besoins, sans juger de son niveau ni chercher à lui imposer une forme déterminée de connaissance. Il s'agit davantage de susciter une curiosité ou un intérêt en transmettant au visiteur une confiance dans sa capacité à développer de lui-même une relation riche et une connaissance de l'objet qui se trouve devant lui, sans toutefois chercher à atteindre une 'autonomie' parfaite. La médiation culturelle cherche avant tout, simplement, à nourrir une démarche, un mouvement.

### **b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

Idem (vers tous et chacun, selon chaque cas).

### **c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact central est le développement d'un intérêt et d'une curiosité chez le public, qui le pousse à aller voir ailleurs ou plus loin, de manière à ce que la visite du Musée serve avant tout au visiteur. De façon secondaire, la médiation peut également permettre de transmettre ou de faire passer une expérience, de l'information, des connaissances ou des contenus spécifiques.

Cet impact est saisi ou reçu par le biais de témoignages sur le vif ou transmis au Musée. Il transparaît également, dans certains cas précis, à même le suivi personnel ou téléphonique effectué par exemple auprès de professeurs qui dirigent des groupes scolaires.

On souligne que l'impact de la médiation culturelle ne peut d'aucune façon être mesuré ou quantifié en termes d'achalandage : l'impact réel et effectif de la médiation n'est pas saisissable, puisqu'il s'agit d'une démarche s'initiant chez un individu, et se développant selon un rythme imprévisible ou inégal, à plus ou moins long terme.

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

La principale motivation de la répondante lui vient d'une fascination pour la richesse de l'expérience de l'œuvre d'art, et pour l'ensemble des merveilles humaines que le Musée a le potentiel de faire partager.

### **b. Difficultés et obstacles :**

L'une des difficultés majeures se trouve en amont de la démarche de médiation : elle touche à l'image même du Musée des beaux-arts, souvent jugée à tort comme une institution luxueuse, élitiste ou opaque. S'ensuivent plusieurs difficultés dans la démarche d'éducation, qui doit primordialement s'efforcer de combattre ou de déconstruire ces stéréotypes.

D'autres difficultés se rattachent évidemment aux contraintes financières ainsi qu'au manque de ressources humaines, palliées en partie par l'appui de près de 140 guides-bénévoles. La médiation culturelle se rapportant, nous l'avons dit, à un acte éducatif dont la qualité est difficilement évaluable et qui ne se rapporte ni aux lois du marché, ni au nombre d'entrées, le financement est conséquemment bien souvent difficile à justifier.

De plus, une difficulté propre au travail de médiation se rattache aux différentes « temporalités », essentiellement générationnelles, des visiteurs. Il existe en effet une fracture entre la temporalité contemplative nécessaire à l'appréciation des œuvres d'art et la temporalité rapide et énergique caractéristique de la culture des jeunes nés de la génération « numérique ». Cette difficulté rend le Musée des Beaux-Arts moins attrayant pour ces derniers, et nécessite une adaptation technologique et médiatique des outils éducatifs (audio-guides, films, animations, etc.).

## **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

La première compétence du médiateur est sa capacité d'écoute, sa prise en compte de l'autre et son aptitude à suspendre ses jugements afin d'accepter le visiteur intégralement et sans prétendre connaître mieux que lui ses besoins. Même si plusieurs outils éducatifs peuvent être développés pour la médiation culturelle (dessin, animation, etc.), le premier d'entre eux demeure la parole, et celle du visiteur en premier lieu. Il faut savoir la prendre et l'accueillir telle quelle, afin de pouvoir s'en servir pour animer, faire connaître, éveiller.

La pratique de médiation souffre plus généralement d'un déficit de reconnaissance structurel, gouvernemental et social. Tel que souligné plus haut, la médiation est un travail de fond, initié sur un temps long et dont les « résultats », qui relèvent d'abord de la qualité du geste éducatif et non de la seule présence de visiteurs au musée, ne sont pas directement palpables.

Ce caractère rend la pratique parfois marginalisée ou institutionnellement peu reconnue, bien qu'elle soit de manière générale de plus en plus soutenue.

### **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation.**

Dans le contexte muséologique québécois, la question des pratiques transdisciplinaires a largement été abordée, et avec un intérêt certain ; cependant, la situation des organismes plus classiquement disciplinaires mérite une attention qu'elle obtient de moins en moins. Les questions relatives à la spécificité des œuvres d'art (par rapport au traitement d'objets historiques ou sociaux par exemple) ainsi que celles se rapportant aux différences entre les approches muséales historiques et artistiques (beaux-arts en particulier) gagneraient à être davantage explorées.

## **Théâtre des Petites Lanternes**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme : Théâtre des Petites Lanternes
- Coordonnées : C.P. 34025  
Sherbrooke (Québec) J1K 3C5  
Tél : 819-346-4040  
Fax : 819-346-8253  
Internet : [www.petiteslanternes.org](http://www.petiteslanternes.org)  
Courriel : [secretariat@petiteslanternes.org](mailto:secretariat@petiteslanternes.org)
- Personne contactée : Angèle Séguin, auteure et metteuse en scène, directrice artistique et générale  
[aseguin@petiteslanternes.org](mailto:aseguin@petiteslanternes.org)

### **2. Présentation générale de l'organisme**

- Type d'activités : Théâtre professionnel de création engagé dans les communautés. Le Théâtre des petites lanternes se veut un théâtre d'innovation et de transformation qui s'inscrit dans la lignée du théâtre de développement et du théâtre d'intervention.
- Domaines d'activités : OSBL, reconnue à la fois comme organisme de bienfaisance et comme entreprise d'économie sociale.
- Mandat : Rapprocher le théâtre et la communauté en associant la démarche artistique et la mise en relation des milieux, à travers le traitement de thématiques ancrées aux préoccupations sociales, humaines et spirituelles.
- Durée/pérennité : Le Théâtre existe depuis 10 ans. Il héberge plusieurs types de créations réalisées à moyen ou à long terme, tels des projets thématiques de longue durée (3-4 ans), des résidences en communautés (6 mois à un an) et des projets communautaires soumis ou commandés (durée variable).
- Historique : Le Théâtre a été fondé en 1998.
- Environnement : Le Théâtre est basé dans la ville de Sherbrooke. Toutefois, il intervient et se produit dans une panoplie de milieux, urbains, ruraux ou régionaux, et se déplace au sein de différentes localités afin de rejoindre et de s'ancrer dans les communautés. Différentes créations et expériences ont également été, sur invitation, transposées à l'international.
- Réseaux : Dans sa volonté de rapprocher le théâtre et la communauté, le Théâtre des petites lanternes a développé une approche unique qui consiste à s'associer avec la communauté dès la conception d'un projet, tout au long de la recherche-crédation et à cheminer ainsi jusqu'à sa diffusion. C'est ce qui le distingue véritablement.

