

Faire vibrer les communautés à l'art contemporain

Pistes pour une médiation vivante et engageante

AGAF

Ce guide pratique est le fruit d'échanges, de discussions et de recherches de personnes passionnées par la médiation. Toutes ont contribué à sa création afin d'en faire un outil riche et convivial pour une plus grande accessibilité à l'art contemporain.

Conception, recherche et rédaction

Marilyn Farley

Marie-Laure Robitaille

Collaboratrices

Sophie Bédard (Illustration)

Sophie Ouch (Graphisme)

Intervenant.e.s

lors des projets *Faire vibrer les communautés à l'art contemporain* et *Raconter nos histoires en art contemporain*

Adriana de Oliveira

Christelle Renoux

Marie-Laure Robitaille

Nicolas Rivard

Coordination

Lise Leblanc (AGAVF)

Révision linguistique

Camille Desrochers

L'AGAVF remercie le Conseil des arts du Canada, le Conseil des arts de l'Ontario et le ministère du Patrimoine canadien de leur appui financier.



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO
an Ontario government agency
un organisme du gouvernement de l'Ontario

Canada

Faire vibrer les communautés à l'art contemporain

Pistes pour une médiation vivante et engageante

AGAF

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Introduction | VI |
| Partie 1: Mise en contexte de la médiation | 8 |
| Origine et pratiques de la médiation | 9 |
| Gros plan sur la médiation culturelle | 10 |
| Objectifs et effets de la médiation culturelle | 12 |
| La place de la médiation en art contemporain | 14 |
| Partie 2: Les clés d'une intervention adaptée en médiation en art contemporain | 18 |
| Pour une visite interactive adaptée à votre public cible | 19 |
| 1< Réfléchir à son public | |
| 2< Réapprendre à regarder | |
| 3< Préparer son contenu | |
| 4< Rejoindre et fidéliser son public | |
| Annexes | 35 |
| A< Caractéristiques des publics | 36 |
| B< Ressources | 46 |
| C< Lexique | 48 |
| D< Bibliographie | 51 |

INTRODUCTION

L'art contemporain peut parfois sembler intimidant. Il est souvent jugé complexe, hermétique et réservé à une certaine élite intellectuelle par le grand public. Toutefois, certaines clés d'interprétation sont utiles pour aider les publics à décoder, comprendre et apprécier les œuvres.

Sensible à cette question, l'AGAVF a depuis 2009 entrepris plusieurs initiatives. Elle a d'abord commandé à Marie-France Beaudoin un guide intitulé *Comment parler d'art contemporain en milieu scolaire* (2011) dans lequel sont proposés une dizaine de clés pour appréhender l'art contemporain. Elle a ensuite réalisé deux initiatives visant à outiller ses membres en médiation de l'art contemporain : *Faire vibrer les communautés à l'art contemporain* et *Raconter nos histoires en art contemporain*¹. Celles-ci ont mené à une vingtaine d'interventions, alliant activités de professionnalisation et création de projets de médiation en art, dans treize villes à travers le pays entre 2016 et 2020.

L'AGAVF a donc voulu réunir certains contenus, outils et ressources utilisés lors des interventions à titre de rappel pour les participant.e.s aux interventions, mais surtout pour en faire bénéficier le plus grand nombre d'intervenant.e.s possible. Le document s'adresse aux diffuseurs spécialisés, aux artistes, aux médiateur.-trice.s et aux travailleur.-euse.s désirant approfondir leurs connaissances en médiation de l'art contemporain.

Après un rappel des concepts de la médiation culturelle, et plus particulièrement de la médiation en art contemporain, ce document fournit les pistes d'une intervention centrée sur la visite interactive.

¹ Initiatives financées par le Fonds d'action culturelle communautaire (FACC) du ministère du Patrimoine canadien.

PARTIE

1

MISE EN CONTEXTE

DE LA MÉDIATION

Origine et pratiques de la médiation

Le mot médiation vient du latin *mediatio* qui signifie « entremise ». Le terme médiateur remonte au XIII^e siècle et désigne le processus de conciliation qui se joue par l'entremise d'un intermédiaire : le ou la médiateur.-trice.

Dans l'écosystème culturel et artistique, les pratiques de la médiation sont multiples et revêtent différentes formes. Elles empruntent des connaissances dans les domaines culturel, social, politique et éducationnel. Chaque pratique a son approche et son champ d'action. À titre d'exemple, nous pouvons citer la médiation sociale qui se concentre sur la relation entre des groupes sociaux, la médiation intellectuelle qui se préoccupe des rapports avec les savoirs et les pratiques intellectuelles et, finalement, la médiation culturelle qui mise sur la relation entre les citoyen.ne.s et des objets culturels (œuvres d'art, œuvres littéraires, patrimoine bâti, etc.) ou des pratiques artistiques (arts visuels, arts vivants, musique, etc.). Les frontières entre les différentes formes de médiation sont poreuses et un même projet peut emprunter des caractéristiques issues de ces différents domaines.

Gros plan sur la médiation culturelle



La médiation culturelle désigne des stratégies d'action culturelle centrées sur les situations d'échange et de rencontre entre les citoyens et les milieux culturels et artistiques. Elle se caractérise par la mise en place de moyens d'accompagnement, de création et d'intervention destinés aux populations locales et aux publics du milieu artistique et culturel.

La médiation culturelle a pour principe d'action l'élargissement et l'approfondissement de l'accès de la population aux moyens de création individuelle et collective (démocratie culturelle), ainsi qu'à l'offre culturelle professionnelle (démocratisation culturelle)². »

² Montréal médiation culturelle. *Qu'est-ce que la médiation culturelle*, 2020 (7 juin 2020). <http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/>

Cette définition, proposée par la Ville de Montréal, fait partie d'un large éventail de définitions proposées par les villes, les institutions et les organismes culturels. Bien que variant de l'une à l'autre, la plupart des définitions s'accordent sur l'importance de la création d'un lieu d'échange favorisant la rencontre entre l'objet culturel et les publics.

Autres exemples de définitions de la médiation culturelle

Définition proposée par Culture pour tous³

La médiation culturelle désigne le processus de mise en relation entre les sphères de la culture et du social, la construction de nouveaux liens entre politique, culture et espace public. Elle chapeaute un vaste ensemble de pratiques allant des actions de développement des publics à l'art participatif et communautaire. Ultiment, elle vise à faire de chaque personne, visiteur ou spectateur, un véritable acteur culturel.

Définition proposée par Jean Caune dans *La Médiation culturelle : Expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble*⁴

La médiation culturelle (...) n'est pas la transmission d'un contenu préexistant : elle est production du sens en fonction de la matérialité du support, de l'espace et des circonstances de réception.

3 Culture pour tous. *Présentation – La médiation culturelle*, 2020 (29 août 2020). <https://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle/>

4 CAUNE, Jean. *La Médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble*, Grenoble : Presse universitaire de Grenoble, coll. Communication médias et sociétés, 2017, page 45.

Objectifs et effets de la médiation culturelle

La médiation culturelle poursuit plusieurs objectifs.

En voici quelques exemples :

- Faciliter l'accès aux arts et à la culture au plus grand nombre ;
- Encourager et valoriser la participation et l'apport des citoyen.ne.s à la vie culturelle ;
- Faciliter l'expression et l'autonomie des citoyen.ne.s face à une pratique ou une discipline artistique ;
- Mettre en place des espaces de dialogue, d'échange et/ou de création.

Les initiatives de médiation culturelle sont des occasions uniques de rencontres entre la culture, les artistes ou leurs œuvres, et les participant.e.s. Elles permettent l'échange et le partage d'expériences, d'idées et de connaissances. Ces moments privilégiés favorisent le rayonnement et l'inclusion de l'art dans la vie de tous les jours.

De plus, la médiation culturelle peut avoir des effets directs et indirects sur les participant.e.s. Des effets positifs, variant selon le contexte, sont identifiables, notamment sur le développement personnel, l'autonomie, la cohésion sociale, le sentiment d'appartenance, l'identité, la santé et le bien-être⁵.

⁵ JACOB, Louis, Anouk BÉLANGER, Julie SIMARD, Nathalie CASEMAJOR, Anouk SUGÀR, Emmanuelle SIROIS et Romain GUEDJ. (2014). *Les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement*, Montréal, UQAM, 2014. Études partenariales réalisées à Montréal de 2011 à 2013.

Pour aller plus loin

QUINTAS, Eva. *La médiation culturelle en questions*, Montréal: Culture pour tous, 2014.

FOURCADE, Marie-Blanche. *La médiation culturelle et ses mots-clés*, Montréal: Culture pour tous, 2014.

JACOB, Louis, Anouk BÉLANGER, Julie SIMARD, Nathalie CASEMAJOR, Anouk SUGÀR, Emmanuelle SIROIS et Romain GUEDJ. *Les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement*, Montréal, UQAM, 2014. Récupéré de montreal.mediation.org [http://etude.montreal.mediationculturelle.org/wp-content/uploads/2014/05/RapportFinal_EffetMediationCulturelle_VdMtl_LowRes.pdf]

CÔTÉ, Karine, Gabrielle DESBIENS, Ariane FORTIN, Nancy SAVARD et Véronique VILLENEUVE. *La médiation culturelle, moteur de développement dans une perspective de développement durable*, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Culture Saguenay-Lac-Saint-Jean, 2016. Récupéré de [mcc.gouv.qc.ca](https://www.mcc.gouv.qc.ca) [https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires___Metadonnees/Cellule_regionale_d_Innovation_Memoire.pdf]

CAMELO, Costanza, DUBÉ, Marcelle DUBÉ et Danielle MALTAIS. *Portrait des pratiques de médiation culturelle au Saguenay-Lac-St-Jean*, Saguenay-Lac-Saint-Jean, 2016. Études partenariales réalisées au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

LEGAULT, Caroline. « *La médiation culturelle : stratégies favorisant la fréquentation des institutions culturelles* », *Bulletin de l'Observatoire québécois du loisir*, vol. 9, n° 11 (2012) pages 1-4.

Charte du médiateur culturel de musée

La place de la médiation en art contemporain



[La médiation de l'art contemporain] relève d'un travail de liaison ou de passeur entre deux parties, une méditation [...] par laquelle est réalisé un travail d'interprétation, de transmission d'une connaissance et d'une esthétique attribuée à une œuvre⁶.»

C'est au XX^e siècle que des stratégies pour accompagner les publics lors de visites d'exposition, tels les livrets, voient le jour. Au tournant des années 1920, apparaissent les premiers guides bénévoles dans des institutions culturelles en France et aux États-Unis. En 1959, André Malraux (ministre de la Culture du gouvernement français de 1959 à 1969) déclare souhaiter l'accessibilité de la culture à tous les citoyens peu importe leur milieu socio-économique. Ses travaux seront source d'inspiration pour les politiques culturelles québécoises.

En France, la notion de médiation culturelle apparaît dans les années 1980, afin de répondre à une certaine perte de repères chez le grand public. En effet, tel qu'expliqué par Sylvie Lacerte dans son ouvrage *La médiation de l'art contemporain*, « la confusion et la perte de critères d'évaluation de l'art contemporain comptent parmi les facteurs inducteurs d'une certaine opacité ou de la discordance qui persiste entre l'art contemporain et le public⁷ ».

6 LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain : Pour qui ? Pourquoi ?*, Montréal, chez l'auteur, 2017, page 3.

7 LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain*, Trois-Rivières, Éditions d'art Le Sabord, 2007, page 46.

Pour Lacerte, cette perte de repères remonte aux avant-gardes, avec l'apparition de pratiques comme le *readymade*. Par la suite, les œuvres pop, conceptuelles et minimalistes auraient elles aussi participé à creuser le fossé entre les pratiques artistiques contemporaines et les publics, plus particulièrement chez les néophytes. Avec des œuvres d'art dématérialisées, l'apparition de nouvelles technologies et des critères esthétiques chamboulés, plusieurs en vinrent donc à la conclusion que l'art contemporain nécessite bel et bien une forme de mise en relation, une approche distincte, soit la médiation.

Adhérent à cette théorie, au tournant des années 2000, des groupes rassemblant des personnes responsables des relations à l'art contemporain voient le jour et la spécificité de la médiation de l'art contemporain se précise.

Tel que mentionné plus haut, l'art contemporain est réputé complexe par

certains publics et peut susciter diverses réactions dont l'indifférence, le rejet et l'incrédulité. La lecture des œuvres peut sembler ardue, car elles sont à la fois ce qu'elles nous montrent (leurs dimensions plastiques, leur durée, leur occupation de l'espace, leurs aspects observables), et ce qu'elles suggèrent (leurs lectures et interprétations possibles)⁸.

Dans un contexte de médiation, votre rôle sera donc de faciliter le contact et le dialogue avec les regardeurs. La nature de votre intervention sera appelée à changer, selon que les participant.e.s se sentent très engagé.e.s par l'œuvre, ou qu'ils et elles se sentent moins concerné.e.s. Il faut se rappeler que l'on ne part pas tous et toutes à armes égales. Nos expériences, connaissances et intérêts diffèrent, d'où l'importance de la mise en place d'un accompagnement personnalisé. Connaître ses publics, savoir interagir avec ceux-ci et favoriser l'apport de chacun.e aux discours entourant l'œuvre, voilà votre mission !

8 VIOLLET, Marion. « Entre démocratisation culturelle et préservation d'une exigence de l'œuvre : construire une médiation de l'art contemporain », in *La démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine*, Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication, Centre d'histoire de Sciences-Po, Paris, 2012-2014. Récupéré de <http://chmcc.hypotheses.org/543>. (31 août 2020).