- Dans cette foulée, il a créé une stratégie de développement social par le théâtre basé sur le réseautage. Le travail de réseautage est préalable à la présentation d'une pièce de théâtre dans un milieu.
- Structure organisationnelle : Le CA relève d'une assemblée de près de 70 membres. Le Théâtre dispose d'une organisation directionnelle tripartite (artistique, liens avec la communauté et administrative) À lui se greffe un « groupe de passeurs ». Celui-ci rassemble des représentants ou des leaders des communautés concernées par les projets artistiques du TPL. Cette collaboration a été mise en place dans une perspective de pérennité du TPL.
- Partenaires, collaborations : Ministères fédéraux et provinciaux (emploi, immigration, culture et communication, etc.) ; conseils des arts et de la culture, municipalités, organismes locaux, caisses populaires, universités, fondations, etc.
- Sources de financement : Outre les cotisations des membres et les dons, le financement vient en grande partie d'organismes et d'organisations publics. Une autre partie des grandes institutions subventionnaires de la culture. Le Théâtre dispose également d'un petit nombre de commandites privées.

## **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

### **3. Nom, titre et fonction de la personne interviewée :**

Angèle Séguin est co-fondatrice du Théâtre des Petites Lanternes (TPL). Elle agit à titre d'auteure, de metteuse en scène, de directrice artistique et générale du Théâtre ; elle y est donc impliquée tant au niveau de la création artistique que celui de la gestion.

### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

Le Théâtre des petites lanternes (TPL) est un théâtre de création, d'innovation et de transformation, créé à Sherbrooke, en 1998 et qui s'inscrit dans la lignée du théâtre de développement et du théâtre d'intervention. L'esprit qui habite le TPL se manifeste dans l'importance d'incarner le théâtre dans une société qui évolue socialement, humainement et spirituellement. Chaque démarche cherche à créer un tissage entre les humains, entre les milieux ou les cultures ainsi qu'à rapprocher le théâtre des milieux, à rapprocher les gens du théâtre et à les intégrer à différentes étapes (recherche, production, diffusion...). Il s'agit avant tout de développer un lien d'appartenance avec une démarche artistique, de s'y reconnaître et de s'identifier dans le produit final. À chaque création, le chemin est à inventer et les ponts sont à construire avec des nouveaux publics tout comme avec de nouveaux créateurs.

Trois volets se dégagent des différents types d'activités menées par le théâtre : 1) des démarches en recherche, création et développement de longue haleine, échelonnées sur trois ou quatre ans ; 2) des créations avec les milieux, c'est-à-dire des résidences d'équipes artistiques hébergées dans une communauté sur six mois à un an ; 3) des créations pour la communauté, qui consistent en des commandes d'organismes ou d'individus qui souhaitent utiliser le théâtre pour des fins de sensibilisation ou d'information.

## **5. Pratiques de Médiation :**

### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Les activités du Théâtre ne se revendiquent pas directement de la « médiation culturelle », bien que l'esprit puisse en être retrouvé aux fondements mêmes de la mission du théâtre. Celle-ci est orientée par une philosophie du travail artistique visant avant tout à créer, sans toutefois la « forcer » ou l'imposer, une « rencontre ». Cette rencontre est ici non seulement celle d'un artiste et d'un « milieu », mais aussi et avant tout celle d'une communauté pouvant, à l'occasion du processus même de création, aller à la rencontre d'elle-même. La « médiation » opérée par le théâtre vise dès lors à opérer, et ce à toutes les étapes du développement du projet, un certain « maillage » social qui puisse servir et rester à la communauté de manière pérenne, et ce bien après le passage du théâtre.

La médiation que tente de mettre en œuvre le Théâtre vise à ce que « le travail artistique porte par lui-même », c'est-à-dire qu'il réalise entièrement le lien dont il est foncièrement porteur. Ce geste de mise en relation vise ainsi à nourrir le geste de création artistique qui, tout en respectant l'autonomie et l'espace professionnel des artistes qui y sont engagés nourrit et implique activement en retour les membres de la communauté. Il s'agit d'un échange ou d'un mouvement où les imaginaires créatifs et communautaires peuvent s'alimenter de manière réciproque. La médiation culturelle se trouve donc dans la réalisation d'un lien social renouvelé dont la couleur locale et la portée transformative émergent de l'implication des individus et des acteurs de la communauté.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

Les créations du TPL s'adressent au grand public et à tous types de milieux touchés par une problématique particulière. L'ancrage local est souvent rattaché à des démarches de développement local et communautaire préexistantes, de façon à ce que le « milieu » puisse se reconnaître et faire sens de la création proposée.

La « médiation culturelle » est, ainsi comprise, intrinsèque au processus de création qui décrit la pratique du TPL. Ce processus doit donc être compris dans la visée d'une animation artistique plus globale cherchant à se dégager d'une compréhension du « public » cantonnée à un rôle passif ou de simple « spectateur ». Aussi, l'objectif du TPL ne saurait être réduit à celui d'un développement de public comptabilisable en nombre d'entrées, et ce bien que cette dimension ne puisse jamais, bien sûr, en être totalement abstraite.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

La médiation culturelle est d'abord un révélateur. Elle témoigne ainsi d'un « battement humain » qui est toujours situé dans un moment et un milieu donné. Les thèmes ou les problématiques qui y sont alors révélés peuvent ensuite être élargis à des ensembles plus larges, ou transportée vers d'autres lieux, tout en continuant d'y être transformés. Il s'agit donc essentiellement d'un processus ancré, pouvant d'adresser à tout type de communauté.

### **b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

Pour Angèle Séguin, il ne s'agit pas d'ajouter un « médiateur culturel » qui chemine avec quelqu'un ou avec un groupe. C'est tout le processus en lui-même qui est médiateur. La médiation n'est donc ni cherchée, ni forcée; c'est la démarche elle-même qui la porte ou la crée. Cette démarche et l'expérience qui en découle, et qui ne saurait être réduite aux seules dimensions de diffusion ou de développement de publics, nourrit ainsi du même souffle la création et la communauté.

### **c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact ou la portée de la « médiation culturelle » est difficilement mesurable. Toutefois, le TPL dispose d'outils pour en prendre le pouls pendant comme après le processus de création. Le nombre de participants et les commentaires de ces derniers comptent bien sûr parmi ces moyens. Mais le TPL s'est aussi doté de « porteurs », c'est-à-dire d'un ensemble d'individus, leaders au sein des communautés, qui sont invités à collaborer étroitement avec le Théâtre avant, pendant ou après les projets spécifiques. Ceux-ci jouent un rôle de relais en vue la réappropriation des contenus créatifs par et pour la communauté, afin de leur permettre d'intégrer ce travail dans la vie quotidienne et communautaire. Ils permettent aussi au Théâtre de « mesurer » ou du moins de mieux sentir et juger de la réaction ainsi que des initiatives suscitées par le milieu à la suite de la démarche, et donc d'en suivre relativement l'évolution ou l'« impact ».

Mais la portée de la médiation culturelle, prise par et pour elle-même, n'est ni simple ni unique. Elle ne peut se limiter à un geste isolé, et ne doit pas non plus être vue comme une action autonome. Il s'agit d'un geste qui se conjugue à plusieurs autres, et qui implique un retour constant sur la démarche, bien en aval et bien en amont d'un « spectacle ». Elle n'est pas en soi miraculeuse, et ne se substitue pas non plus à un travail strict d'intervention ou de développement social. La médiation commande un processus soutenu, et mené dans la continuité. Il s'agit donc peut-être moins d'en mesurer l'impact que de savoir réitérer et maintenir les questions : qui sont-ils ? qu'ont-ils fait ? qu'en ressort-il ? qu'est-ce qui y est mis en marche ?

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

La motivation première d'Angèle Séguin relève d'une croyance fondamentale au caractère rassembleur de la culture, ainsi qu'en sa portée sociale et politique, en son principe d'ouverture, et en la force de son potentiel communicationnel.

Les motivations relatives au développement de la démarche spécifique du Théâtre des petites lanternes concernent un double souci : celui d'un théâtre qui irait de manière authentique et véritable à la rencontre des « gens », sans que celui-ci ne perde pour autant de vue la valeur autonome du travail de création. Ce faisant, la perspective du Théâtre des petites lanternes cherche à intégrer de manière critique les apports respectifs des courants théâtraux des années 1970 (théâtre social et d'intervention) et '80 (courants plus formalistes).

### **b. Difficultés et obstacles :**

Pour la plupart, les projets s'inscrivent dans un parcours de longue durée qui est inhérent au processus lui-même. Toutefois, cet étalement sur une longue période implique certaines difficultés, notamment celles qui découlent des structures de financement des projets. Qui plus est, les grands organismes subventionnaires du domaine de la culture exigent une productivité annuelle en termes de rendements chiffrés impossibles à atteindre par de telles démarches. Le seul champ de la culture étant nettement insuffisant pour soutenir ces types de projets, le TPL doit, pour arriver à poursuivre sa mission, diversifier ses sources de financement et puiser à d'autres organismes publics qui sont extérieurs au champ de la culture.

### **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Les compétences reliées au travail du Théâtre des petites lanternes, comprises en terme de médiation culturelle, n'ont rien de spécifique. Elles concernent avant tout la capacité d'écoute, le respect des affinités, l'esprit d'ouverture, la bonne connaissance du processus de création et de son milieu et la volonté de faire rendre la culture accessible.

### **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

Pour Angèle Séguin, il y a une nécessité de réfléchir d'abord aux prémisses et aux objectifs réels d'une formation éventuelle en médiation : celle-ci pourrait autrement comporter certains dangers. Par exemple, la médiation peut recouvrir les objectifs inavoués ou inassumés d'un développement de publics/diffusion explicite qui, s'il n'est pas illégitime en soi, peut devenir pernicieux s'il se prétend autre chose que ce qu'il est. Ces objectifs, qui ne sont pas en soi illégitimes, ne doivent pas confondre la médiation culturelle avec d'autres types de démarches de rapprochement.

De plus, la nécessité d'une professionnalisation de la médiation culturelle demeure une éventualité importante à questionner. N'y a-t-il pas un risque d'entrer en conflit avec « ce qui est déjà là », c'est-à-dire avec le travail artistique et de création lui-même en tout premier lieu? Ne faut-il pas penser le rôle du médiateur culturel dans l'idée d'un appui mutuel, et donc inviter les artistes eux-mêmes à penser ce rôle, de manière à éviter les empiètements, les redondances ou encore la création d'un fossé?

### **10. Autres remarques :**

La notion de médiation culturelle est déjà chargée de connotations (juridiques, de compromis, etc.) qui conviennent mal à l'aspect de « découverte » que vise davantage la pratique. Aussi l'emploi du mot « médiation » demande une certaine vigilance. Ce mot convient-il vraiment? Si oui, qu'apporte-il de réellement nouveau ou qui ne serait pas préexistant? Sinon, quelle nécessité s'impose d'en faire une nouvelle appellation? Alors que les préoccupations que porte le débat autour de la médiation culturelle sont actuelles, pertinentes et font directement écho à la pratique, n'y a-t-il pas lieu de se demander pourquoi ces questions semblent s'inscrire totalement en marge du cadre artistique existant?

## **Théâtre de Quat'Sous**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme :  
Théâtre de Quat'Sous
- Coordonnées :  
Théâtre de Quat'Sous  
(Localisation temporaire jusqu'à l'été 2008)  
3428, rue Saint-Denis, Montréal  
514 845-6928  
<http://www.quatsous.com/>
- Personne contactée :  
Louisette Charland, Responsable des relations avec le public

### **2. Présentation générale de l'organisme**

- Type d'activités :  
Le Théâtre de Quat'Sous présente des pièces théâtrales contemporaines et novatrices.
- Mandat :  
Le Théâtre de Quat'Sous a le souci d'appuyer la relève artistique en présentant des pièces de jeunes auteurs contemporains. Il ouvre aussi ses portes aux acteurs fraîchement émoulus des écoles théâtrales ainsi qu'aux comédiens amateurs.  
Le Théâtre travaille en collaboration avec la communauté sous le principe de « théâtre citoyen » et organise différents événements d'échanges entre artistes et spectateurs.
- Historique :  
Fondé en 1955, le Théâtre de Quat'Sous a eu 50 ans en l'an 2005. Cela en fait la plus ancienne compagnie de théâtre à Montréal, après le Théâtre du Rideau Vert et le Théâtre du Nouveau Monde.

Lancé en boutade par Claude Robillard, le nom de Quat'Sous est retenu par Paul Buissonneau pour présenter son équipe au Festival d'art dramatique du Québec en 1955. Neuf ans plus tard, la troupe fait l'acquisition d'une synagogue située au 100, avenue des Pins Est, en vue d'en faire son théâtre. C'est ainsi que, le 3 décembre 1965, avec *La Florentine* de Jean Canole, Paul Buissonneau et ses complices Yvon Deschamps, Claude Léveillé et Jean-Louis Millette inaugurent un petit théâtre chaleureux de 159 places, mettant fin à dix années de nomadisme. Depuis, de nombreux créateurs originaux se sont succéder sur les planches du Quat'Sous.