**Alors, comment accompagner
les publics dans leur lecture afin
de faciliter leur compréhension
et leur expérience de l'œuvre
d'art contemporain ?**

**En créant un espace propice à
l'échange où les publics et l'art
peuvent entrer en relation !**

Lorsque l'on met sur pied des initiatives de médiation, on doit se donner comme objectif principal une expérimentation optimale de l'œuvre par les participant.e.s. Cette expérimentation ne saurait se résumer à simplement côtoyer l'œuvre. Dans un contexte idéal, il serait bénéfique de favoriser de petits groupes pour prendre le temps de créer une relation entre les participant.e.s et les œuvres. En plus, s'il vous est possible de créer une récurrence des activités avec un même groupe, l'expérience en sera bonifiée.

Plusieurs moyens, tels que des ateliers de cocréation en présence d'artistes ou des tables rondes, peuvent s'avérer propices à la construction d'un espace de rencontre convivial entre les publics et l'art contemporain. L'un des moyens les plus populaires et servant souvent d'amorce à d'autres projets est la visite interactive, laquelle a été favorisée dans le cadre des interventions parrainées par l'AGAVF. Dans la partie 2, vous trouverez à titre de rappel les principaux éléments à retenir pour une intervention adaptée intégrant une visite interactive.

Pour aller plus loin

LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain : Pour qui ? Pourquoi ?*, Montréal, chez l'auteur, 2017, page 3.

LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain*, Trois-Rivières, Éditions d'art Le Sabord, 2007, page 46.

VIOLETT, Marion. « Entre démocratisation culturelle et préservation d'une exigence de l'œuvre : construire une médiation de l'art contemporain », in *La démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine*, Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication, Centre d'histoire de Sciences-Po, Paris, 2012-2014. Récupéré de <http://chmcc.hypotheses.org/543>. (31 août 2020)

PARTIE

2

LES CLÉS D'UNE INTERVENTION ADAPTÉE

EN MÉDIATION EN ART CONTEMPORAIN

Pour une visite interactive adaptée à votre public cible

Lors des projets *Faire vibrer les communautés à l'art contemporain* et *Raconter nos histoires en art contemporain*, les membres de l'AGAVF ont abordé et expérimenté plusieurs types d'initiatives de médiation culturelle (atelier de création en milieux scolaires, rencontres avec artistes dans des centres d'exposition). Ce guide se concentre principalement sur les notions nécessaires à la mise en place de visites interactives.

Toutefois, les concepts mentionnés ci-bas vous seront utiles pour la création de tout type de projets. La connaissance des publics et les techniques pour éduquer le regard et animer un groupe sont des outils à maîtriser, peu importe les contextes. À noter également que la visite interactive est une initiative populaire au sein des institutions culturelles, car elle exige relativement peu de ressources matérielles et peut s'avérer très efficace afin de sensibiliser les publics à l'art contemporain.

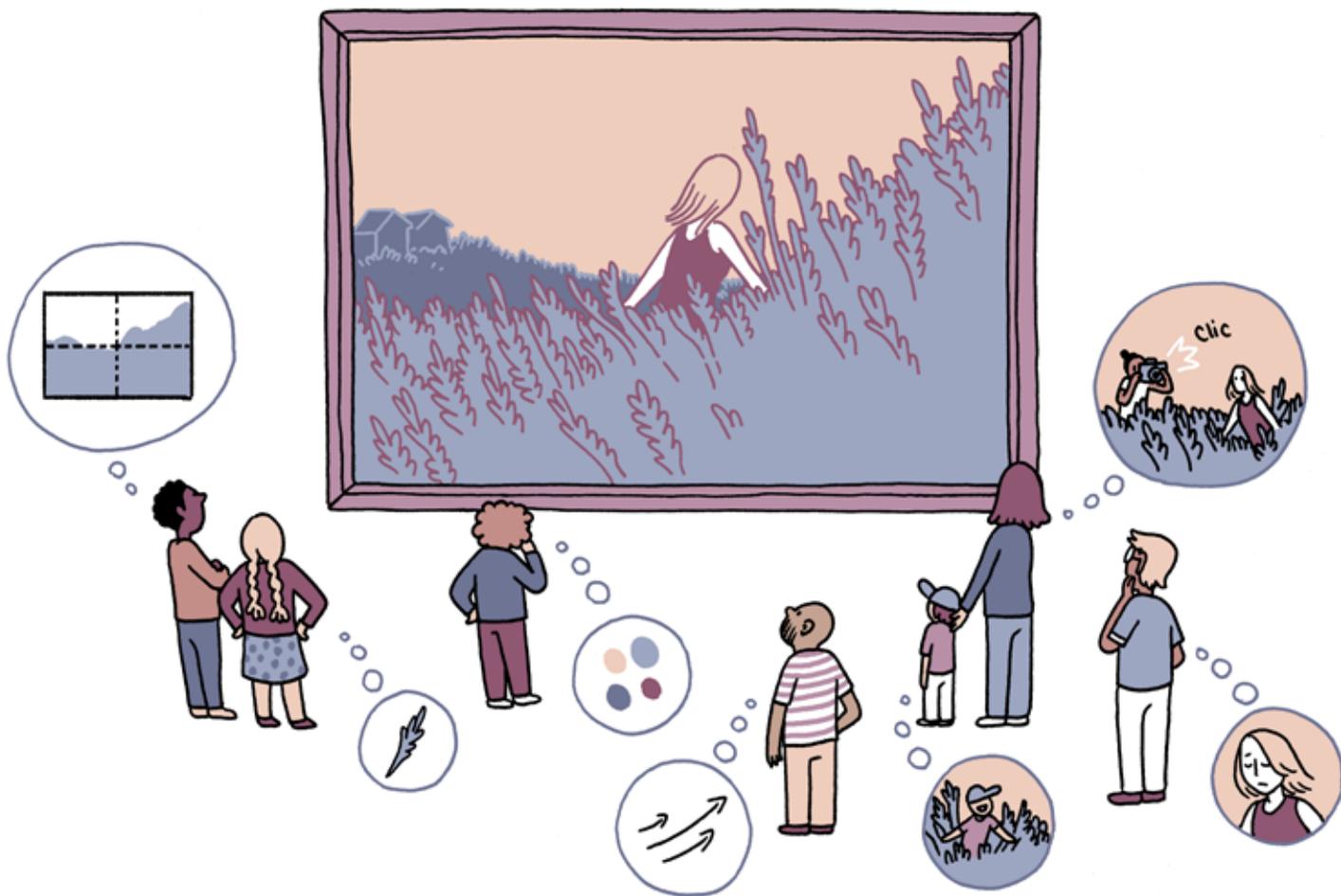
1< Réfléchir à son public

Bien connaître les publics auxquels on s'adresse permettra d'ajuster le discours, le mode d'interaction et les interventions. La communication en sera plus adéquate. Il est important de noter que la connaissance des publics est une expertise acquise notamment grâce à l'expérience et à une combinaison d'écoute, du sens de l'observation et d'un goût développé pour l'analyse. (Vous trouverez les descriptions complètes à [l'annexe A.](#))

Caractéristiques des publics selon l'âge

Les personnes appréhendent le monde et apprennent de manières diverses. L'un des facteurs déterminants est l'âge. Les enfants, les adolescent.e.s et les adultes requièrent donc des approches distinctes. Par exemple, les enfants d'âge préscolaire ont un temps d'attention plus court; il faudra donc privilégier des activités courtes, avec des variations dans le rythme et les modes d'interaction. Pour consulter les caractéristiques et les suggestions d'approches pédagogiques pour chaque tranche d'âge, veuillez vous référer à [l'annexe A.](#)

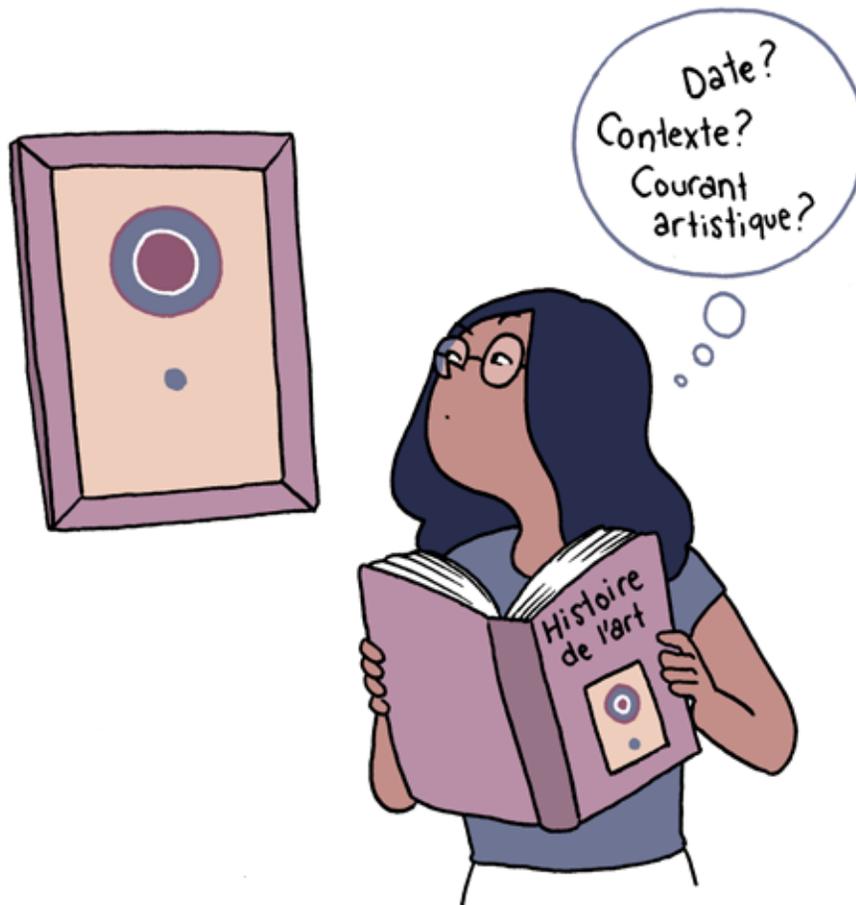
À noter que ces descriptions sont des caractéristiques générales du développement des publics. Il existe des nuances de capacités, de caractéristiques et de besoins, qui ne sont pas nécessairement représentées dans cette liste. Des ressources pour les publics neurodivers sont incluses dans [l'encadré Pour aller plus loin.](#)



Modes d'apprentissage

Nous n'apprenons pas tous.-tes de la même manière. Certain.e.s apprennent plus facilement par l'observation, d'autres par l'écoute, ou encore le mouvement. Selon une théorie courante dans les domaines de l'éducation et de la communication, certaines personnes auraient un profil plutôt visuel, auditif ou kinesthésique (VAK)⁹. Lors d'une activité de médiation, l'idéal est d'offrir des interventions qui répondent aux besoins de tous ces profils, en variant les techniques d'animation.

⁹ Commission scolaire de Montréal. « Visuel, auditif, kinesthésique, quel est ton profil ? » (en ligne), *cybersavoir*, 2020 (2 septembre 2020). [<http://cybersavoir.csdm.qc.ca/andreeannedespard/files/2016/09/audio-visuel-kinesth%25C3%25A9sique.pdf>]



Chaque individu a également ses propres intérêts face à une œuvre ou à une pratique artistique. Certain.e.s peuvent être interpellé.e.s par les courants historiques, d'autres par les détails de la vie de l'artiste, d'autres par les matériaux. Nous pouvons séparer ces intérêts en trois grandes catégories : l'émotif, le cognitif et le sensitif. En sachant reconnaître ces types d'apprentissage, vous pourrez ainsi choisir un contenu adapté à vos visiteurs. Par exemple, si vous avez reconnu une personne ayant un profil sensitif marqué dans votre groupe, n'hésitez pas à privilégier les informations relatives aux matériaux de l'œuvre. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet à [l'annexe A](#).

Pour aller plus loin

FOREST, Michel. *Éducation et action culturelle, Politique et activités (Guide Pratique)*, (en ligne), Service de soutien aux institutions muséales, Direction du patrimoine et de la muséologie, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2008 (2 septembre 2020). [<https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/ssim-guide-educ-action.pdf>]

Fédération québécoise de l'autisme (FQA). *Matériel éducatif*, (en ligne), 2020 (31 août 2020). Références, utilitaires, témoignages et outils concrets pour accompagner et soutenir les enfants à besoins et à défis particuliers (Éducatout). [<https://www.autisme.qc.ca/la-boite-a-outils/scolarisation/materiel-educatifs.html>].

Éducatout. *Enfants à besoins particuliers*, Éducatout, 2020 (31 août 2020). [<https://www.educatatout.com/besoins-particuliers/index.html>]

LIBOIRON, Linda. *Publics adolescents : mode d'emploi, qu'est-ce qui engage un ado?*, A016. Aide-mémoire remis aux participants suite à une conférence donnée dans le cadre de la Bourse RIDEAU le 12 février 2016.



2< Réapprendre à regarder

Selon une étude de l'American Psychological Association publiée en 2017, une personne passe en moyenne 28 secondes devant une œuvre d'art dans un musée. Afin de créer un espace propice à la découverte de l'œuvre, il est donc primordial pour le ou la médiateur.-trice d'inviter les participant.e.s à prendre leur temps d'observer, à partager ce qu'ils voient et ce qu'ils en comprennent. Au fil des échanges, le ou la médiateur.-trice accompagne le groupe et l'aide à aller plus loin dans sa découverte de l'œuvre. Ce processus peut suivre trois pistes.

Regarder/écouter/ vivre l'œuvre

Afin de permettre au regard de s'arrêter sur l'œuvre, il est intéressant de demander aux participant.e.s de commencer à décrire à haute voix ce qu'ils ou elles regardent, entendent et/ou remarquent. Lors de cette étape, prenez votre temps. Laissez le public apprivoiser l'œuvre !