En 2007-2008, pour la première fois depuis 42 ans, le Théâtre de Quat'Sous lance une saison itinérante, périple qui le mènera au Théâtre d'Aujourd'hui et au Théâtre Prospero pour y présenter ses trois spectacles. Dans ce voyage historique, toute l'équipe du Quat'Sous invite le public à le suivre dans ses pérégrinations.

Louisette Charland a approché le théâtre et développé son approche de relation avec le public il y a une dizaine d'année.

- Environnement :  
La communauté du quartier immédiat au théâtre.
- Structure organisationnelle :  
Directeur artistique et général : Eric Jean  
Directeur administratif : Fabien L'Heureux  
Adjointe à la direction : France Villeneuve  
Directrice de production : Marilou Castonguay  
Directeur technique : Alexandre Brunet  
Responsable des communications : Sophie de Lamirande  
Responsable des relations avec le public : Louissette Charland  
Relations de presse : Bérubé & Geoffroy Communications  
Responsable de la billetterie : Benoit Hénault  
Responsable de l'entretien : Antoine de Villers  
Graphisme : bungalobungalo
- Sources de financement :  
Vente de billet, financement gouvernemental et dons.

### **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

#### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Louissette Charland est la responsable des relations avec le public. Ses tâches sont diversifiées et mouvantes. Il s'agit essentiellement d'ancrer le théâtre dans la communauté en tissant des liens durables avec sa population :

faire connaître le théâtre, cibler et intéresser le public « adéquat » selon la thématique de la pièce théâtrale jouée, par exemple inviter des étudiants en travail social lors d'une pièce traitant de toxicomanie;

organiser des rencontres entre artistes, spectateurs et intervenants clefs de la communauté;

lier les activités du théâtre à celles des partenaires dans le quartier;

et finalement, faire une place aux nouveaux artistes sur les planches du Quat'sous.

#### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

L'activité principale du Quat'Sous est bien entendu de monter et de diffuser des pièces de théâtre qui répondent à l'orientation artistique du théâtre, soit des créations contemporaines, novatrices, audacieuses et humaines.

Après les représentations, le Théâtre de Quat'Sous invite généralement les spectateurs à une discussion avec les artistes. Des intervenants de la communauté, impliqués par leur travail dans les thématiques développées sur scène, viennent nourrir la discussion.

Le Théâtre organise aussi chaque année une série d'auditions destinée aux acteurs nouvellement formés et aux talents amateurs. Le Théâtre tient ainsi à rester près de la relève artistique et à donner une première chance aux acteurs émergents.

## **5. Pratiques de Médiation :**

### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Le Théâtre n'utilise pas le vocable « médiation culturelle » mais accepte de nommer comme tel ses activités de relation avec le public, dans la mesure où cette nomenclature représente une variété de pratiques et non pas un cadre rigide d'intervention.

Le concept de théâtre citoyen est au cœur des activités de médiation, lesquelles visent à ancrer davantage le Théâtre dans la communauté et à favoriser la discussion avec celle-ci. Le Quat'Sous tente de personnaliser ses relations avec le public afin de sensibiliser l'auditoire qui soit le plus susceptible de profiter au maximum de l'expérience théâtrale proposée. Le Quat'Sous fait des invitations individualisées et donne des billets aux groupes ciblés selon les thématiques théâtrales.

Le Quat'Sous est à l'écoute des intérêts et questionnements de la société : les ateliers de discussion artiste-public suivant les représentations visent en ce sens à provoquer une discussion enrichissante pour tous et à mettre en valeur le contenu et/ou la forme des pièces jouées. L'objectif est d'approfondir la réflexion amorcée par la pièce et de sensibiliser le spectateur à la démarche artistique des créateurs. Plus qu'un espace de divertissement, le Théâtre devient alors un lieu de discussion pour la communauté. Des activités de cette nature sont aussi organisées à l'extérieur du Théâtre.

Aussi, le Théâtre s'associe à des organismes du quartier qui ont des valeurs similaires aux leurs. Ils se rencontrent lors de 5 à 7 de quartier et s'entendent notamment à des échanges de services. Le Théâtre ne veut pas s'imposer à la communauté mais vise ainsi œuvrer de concert avec celle-ci.

Finalement, les journées « premières planches » pour les artistes débutants participent à cette relation d'échange avec la société dans laquelle le Théâtre a pour intérêt de mener une création qui soit fidèle à la communauté qui la reçoit.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

La médiation pratiquée par le Quat'Sous vise a priori la population avoisinante au Théâtre, et de façon générale tous les publics pouvant être intéressés par les pièces du Quat'sous. Le nombre considérable de pièces de théâtre présentées à Montréal amène le Quat'Sous à personnaliser ses relations avec le public afin de sensibiliser l'auditoire qui soit le plus susceptible de profiter au maximum de l'expérience théâtrale proposée.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

Pour le Quat'Sous, assister à une pièce de théâtre n'est pas qu'une séance de divertissement, c'est surtout un moment de répit privilégié pour recevoir et réfléchir sur la condition humaine. Le Théâtre tente de faire partager aux spectateurs leur expérience personnelle afin de générer une réflexion constructive et collective. Cette dimension sociale de l'art, incarné par le concept de théâtre citoyen, est à la base de la médiation pratiquée par le Quat'Sous : La culture n'est pas une sphère autonome du reste de la société, elle participe à sa (re)production et doit donc être investie par les membres de la communauté.

**b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

Le Théâtre tente de dépasser la connotation « froide » des pratiques de développement de public en tissant des liens durables, personnalisés et réciproques avec les citoyens et les organismes de Montréal. La relation d'échange est l'objectif visé plus que l'unique accroissement du public du Théâtre. Il s'agit d'aller vers les gens, d'être à l'écoute de leurs préoccupations et intérêts.

**c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact concret de la médiation pratiquée par le Théâtre est difficilement mesurable. Certains indices permettent de vérifier les retombées de la relation que le Quat'Sous tente de développer avec le public : les statistiques de vente au guichet, celles des billets achetés en pré-vente, le nombre d'abonnements annuel, la vente à des groupes, etc. La fidélisation du public observée démontrerait la durabilité de la relation établie. Finalement, les commentaires des publics, qui sont écoutés attentivement par le personnel du Quat'Sous, sont majoritairement positifs.

**7. Motifs, conditions, obstacles :**

**a. Motivations et conditions facilitantes :**

La passion pour la culture, la création et le partage avec le public est la motivation principale de la médiation pratiquée au Quat'Sous. Aussi, le travail concerté de la billetterie, des communications et des relations avec le public permet une médiation réfléchie et efficace.

**b. Difficultés et obstacles :**

Au départ, au sein même du Théâtre, les pratiques de médiation étaient reçues avec réticences et prudence : la spécificité de ces pratiques étaient mal comprises et certaines personnes craignaient qu'elles n'empiètent sur d'autres pratiques déjà établies. Ce manque de crédibilité s'est dissipé avec le temps par la meilleure compréhension du rôle de ces pratiques au Théâtre.

De plus, le public comprend parfois mal lui aussi l'objectif visé par la médiation culturelle du Quat'Sous, qu'il confond avec celui des pratiques de développement de public. Aussi, la démarche de médiation prend du temps à s'ancrer efficacement dans la communauté : il faut au minimum 3 ans pour obtenir des résultats probants, il faut faire preuve d'acharnement et de patience.

La non-rémunération des artistes lors d'activités « grand public » ajoutent à la difficulté de réalisation des projets de médiation du Quat'Sous, dans un domaine exigeant en mal de financement. Corollairement, les gouvernements valorisent peu ce travail et n'offre pas de support technique ou de cadre de référence pour appuyer ces démarches de médiation.

## **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Les qualités sollicitées par ce travail ne semblent pas être spécifiques au domaine de la médiation : ce sont principalement des aptitudes inter-personnelles et communicationnelles ainsi qu'une capacité à l'autonomie et à l'innovation. La bonne connaissance du milieu culturel et de ces acteurs est aussi un pré requis pour ce travail.

## **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

La formation en animation culturelle répondrait déjà au besoin des médiateurs culturels. Comme il s'agit d'un travail de terrain aux caractéristiques changeant selon les réalités du moment, des ateliers ou colloques permettant d'échanger avec d'autres intervenants seraient plus pertinents.

## **Tohu**

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### **1. Renseignements généraux**

- Nom de l'organisme : La Tohu, la Cité des Arts du Cirque
- Coordonnées : 2345, rue Jarry Est  
Montréal (Québec)  
H1Z 4P3 Canada  
  
Tel : 514 374-3522 ; Fax : 514 729-9964  
www.tohu.ca
- Personne contactée : Patricia Pérez  
Artiste en résidence  
514 374-3522, poste 2236

### **2. Présentation générale de l'organisme**

- Type d'activités : La Cité des arts du Cirque est le regroupement, en un même lieu, d'infrastructures de création, de formation, de production et de diffusion des arts du cirque. Les activités incluent entre autres des services aux artistes, la diffusion d'événements culturels pour grand public et l'animation du Complexe environnemental de Saint-Michel.
- Domaines d'activités : Il s'agit d'un organisme à but non lucratif (OBNL) dont les fondateurs corporatifs sont En Piste (le rassemblement national des professionnels, des entreprises et des institutions du secteur des arts du cirque), l'École nationale de cirque (ÉNC) et le Cirque du Soleil.
- Mandat : Initialement centrée sur la volonté de faire de Montréal une capitale internationale des arts du cirque, la mission s'est progressivement élargie au fil d'heureuses rencontres avec le quartier, ses habitants et ses différents acteurs publics et privés. Soucieuse du contexte environnemental, économique et social dans lequel elle évolue, la Tohu cherche à contribuer au développement du quartier Saint-Michel à Montréal, l'un des plus sensibles au Canada. Elle souhaite également participer activement à la réhabilitation du 2e plus grand site d'enfouissement de déchets situé en milieu urbain en Amérique du Nord.
- Durée/pérennité : Variable.
- Historique : C'est en 1999, suite aux premiers États généraux des arts du cirque, qu'est née l'idée d'une cité des arts du cirque. En offrant un lieu d'échanges stimulant pour les individus et les groupes oeuvrant dans le milieu et en permettant l'émergence d'artistes et de nouvelles créations au niveau local, cette cité viendrait renforcer la position du cirque québécois sur la scène mondiale.
- Environnement : Montréal, le quartier Saint-Michel et son contexte élargi.

- Partenaires et sources de financement : Les partenaires financiers principaux sont, parmi d'autres, le groupe SSQ et le Cirque du Soleil. L'appui de plusieurs ministères fédéraux et provinciaux ainsi que de plusieurs départements et services municipaux est également significatif. La Tohu bénéficie également de nombreuses liaisons avec les organismes communautaires et associatifs du quartier, les écoles et les caisses locales.

## **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Patricia Perez est artiste en résidence à la Tohu. Dans l'ensemble, son travail ne relève toutefois pas directement de la production artistique, cette ancienne acrobate, chorégraphe et danseuse s'étant retirée de la scène il y a quelques années. D'abord engagée contractuellement par la Tohu comme « mobilisatrice culturelle », elle y évolue aujourd'hui en « résidence » par le biais d'une commandite fournie par le Cirque du Soleil. Ses tâches et ses fonctions au sein de la Tohu se sont aussi diversifiées, et se rapprochent plus strictement du statut de médiateur culturel. Elle y assure principalement un rôle de mise en place et de coordination des événements spéciaux qui mettent en lien la Tohu et la communauté élargie du quartier St-Michel, au cœur duquel l'organisme est situé. Elle est à ce titre chargée du développement et du suivi de projets spéciaux destinés à des groupes particuliers, ainsi que de la mise en relation d'artistes du milieu local. Elle assure également un rôle de représentation de la Tohu au sein de diverses instances de concertation du quartier, de manière à intégrer l'organisme à la vie citoyenne, que ce soit par le biais d'une contribution à différents programmes déjà en place, par la mise à la disposition de ressources ou par le développement d'initiatives particulières.

### **4. Description des activités et événements-clefs :**

La Tohu se présente, entre autres, comme un organisme dont la triple vocation est sociale, culturelle et environnementale. Les activités de médiation assurées par l'artiste en résidence concernent l'interaction entre la Tohu et la communauté, réalisée principalement par le biais d'activités et d'animations culturelles ainsi que par la réalisation de projets de création. En ce sens, la fonction de la Tohu au sein du quartier St-Michel se rapproche de celle d'une maison de la culture, qu'il s'agisse de la diffusion de spectacles gratuits, de l'accueil et de l'animation de groupes scolaires ou d'autres visiteurs, ou encore de la mise sur pied de projets qui mobilisent des outils créatifs dans un but d'intégration professionnelle, d'insertion ou d'intervention sociale, selon les besoins. Trois grands groupes d'activités peuvent ainsi être identifiés :

- Volet support et conseils à la création. Il s'agit de projets d'accompagnement à la création artistique pour des artistes locaux, pour des jeunes ou pour de nouveaux arrivants en voie de professionnalisation (environ 10 semaines) ;
- Volet éducatif. Il concerne surtout des activités artistiques avec des groupes de jeunes ou d'enfants (par le biais du programme de soutien aux écoles montréalaises) et où sont développés des projets spéciaux suivis sur une période moyenne de 6 mois ;

- Volet d'accueil. Il comprend des activités générales d'animation culturelle du quartier ou des ateliers créatifs, auxquels s'ajoutent l'accueil de divers groupes citoyens à l'intérieur des murs de la Tohu pour des activités d'interprétation adaptées à des publics variés, 'grand public' ou marginaux (histoire du bâtiment vert et du quartier ; expositions temporaires ou permanentes ; arts et histoire du cirque).