Interpréter

En histoire de l'art, c'est ce que l'on appelle l'iconographie. Nous voyons des symboles dans les œuvres et les interprétons. Cette interprétation nous permet de comprendre la *narrativité* de l'œuvre (son histoire), ou son rythme, ce qui s'y *pass*e. L'iconographie peut être plus ou moins facile à comprendre, selon l'œuvre et notre bagage personnel. Nous arrivons tous.-tes avec des connaissances et des bagages culturels différents, et le même symbole peut être évident pour une personne alors qu'il reste insaisissable pour une autre. Certaines références ou connaissances utiles à notre compréhension peuvent être amenées durant la médiation.

L'apport d'informations complémentaires et de clés d'interprétation permettra aux participant.e.s. de comprendre le langage de l'œuvre, d'y donner un sens supplémentaire. Vous pourrez identifier les clés d'interprétation et les informations essentielles lors de la préparation du contenu, c'est-à-dire quand vous préparerez votre visite (voir point 3< Préparer son contenu).

Réfléchir et coconstruire le discours

L'échange de groupe sur le processus créatif de l'artiste, sur les enjeux abordés par l'œuvre ou son contexte de création est une autre piste intéressante. L'idée est de partir des connaissances du public afin de construire le discours ensemble. En posant des questions clés afin d'engager les participant.e.s dans la conversation, le ou la médiateur.-trice favorise la coconstruction du discours. C'est aussi un bon moment pour recueillir les réactions personnelles des participant.e.s. Est-ce que l'œuvre suscite chez eux ou elles des idées ou des émotions autres que celles que nous avons énoncées ? Qu'est-ce qui les frappe, les étonne ? Par cette coconstruction, le ou la médiateur.-trice contribue à la multiplicité des points de vue et à l'émergence d'interprétations. Avec les plus jeunes, ce moment peut être amené de manière ludique et rythmé par des jeux.

Favoriser l'écoute active

Pour réussir à créer un espace d'échange, le ou la médiateur.-trice doit faire acte d'écoute.

Il est donc important de :

- Ne pas interrompre ou finir les phrases d'un interlocuteur ou d'une interlocutrice ;
- Reformuler, pour s'assurer de bien comprendre ;
- Développer (Qu'est-ce qui vous a fait penser à cela ? D'où vous vient cette idée ? Etc.) ;
- Accepter les idées et les réactions imprévues ;
- Accueillir les interprétations qui sortent un peu du contexte de l'œuvre. Parfois, même si ce n'est pas ce que « l'artiste a voulu dire », l'interprétation peut être tout de même très intéressante. Les différentes lectures peuvent coexister ;
- Observer et écouter, tout simplement.

Perfectionner l'art du questionnement

Cette compétence porte même un nom savant qui nous vient de Socrate : *la maïeutique*, la maîtrise de l'art du questionnement. Vue comme une technique de questions-réponses qui permet de faire ressortir des savoirs déjà présents chez une personne, elle est aussi considérée comme une méthode qui suscite la réflexion intellectuelle.

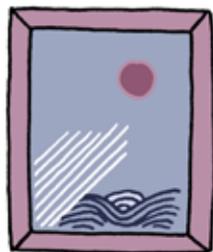
Formuler une question pour provoquer la discussion prends du temps, de la réflexion et de la pratique. Évitez d'être trop précis.e et de limiter ainsi les réflexions. Les questions oui/non ou à réponse unique peuvent être utiles, mais elles ne mènent pas nécessairement à la discussion, ne permettent pas facilement l'ouverture.

Des questions ouvertes appelleront aux débats/dialogues

Il ne faut pas chercher à *faire dire* ce que l'on veut entendre, mais à ouvrir la discussion à l'aide de questions ouvertes, auxquelles il peut exister plusieurs réponses valables et subjectives. N'oubliez pas d'accorder un temps de réponse suffisant. N'ayez pas peur du silence ! Le public a besoin d'un temps pour réfléchir, se déplacer, écouter, formuler une réponse, etc.

Varié le rythme et les interventions dans la visite

Afin de maintenir l'attention des participant.e.s, variez vos interventions pour accentuer l'interactivité de la visite. Par exemple, jouez avec les cartels (faire lire par un.e participant.e, faire deviner le titre de l'œuvre, manipuler des matériaux, etc.), observez les œuvres en sous-groupes et faites un retour en grand groupe, faites observer la salle dans son ensemble pour faire trouver les aspects communs des œuvres, inventez des jeux de piste pour les plus jeunes, etc.



3< Préparer son contenu



La perspective que je défends sur l'appréciation de l'art ne porte pas sur l'explication de la genèse de l'œuvre, au sens d'une explication causale, mais plutôt sur la compréhension de ce qu'une œuvre d'art exprime ou communique. Pour comprendre une œuvre, il faut comprendre son contexte social, culturel et artistique.»

Jerrold Levinson, *Contextualisme esthétique*, 2005.

Dans le cadre de ses responsabilités, le ou la médiateur.-trice est l'expert.e. du contenu de l'exposition, des œuvres et des publics. Afin de donner une visite interactive adaptée, il faudra :

Identifier ce qui est essentiel, les informations cruciales, les éléments à transmettre

- Observez et documentez les œuvres que vous voulez explorer avec le public cible.
- Effectuez des recherches sur l'artiste, sa démarche, ses œuvres antérieures.
- Bien qu'en tant qu'expert.e de votre contenu, il vous faut en savoir le plus possible sur l'artiste, l'exposition, les œuvres et leur contexte de création, il est primordial de se souvenir que les publics ne peuvent pas tout absorber. Votre temps de visite est limité. Alors, que souhaitez-vous que le groupe retienne de cette expérience ? En répondant à cette question, il vous sera plus facile d'identifier les informations essentielles. Cela vous permettra également de «trouver le fil conducteur de la visite.

Trouver le fil conducteur

- Le fil conducteur, c'est la colonne vertébrale de votre scénario de visite. Il vous permettra de structurer votre contenu (squelette) et en facilitera la compréhension par vos publics.

Exemple : Dans son exposition *Offrandes Quotidiennes*, Charline Collette utilise un métier d'art traditionnel, le *hookage* de tapis. Ses créations, faites de papier, sont axées sur la vie quotidienne et interroge le partage des tâches domestiques, leur valeur et leur répétition constante. Dans ce cas-ci, votre fil conducteur pourrait être : Charline Collette s'approprie une tradition typiquement féminine afin de s'interroger sur le rôle des femmes dans la famille et la société.

Identifier les informations pertinentes

qui viendront habiller votre squelette. Songer aux différents types de publics et à ce qui pourrait les intéresser :

- Choisissez avec soins les informations qui viendront accompagner les idées du fil conducteur. Vous pouvez les développer en sous-thèmes.

Exemple : Dans l'exposition *Offrandes Quotidiennes* de Charline Collette, renseignez-vous sur l'histoire et les traditions entourant le tapis hooké, et en quoi les femmes ont participé à la conservation de ce savoir.

- N'oubliez pas de choisir des informations en fonction de vos publics. Des anecdotes sur la vie de l'artiste intéresseront sans doute les publics émotifs, alors que des informations techniques et des manipulations d'objets rejoindront davantage les publics sensitifs.

Voir à rendre le contenu accessible, interactif et engageant pour différents groupes

Pour favoriser l'interaction, vous pouvez transmettre des informations (faits) et suggérer des pistes d'interprétation (ouvertures) :

- Identifiez des défis ou des activités adaptés aux publics qui permettront à ceux-ci de mieux apprécier, comprendre et observer l'œuvre.
- À noter qu'une ouverture permet de poursuivre la réflexion bien au-delà de l'activité. Ce peut être une question ou une réflexion pour inviter les participant.e.s à poursuivre leur observation ou intérêt pour une œuvre ou un sujet.

Tester vos approches et échanger avec vos pairs

- Il peut être très utile de tester certaines approches avec des collègues ou des ami.e.s, ou même des groupes tests du public cible, qui vous donneront des commentaires constructifs.
- Vos explications sont-elles claires ? Est-ce que vos questions ou pistes de réflexion les aident à mieux cerner l'œuvre ? Ont-ils et ont-elles envie de s'en approcher, de s'en éloigner, d'en faire le tour ? Quelle est leur réaction initiale à l'œuvre, et comment se sentent-ils et se sentent-elles après votre intervention ?
- En faisant quelques essais préalables, vous apprendrez beaucoup !

Faire face aux imprévus

- Prenez note des résultats et préparez-vous à faire face à des imprévus. La meilleure stratégie est d'accepter que votre visite *imaginée* (celle que vous prévoyez) dépende aussi du public. Votre rôle est de vous adapter au public.
- Pour ne pas vous retrouver pris.e au dépourvu si une des activités ne se passe pas comme prévu, prévoyez un ou deux *plans B*.
- Vous souhaitez discuter longuement d'une œuvre, mais votre groupe ne s'y intéresse pas particulièrement ? Aucun problème ! Vous aviez prévu un autre arrêt, très différent, qui saura peut-être mieux capter leur intérêt. Votre flexibilité sera votre meilleure alliée, il vous faut donc imaginer des scénarios souples et adaptables.

4< Rejoindre et fidéliser son public



Trouver et intéresser des participant.e.s à des projets de médiation en art contemporain peut s'avérer un défi. D'où l'importance de bien connaître les publics visés et d'adapter votre contenu et votre approche. Toutefois, d'autres éléments entrent en ligne de compte quand il s'agit de rejoindre un public.

L'importance des partenariats

Si vous désirez travailler avec un public spécifique (par ex. : femmes en situation de vulnérabilité, nouveaux arrivants), collaborez avec des organismes communautaires œuvrant auprès de ces populations. Ils pourront vous mettre en contact et vous renseigner sur les enjeux entourant ces publics. N'hésitez pas à inclure ces organismes dès la conception du projet. Cela vous évitera des erreurs et vous fera gagner du temps !

Du temps et de la récurrence

Établir une relation privilégiée avec les participant.e.s prend du temps. Parfois, le bouche-à-oreille est la meilleure des publicités. D'où l'importance de répéter périodiquement certaines initiatives de médiation. Il est important de laisser le temps au public de découvrir vos projets et votre approche.

Déplacez-vous!

Peut-être que votre lieu de diffusion est moins accessible pour certaines personnes. N'hésitez pas à vous déplacer. Même si l'expérience de la visite dans le lieu d'exposition est à favoriser, certaines interventions peuvent très bien se dérouler directement là où votre public cible se situe. Par exemple, créer des projets de médiation dans les écoles, à partir des œuvres ou avec les artistes, peut s'avérer un choix avisé. Entre autres, cela permet de contourner certains enjeux comme le coût élevé du transport en autobus.

Un plan de communication

Concevez un programme afin d'exposer votre démarche et vos activités et allez le distribuer dans des endroits fréquentés par vos publics cibles.

Il est à noter qu'il n'y a pas de recette magique pour rejoindre son public. Chaque projet s'inscrit dans un contexte particulier et s'adresse à un public spécifique. Créativité, écoute et partenariat sont des chemins vers une médiation adaptée !

Pour aller plus loin

Vous trouverez ici un guide et quelques formulaires transmis dans le cadre des initiatives *Faire vibrer les communautés à l'art contemporain* et *Raconter nos histoires en art contemporain* destinées au milieu scolaire.

Comment parler d'art contemporain en milieu scolaire

par Marie-France Beaudoin

Fiche préparatoire pour l'élaboration d'un scénario de visite

par Adriana de Oliveira

Formulaire de consentement pour la prise et la diffusion de photos

par Adriana de Oliveira

Formulaire de réservation de visite

par Adriana de Oliveira

PRONOVOST, Marc, et Catherine HARRISON-BOISVERT.

Guide sur l'évaluation de projets en médiation culturelle,

Montréal, Culture pour tous, 2015.

PRONOVOST, Marc, et Catherine HARRISON-BOISVERT. *Boîte à outils,* Montréal, Culture pour tous, 2015. Supplément du *Guide sur l'évaluation de projets en médiation culturelle.*

ANNEXES

A< Caractéristiques des publics

Préscolaire (3 à 5 ans)
+ Primaire (6 et 7 ans)



Propositions d'approches pédagogiques

- Donner des consignes claires et courtes.
- Utiliser un langage clair et relativement simple, que les enfants peuvent comprendre. Bien expliquer les nouveaux mots.
- Accorder des périodes plus calmes.
- Varier le rythme à l'intérieur des activités pour garder leur attention. Découvrir en s'amusant est primordial pour cette tranche d'âge !
- Concevoir des activités d'expérimentation en lien avec les œuvres.
- Ancrer l'expérience par des comptines, des rituels et des jeux.

Primaire (8 à 12 ans)

Commence à développer son esprit critique



Déborde de vitalité



Curiosité, envie d'apprendre, désir de savoir

Goût des défis

Fonctionne intellectuellement étape par étape



Essaie d'avoir une attitude indépendante

Capacité d'attention, de réflexion et de concentration plus élevée



Aime travailler en équipe

Peut dramatiser, se décourager rapidement

Propositions d'approches pédagogiques

- Favoriser l'autonomie, la possibilité que les élèves expriment leur point de vue ou leur découverte.

Par exemple, proposer des moments d'observation libre en lançant un défi (trouver le fil conducteur reliant plusieurs œuvres, demander de répondre à une question basée sur leur première réaction face à une exposition, etc.) et ensuite faire un retour en groupe. Cela permet de valoriser l'autonomie et la liberté d'expression.

- Proposer des défis à relever.
- Penser à encourager les élèves, les valoriser.

Secondaire (13 à 16 ans)



Propositions d'approches pédagogiques

- Partir de leurs points de vue, de leurs intérêts, de leurs expériences.
- Susciter le débat quand cela est pertinent.
- Les aborder comme des adultes.
- Favoriser le sentiment d'appartenance à l'activité, au projet et au groupe (cf. document Linda Liboiron).
- Développer des activités qui les interpellent.

Adultes



À noter que ce public n'est pas homogène, il existe de grandes variations, des nuances de capacités, de caractéristiques et des besoins divers d'un individu à l'autre.