## **5. Pratiques de Médiation :**

### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

À la Tohu, le médiateur culturel porte plusieurs chapeaux. Sa démarche est d'abord celle d'une sensibilisation à la culture adaptée à des publics « difficiles », afin de parvenir à susciter un intérêt souvent insoupçonné. Il s'agit donc d'un travail avant tout d'interprétation visant à rendre le langage artistique plus familier, c'est-à-dire en le remodelant de façon à ce qu'il soit plus aisément ancré à même les références dont disposent variablement ces types de publics. Les artistes, souvent sensibles à ces dimensions, sont néanmoins parfois désemparés ou mal outillés pour répondre seuls à la complexité de telles situations. Un rôle important de transmission et de décloisonnement demande ainsi au médiateur d'agir à la fois comme animateur, comme coordonnateur d'événements et de projets, et souvent même comme 'psychologue', afin de parvenir à canaliser positivement les difficultés propres à un milieu ou à un public spécifiques. À l'évidence, ce travail ne s'effectue jamais seul, et demande la plupart du temps une collaboration constante avec les artistes, les enseignants, les psychologues, les travailleurs de rues, les intervenants sociaux, etc.

### **b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

La médiation culturelle pratiquée par la Tohu s'adresse prioritairement à la population du quartier St-Michel, en tant qu'il s'agit d'un quartier en pleine revitalisation où se concentre à la fois une très grande diversité ethnoculturelle ainsi qu'un nombre important de problématiques urbaines et sociales, souvent criantes. Il s'agit, en invitant par exemple les résidents à venir expérimenter une pratique créatrice ou encore en adaptant à leurs besoins l'interprétation d'un contenu, de transmettre l'envie de « pratiquer la culture » et de fréquenter la Tohu afin, éventuellement, d'en investir l'espace et les possibilités. La médiation culturelle telle que pratiquée à la Tohu a pour objectif explicite le développement de nouveaux publics. Elle vise également indirectement, au-delà de l'augmentation des taux de fréquentation, à rehausser l'image du quartier.

## **6. La notion de la médiation culturelle :**

### **a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

La médiation est un travail d'interprétation outillant par et dans l'expérience les nouveaux publics à un certain vocabulaire culturel. Il opère un dialogue entre l'artiste et les publics, en interprétant une œuvre et en la faisant « vivre » à travers un ancrage dans l'univers de référence de ces derniers, tout en les initiant à de nouvelles réalités.

### **b. Vers qui ou quoi la médiation culturelle est-elle orientée :**

La médiation culturelle est très souvent destinée à l'ensemble des publics qui se trouvent dans une condition fragile, précaire, déficiente ou marginalisée, et pour qui la culture est en conséquence la dernière des priorités, et ce bien au-delà de la gratuité.

Toutefois, la médiation s'adresse en théorie à tous types de publics, qu'il s'agisse d'un public intéressé et désirant approfondir son expérience culturelle via des échanges et des réflexions spécialisées, ou encore qu'il s'agisse d'un public 'médié', d'amateurs ou de curieux.

### **c. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'impact de la médiation culturelle, à la Tohu, est rendu évident par l'augmentation sensible de l'achalandage et par le nombre de personnes présentes en salles lors des représentations ou des activités.

Les retours et les commentaires des organismes à la suite de projets spéciaux est également un élément de mesure et de réajustement très important.

De plus, une certaine atmosphère de convivialité et une omniprésence citoyenne qui n'étaient pas présentes auparavant s'est peu à peu installée à l'intérieur même de la Tohu. Le lieu semble aujourd'hui plus vivant, plus ouvert, plus habité. Des témoignages rapportent que cet espace a ainsi contribué à la découverte, par les résidents, d'une richesse et d'une diversité de leur quartier jusqu'alors ignorée.

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

Un milieu local, communautaire ou citoyen cohésif et consolidé par des instances de concertation centralisées est l'une des conditions les plus importantes, facilitant de beaucoup la possibilité même des activités de médiation culturelle. D'autre part, les ressources financières et la reconnaissance professionnelle sont deux dimensions non négligeables.

Le travail de médiation procure une gratification au quotidien, à travers le développement de la curiosité et l'évolution personnelle des participants, qui s'en montrent souvent directement très reconnaissants.

### **b. Difficultés et obstacles :**

La médiation éveille souvent beaucoup d'attentes de la part du milieu, et celles-ci peuvent devenir à toutes fins pratiques impossibles à supporter. Les contraintes, financières en tout premier lieu, sont nombreuses, et ne permettent pas toujours un accès illimité et gratuit aux installations. Aussi, savoir poser les limites de l'action de médiation, et savoir refuser sans froisser est souvent une affaire délicate. Pourtant, il s'agit là d'une délimitation dont le médiateur a besoin, et ce en premier lieu pour lui-même, afin d'éviter certains risques d'épuisement qui sont malheureusement courants. En effet, le problème le plus criant est sans doute le manque de ressources et l'ampleur de la tâche, disproportionnée par rapport au nombre de médiateurs disponibles. Ce problème découle du manque de structures de financement adaptées à la fonction de médiateur culturel.

De nombreux vols ont aussi forcé la sécurisation de l'espace de la Tohu. Ce « mal nécessaire » est déploré, puisqu'il rend parfois les publics de ce quartier sensible - et les jeunes en particuliers- plus suspicieux.

### **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Le médiateur est un être sensible et « multi stratégique ». Fin pédagogue, sa plus précieuse compétence est sa capacité d'écoute et son « intelligence émotionnelle », puisque le point nodal de toute médiation est avant tout l'expérience humaine. Il doit également démontrer une grande ouverture et un engagement social, voire une implication personnelle dans son travail. Il se doit d'être généreux de lui-même, patient et inventif.

Le médiateur doit également bien connaître et savoir s'immiscer dans les milieux communautaires, qui sont très souvent la condition de possibilité de son travail. Ses compétences en communication ainsi que sa capacité d'expression et de résolution de conflits sont également indispensables. La maîtrise de techniques en psychologie de la communication, couplée à une connaissance solide des diverses cultures et des communautés ethnoculturelles, sont également des atouts d'importance.