Propositions d'approches pédagogiques

- Être à l'écoute des besoins spécifiques de ses publics.
- Bien connaître les publics.
- Faire preuve d'adaptation et de souplesse.
- Poser des questions ouvertes afin de favoriser l'échange.
- Utiliser les connaissances et expériences antérieures des personnes pour enrichir le contenu de la visite et maintenir l'intérêt.
- Permettre aux participant.e.s de raconter leurs histoires, leurs vécus (quand ils et elles le souhaitent).

Modes d'apprentissage

Le succès d'une visite interactive repose sur une communication adéquate. Il est important de connaître et de comprendre les modes d'apprentissage afin de retenir l'attention des participant.e.s lors de la visite.

Il existe plusieurs modèles et théories nous permettant de mieux comprendre les types d'apprenant.e.s. Pour les besoins de ce document, nous nous baserons sur trois catégories, souvent référencées en éducation et en communication : les profils visuel, auditif et kinesthésique. Chez beaucoup de personnes, un de ces profils sera légèrement dominant ou hautement dominant. Les visuels ont besoin d'un support visuel (photos, cartes, etc.), les auditifs préfèrent le discours et les sons du discours (la voix, un enregistrement, etc.) et les kinesthésiques, pour retenir les choses, ont besoin de les vivre, de les pratiquer, de bouger et de poser des questions.

Pour les besoins de ce document, nous aborderons trois grands types :

le type cognitif

le type sensitif

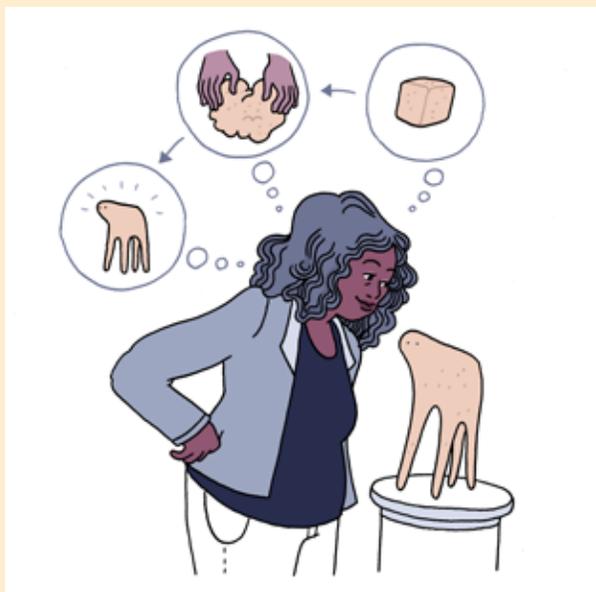
le type émotif

Les cognitif.-tive.s recherchent...

des éléments liés au contexte, à l'histoire de l'art. Ils et elles sont intéressé.e.s par la théorie, les éléments factuels. Les cognitifs ont tendance à lire les cartels, à s'intéresser aux documents qui accompagnent l'exposition.

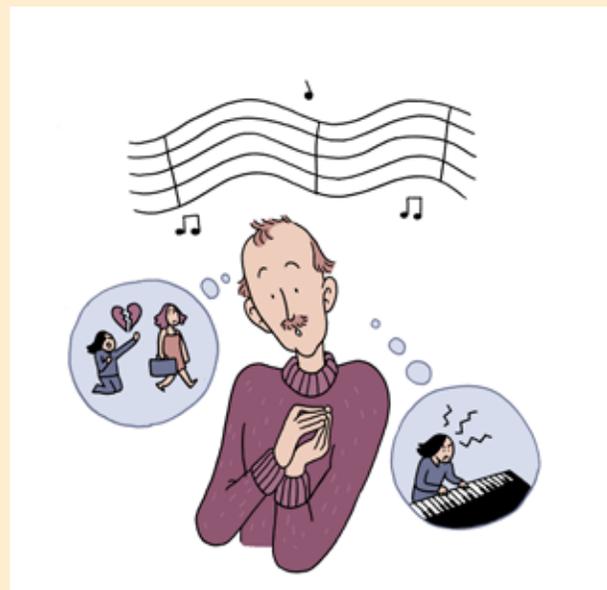
Les sensitif.-tive.s aiment...

la manipulation, comment les œuvres sont faites. Ils et elles ont un intérêt marqué pour la matière et les matériaux. Il est à propos de les inciter à toucher, à mesurer, à peser, etc. Ces personnes ont tendance à poser des questions techniques sur l'élaboration de l'œuvre.



Les émotif.-tive.s s'intéressent...

à ce qui a trait à l'humain. Ils et elles aiment les éléments biographiques de l'artiste, les anecdotes, ressentir l'atmosphère de l'œuvre. Ils et elles aiment se projeter dans l'œuvre et exprimer de manière spontanée leurs impressions personnelles.



Pour aider à retenir l'attention des participants, demandez-vous : Dans une exposition, suis-je moi-même une cognitive ? Un émotif ? Cela pourrait vous en apprendre beaucoup sur la manière dont vous abordez une œuvre. Pour les publics, songez au fait que des personnes dans votre groupe auront un profil différent du vôtre, donc différents intérêts, réflexes et besoins.

B< Ressources

ARTENSO

ARTENSO est un centre collégial de transfert en pratiques sociales novatrices affilié au Cégep de Saint-Laurent à Montréal. Sa mission est de promouvoir les intérêts généraux et les enjeux propres à la recherche et à l'innovation en art et en engagement social dans le domaine de la médiation culturelle.

Vous y trouverez un espace collaboratif, des publications pour enrichir votre réflexion sur la médiation culturelle et un centre de documentation virtuel.

artenso.ca

Centre Turbine

Le centre Turbine réalise des projets qui introduisent les arts actuels au sein de diverses communautés en jumelant des artistes professionnels de toutes disciplines avec des pédagogues en art.

Vous y trouverez des exemples de projets et une offre de formation.

centreturbine.org

Culture pour tous

Culture pour tous est un organisme ayant pour mission de faire reconnaître les arts et la culture comme facteurs essentiels d'épanouissement par des programmes de sensibilisation et d'éducation favorisant la participation des citoyens.

Vous y trouverez des guides pratiques, des articles, des idées de projets, etc.

culturepourtous.ca

Galerie d'art Louise-et-Reuben-Cohen

La médiation en art contemporain est un volet d'activité important à la Galerie d'art Louise-et-Reuben-Cohen. Depuis quelques années, celle-ci prend de l'expansion et se manifeste par une variété plus grande d'initiatives, souvent conçues sur mesure pour un groupe particulier et en conjonction avec la programmation artistique.

J'explore, je crée! est un projet créé par la galerie afin de fournir gratuitement des ressources en ligne qui sont développées à partir de programmes de médiation. Ces ressources bilingues feront découvrir des aspects de l'art contemporain et permettront d'organiser pour soi ou en groupe des activités de création.

www.umoncton.ca/umcm-ga/jecree

Laboratoire des médiations en art contemporain (LMAC)

Réseau de formation, d'expérimentations, de recherche et d'échanges autour de la médiation en art contemporain, le LMAC rassemble plus d'une cinquantaine de professionnels et de structures. Le réseau est issu de centre d'art, de musées, d'associations ou de services culturels de collectivités locales de l'Occitanie (France), les membres se retrouvent deux fois par an pour échanger et entreprendre des recherches et des actions.

Vous y trouverez des outils de médiation et des articles.

www.reseau-lmac.fr/tous-les-chemins-mement-a-l-uvre_186.php

Observatoire des médiations culturelles

L'Observatoire des médiations culturelles a pour objectif de contribuer à l'avancement des connaissances relatives aux pratiques de médiation culturelle et à leurs enjeux sociopolitiques, en se constituant comme plateforme d'observation, de recherche, de mobilisation et de transfert des connaissances, de formation et de réseautage pour le milieu universitaire et professionnel. L'équipe interrégionale développe une approche multisectorielle et interdisciplinaire, associant des membres formés en sociologie, sciences politiques, communication, travail social, éducation, anthropologie, philosophie, histoire de l'art et pratique des arts.

Vous y trouverez des rapports de recherche, des publications et des articles universitaires ainsi que des boîtes à outils.

omec.inrs.ca

C< Lexique

Coconstruction

La coconstruction est un processus de création ou d'idéation reposant sur un travail partagé ou une interaction entre plusieurs parties/personnes. C'est un processus par lequel l'échange permet aux idées d'évoluer. Des acteurs ayant des intérêts et des points de vue différents sont amenés à créer ensemble une œuvre, un texte, un discours, etc.

Démocratisation culturelle

Modèle d'intervention de l'action culturelle né au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, la démocratisation culturelle poursuit deux grands objectifs de production, de diffusion et de réception. Il s'agit, d'abord, de favoriser, pour le plus grand nombre, l'accès aux œuvres d'art et aux trésors du patrimoine; ensuite, de stimuler et de soutenir la création artistique contemporaine. Les stratégies mises en place par les gouvernements autour de cette culture dite *savante* désormais pensée pour tous se concrétisent, entre autres, par le développement de l'éducation artistique, par la création de nouveaux équipements et d'espaces culturels, la professionnalisation de la médiation, l'investissement dans des œuvres d'art public, la création de résidences d'artistes, etc.¹⁰.

10 « La médiation culturelle et ses mots-clés – Lexique », *Culture pour tous !*, 2020 (1^{er} juillet 2020). [<https://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle>.]

Démocratie culturelle

La démocratie culturelle est généralement comparée à la démocratisation culturelle dans la mesure où elle offre une vision beaucoup plus inclusive de la culture et qu'elle offre une approche alternative qui, au lieu de partir de l'État pour rejoindre les publics (logique descendante), prend avant tout appui sur la participation active des citoyens dans la diversité de leurs expériences (logique ascendante). En s'appuyant sur les multiples pratiques artistiques et culturelles des individus et en légitimant celles-ci, notamment celles que l'on qualifie d'*amateurs*, la démocratie culturelle privilégie l'expression de tous et donne à la culture une portée sociale incontestable¹¹.

Fil conducteur

Le fil conducteur est un élément présent dans une exposition (graphique, thématique, etc.) qui va guider votre visite. Par exemple, si le thème de l'environnement est au cœur de l'exposition, vous allez identifier les différents éléments qui y font référence dans les œuvres. Vous allez l'aborder de façon différente tout au long de votre visite et de vos activités. Ne pas oublier qu'il peut y avoir un fil conducteur et des sous-thèmes ! Les œuvres ne sont pas unidimensionnelles !

11 « La médiation culturelle et ses mots-clés – Lexique », *Culture pour tous !*, 2020 (1^{er} juillet 2020). [<https://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle>.]

Neurodivers et neurodiversité

La neurodiversité est un terme générique regroupant notamment l'autisme, le TDAH, la douance, la dyslexie, la dyscalculie, le syndrome de Gilles de la Tourette, mais également la neurotypicalité (autrement dit, les individus n'ayant pas de condition neurologique les distinguant de la norme). C'est l'idée que, comme dans tout autre environnement stable, les êtres humains sont différents et complémentaires, en l'occurrence par le biais de leurs cerveaux. Par conséquent, afin de préserver l'équilibre, la seule présence de la norme n'est pas souhaitable, ce qui signifie qu'il est préférable de créer un environnement où chacun peut vivre sa différence et en faire bénéficier autrui¹².

Objet culturel

Terme qui englobe certains éléments du champ culturel. Il désigne bien sûr une création (chanson, tableau, œuvre chorégraphique, etc.) ou une tradition dont on peut faire l'expérience, qui peut être transmise, appréciée ou vécue (tradition culinaire, conte traditionnel, etc.).

Regardeur

Celui qui regarde. Ce terme est souvent utilisé dans un contexte d'exposition où il est parfois préféré à celui de visiteur. Les participants ne font pas que visiter, ils regardent les œuvres.

12 Ordre des conseillers en ressources humaines agréés. *Neurotypiques et neuroatypiques : la neurodiversité en formation*, 2020 (18 juillet 2020). [<https://ordrecrha.org/ressources/revue-rh/volume-22-no-3/neurodiversite-en-formation>]

D< Bibliographie

Publications

CASEMAJOR, Nathalie, Marcelle DUBÉ, Jean-Marie LAFORTUNE et Ève LAMOUREUX. *Expériences critiques de la médiation culturelle*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2017.

FOURCADE, Marie-Blanche. *La médiation culturelle et ses mots-clés*, Montréal, Culture pour tous, 2014.

JACOB, Louis et Anouk BÉLANGER. *Les effets de la médiation culturelle : participation expression, changement*, Montréal, Ville de Montréal, 2014. Étude partenariale réalisée à Montréal de 2011 à 2013.

QUINTAS, Eva. *La médiation culturelle en question*, Montréal, Culture pour tous, 2014.

LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain*, Trois-Rivières, Éditions d'art Le Sabord, 2007.

Publications en ligne

VIOLLET, Marion. « Entre démocratisation culturelle et préservation d'une exigence de l'œuvre : construire une médiation de l'art contemporain » ([en ligne](#)), *La démocratisation culturelle au fil de l'histoire contemporaine*, Paris, Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication, Centre d'histoire de Sciences-Po, 2012-2014.

FOREST, Michel. *Éducation et action culturelle, Politique et activités (Guide Pratique)* ([en ligne](#)), Service de soutien aux institutions muséales, Direction du patrimoine et de la muséologie, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2008.

GUILMETTE, Marianne. *Guide de l'animation grand public* ([en ligne](#)), Montréal, Ville de Montréal, 2008.

FONTAN, Jean-Marc et Eva QUINTAS. « *Regards croisés sur la médiation culturelle* » ([en ligne](#)), Les Cahiers de l'Action Culturelle, vol. 6, no 2 (2007).

JOLI-CŒUR, Sophie. *Définition des termes et des concepts Lexique et bibliographie* ([en ligne](#)), Montréal, Culture pour tous, 2007.

agavf.ca

B.P. 7131, succursale Vanier,
Ottawa (Ontario) K1L 8E2