### **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

La médiation culturelle souffre d'un déficit de reconnaissance, et l'établissement d'un statut professionnel pour cette pratique est définitivement souhaitable. Les artistes ont souvent le profil idéal pour ce type de pratique. Aussi celle-ci pourrait-elle constituer une alternative, un revenu d'appoint ou une « seconde carrière » intéressante pour ces derniers. Une formation annexe ou complémentaire au cursus académique classique en arts et qui serait ajoutée aux axes pédagogiques existants pourrait par exemple être envisagée.

Toute formation en médiation culturelle devrait absolument comporter une dimension liée à une expérience de terrain ancrée dans la réalité communautaire, afin de développer des outils pertinents et saisir davantage les possibilités et les limites de ce milieu.

De façon générale, les intervenants actuels en médiation gagneraient à se rencontrer davantage afin de partager leurs expériences et s'ouvrir à de nouvelles méthodes.

## Wapikoni Mobile

Fiche documentaire : éléments techniques et descriptifs

---

### 1. Renseignements généraux

- Nom de l'organisme :  
Wapikoni Mobile
- Coordonnées :  
Corporation Wapikoni mobile  
3155 Chemin de la côte-de-liesse  
St-Laurent, Québec  
H2N 2N4  
(514) 496-4476  
<http://www.onf.ca/aventures/wapikonimobile/excursionWeb/>
- Personne contactée :  
Sarah Lalonde, Coordonnatrice terrain et diffusion

### 2. Présentation générale de l'organisme

- Type d'activités :  
Le Wapikoni mobile est une unité mobile de création vidéo et d'enregistrement musical destiné aux jeunes autochtones. Il se déplace dans les communautés du Québec.
- Domaines d'activités :  
Prévention de la toxicomanie, de la criminalité et du décrochage scolaire.  
Formation, développement des compétences et de l'emploi  
Favoriser la réflexion, l'expression et les échanges culturels.
- Mandat :  
Donner aux jeunes l'occasion de s'exprimer grâce à leurs réalisations artistiques dans le domaine de la vidéo ou de la musique. Le Wapikoni travaille à l'émergence de talents et au développement de nouvelles compétences, mais offre également une opportunité de participer à diverses activités de diffusion axées sur les échanges et la communication. En plus des ateliers de formation et de perfectionnement, le Wapikoni mobile offre aux jeunes une occasion de sortir de leur cadre de vie habituel et de rayonner dans leur communauté et à l'extérieur.
- Historique :  
L'artiste Manon Barbeau a mis sur pieds le projet en 2001. Pour gérer l'aventure Wapikoni mobile, un organisme sans but lucratif est fondé en 2003 : la corporation Wapikoni Mobile. Les membres fondateurs en sont Clément St-Cyr du Conseil de la Nation Atikamekw, Maxime Vollant, du Conseil des jeunes des Premières Nations du Québec et du Labrador, et Manon Barbeau des Productions des beaux jours. Très active au sein du Conseil des jeunes de la communauté de Wemotaci, Alexandra Awashish en accepte la présidence.

Dès l'été 2003, à la phase du développement du projet, l'équipe du Wapikoni a convenu avec l'Assemblée des Premières Nations du Québec et du Labrador d'assurer une représentation majoritaire des Premières Nations au sein d'une structure corporative qui serait responsable de la gestion du projet. La Corporation, à l'aide d'une équipe de base compétente et reconnue, gère l'ensemble des activités. Elle produit aussi les rapports annuels et les rapports financiers qui sont soumis par la suite à la vérification. La première assemblée annuelle de la Corporation a eu lieu le 12 octobre 2004.

- Environnement :  
La corporation est située à Montréal. Le motorisé va dans les communautés autochtones partout au Québec.
- Réseaux :  
Lors de son passage en milieu autochtone, Wapikoni mobile s'assure que la coordination des activités soit faite en collaboration avec un membre de la communauté à chaque escale. Le Wapikoni tente ainsi de s'arrimer au réseau social déjà existant afin de répondre aux besoins spécifiques des communautés.
- Structure organisationnelle :  
La corporation :  
Alexandra Awashish est la présidente, Manon Barbeau est la vice-présidente, Clément St-Cyr est secrétaire-trésorier, et Serge Rock, Evelyne Papatie et Mélanie Kistabish sont administrateurs.

L'équipe permanente du Wapikoni Mobile :

Manon Barbeau est productrice, conceptrice, directrice pédagogique et artistique des Productions des beaux jours, Lucille Veilleux est au développement des partenariats, Youri Mourog est administrateur, Cédric Corbeil est directeur technique, Sébastien Pichette est responsable à la post-production, Sébastien Tremblay est responsable des unités mobiles, Sarah Lalonde est à la coordination terrain, Judith Brès est responsable à la diffusion et Sara Doré est adjointe administrative.

L'équipe de l'ONF :

Jean-François Laprise J. s'occupe de la coordination technique, Johanne Dubuc de l'administration, l'équipe administrative est composée de Mirabelle Bélanger, Dominique Brunet et Lise Levesque. Maryse Chapdelaine est productrice déléguée et Patricia Bergeron est productrice.

- Les partenaires « terrain » : L'assemblée des Premières Nations du Québec et du Labrador, le Conseil en éducation des Premières Nations, la Commission de la santé et des services sociaux des Premières Nations du Québec et du Labrador, le Conseil des jeunes des Premières Nations du Québec et du Labrador, le Conseil de la nation Atikamekw, le Conseil de bande de Wemotaci, le Conseil de bande de Manawan, le Conseil de bande d'Opitciwan, le Conseil tribal de la nation algonquine, le Conseil de bande de Kitcisakik, le Conseil de bande de Lac Simon, le Conseil de bande de Pikogan, le Conseil de bande de Kitigan Zibi, le Conseil de bande de Mashteuiatsh, le Conseil de bande d'Oujé-Bougoumou, le Conseil de bande de Kaneshatake et Terres en vues.

## **Éléments de synthèse de l'entretien**

---

### **3. Nom, titre et fonction (tâches, positions, mandat, etc.) de la personne interviewée :**

Sarah Lalonde est responsable de la coordination des activités sur le terrain. Elle œuvre à l'organisation des escales du motorisé dans les différentes communautés amérindiennes : elle établit les contacts, fait le recrutement des coordonnateurs autochtones et fait le suivi des activités avec les instances gouvernementales.

Elle est aussi responsable de la diffusion des films.

### **4. Description des activités et évènements-clefs :**

Wapikoni mobile est une roulotte motorisée qui visite les différentes communautés autochtones du Québec pour faire de l'intervention sociale par le cinéma. Il offre aux jeunes autochtones le nécessaire à la réalisation de courts métrages et de trames sonores. À chaque escale, il y a un coordonnateur autochtone, deux formateurs et un intervenant social. C'est, dans la plupart des cas, la première expérience cinématographique des jeunes. Ce moyen d'expression permet de briser l'isolement des Amérindiens, tout en les sensibilisant à la création et à son potentiel émancipateur. Il permet une valorisation et une actualisation des cultures autochtones qui génèrent fierté et intérêt de la part de ces communautés.

L'organisme veille aussi à la diffusion des films dans différents festivals et colloques québécois et internationaux. Wapikoni œuvre ainsi à mieux faire connaître le visage actuel des communautés autochtones du Québec, à faire tomber les préjugés ainsi qu'à sensibiliser le public de façon général aux réalités et problématiques amérindiennes. En plus de susciter un intérêt pour ces cultures marginalisées et de créer des liens avec la population québécoise, cette diffusion de films vise à alimenter une discussion sociétale sur les réalités autochtones contemporaines.

### **5. Pratiques de Médiation :**

#### **a. Le type de médiation spécifique pratiquée :**

Wapikoni utilise le vocable d' « intervention sociale » dans ses activités. Toutefois, plusieurs caractéristiques de ses pratiques pourraient être appelées « médiation culturelle ». Cette médiation spécifique se fait en trois temps :

Tout d'abord, il s'agit de favoriser la création et la discussion en milieu autochtone tout en préservant l'autonomie d'action des jeunes. Des professionnels viennent encadrer et former les cinéastes en collaboration avec des coordonnateurs amérindiens locaux. Les thématiques sont amenées et développées par les jeunes de la communauté visitée. Le Wapikoni vient ainsi épauler la démarche artistique en encourageant l'expression des spécificités locales, il ne tente pas d'imposer une démarche préétablie. Aussi la formation de cinéastes professionnels n'est pas l'objectif premier visé, l'intention est plutôt de partager les rudiments de base du cinéma, de fournir le matériel adéquat afin de sensibiliser les jeunes au pouvoir émancipateur et valorisant de la création.

Par ailleurs, ces regards particuliers posés sur les communautés autochtones par leurs membres soulèvent à l'intérieur des collectivités un intérêt et un questionnement sur les réalités amérindiennes et sur l'état de leur culture. La démarche créative individuelle est un moyen d'expression qui permet, pour le cinéaste, de rompre avec l'isolement en partageant son imaginaire avec sa communauté; en retour, ces films amènent la communauté à réfléchir et discuter sur ce qui lui est propre et participent ainsi à une revalorisation et une réactualisation des cultures autochtones. Par la suite, la médiation est pratiquée à l'extérieur des communautés autochtones pour la diffusion des films réalisés. L'intention est ici de faire connaître les réalités autochtones par ces créations afin de porter la réflexion amorcée aux niveaux provincial, canadien et international.

**b. À qui s'adresse cette médiation, et pourquoi ?**

Cette médiation s'adresse d'abord aux milieux autochtones plus « problématiques », c'est-à-dire qui démontrent des problématiques sociales plus importantes : problème d'alcoolisme et de toxicomanie, taux de suicide élevé, violence, etc. Elle s'adresse plus spécifiquement aux jeunes amérindiens qui souvent dans ce contexte manquent de tribune pour s'exprimer et cherche un sens à leur avenir.

Les films réalisés génèrent des discussions dans les communautés concernées et permettent un questionnement constructif. Il s'agit toutefois de pousser encore plus loin la médiation pour informer et intéresser les populations à l'extérieur des communautés autochtones. La situation des premières nations en est une de responsabilité provinciale et canadienne, il importe donc de mobiliser et de mener à la réflexion le plus grands nombres d'acteurs.

**6. La notion de la médiation culturelle :**

**a. Principes de base ou définition de la médiation culturelle :**

Un des principes qui soutient l'action du Wapikoni mobile est que toutes les populations devraient avoir accès aux outils permettant la création. Aussi, l'organisme croit fortement au potentiel bénéfique de l'art : bien que l'émergence de cinéastes professionnels soit encouragée, la médiation culturelle pratiquée par le Wapikoni mobile a pour objectif premier de stimuler et valoriser les jeunes, de leur donner une voix porteuse d'espoirs. Dans cette optique, c'est le processus de création et d'échange plus que le résultat cinématographique final qui importe. Aussi le Wapikoni favorise-t-il l'apprentissage par l'action concrète et tente de laisser le plus de liberté d'action aux participants du projet.

**b. Quel en est l'impact ou la portée ?**

L'organisme a permis à plus de 700 jeunes autochtones de réaliser leur création. Il n'y a pas de mécanisme comme tel pour saisir les retombées individuelles et collectives de cette pratique. Toutefois, l'intérêt indéniable des communautés pour Wapikoni et l'accueil positif des films réalisés dans les festivals et colloques semblent démontrer la réussite du projet.

## **7. Motifs, conditions, obstacles :**

### **a. Motivations et conditions facilitantes :**

Le Wapikoni a acquis une bonne réputation au fil des ans : les communautés sont généralement heureuses de la venue de l'organisme et participent volontiers à l'exercice. Aussi, à l'extérieur des communautés, le travail de Wapikoni est reconnu et accueilli avec intérêt.

### **b. Difficultés et obstacles :**

Les différences culturelles, notamment en ce qui concerne la conception du temps, viennent parfois ralentir les communications avec les communautés autochtones. Il a fallu un certain temps à l'organisme pour se faire bien comprendre et connaître du milieu. Aussi, certaines collectivités sont difficile d'accès pour le motorisé. Le trajet est parfois éprouvant pour le matériel cinématographique. Par ailleurs, l'organisme est dépendant du financement public et ce statut limite sa capacité à réaliser une diversité de projets.

## **8. Compétences nécessaires, développées ou à développer :**

Les compétences nécessaires au travail du Wapikoni ne semblent pas être spécifiques au domaine de la médiation culturelle. Il s'agit principalement de qualités organisationnelles et de planification ainsi que d'aptitudes communicationnelles et relationnelles. Le soutien au processus créatif demande aussi évidemment une expertise technique et une sensibilité artistique

## **9. Contenu et format d'une formation éventuelle en médiation :**

Le Wapikoni serait intéressé par des activités de partage avec des intervenants du terrain sous forme de séminaire ou de colloque. Une formation théorique de type universitaire ne serait pas appropriée parce que trop abstraite et éloignée de la pratique concrète.