

Typologie des médiations muséales : des logiques d'intervention au registre d'actions culturelles

Maryse Paquin and R  b  ca Lemay-Perreault

Volume 8, Number 2, 2016

Les nouveaux paradigmes

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1050764ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1050764ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Qu  b  coise de Promotion des Recherches   tudiantes en
Mus  ologie (AQPREM)

ISSN

1718-5181 (print)

1929-7815 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Paquin, M. & Lemay-Perreault, R. (2016). Typologie des m  diations mus  ales : des logiques d'intervention au registre d'actions culturelles. *Mus  ologies*, 8(2), 121–138. <https://doi.org/10.7202/1050764ar>

Article quatre

Typologie des médiations muséales : des logiques d'intervention au registre d'actions culturelles

Maryse Paquin et Rébéca Lemay-Perreault

Maryse Paquin est professeure titulaire au Département d'études en loisir, culture et tourisme, de l'Université du Québec à Trois-Rivières. Son champ d'enseignement et de recherche porte sur la formation des agents et des médiateurs culturels. Ses travaux portent sur l'intégration de la dimension culturelle à l'enseignement-apprentissage-évaluation, des cycles primaires jusqu'à l'universitaire. Elle mène également des projets de recherche et d'intervention qui nourrissent sa réflexion sur les théories et les pratiques d'interprétation et de médiation culturelle muséales. La professeure titulaire est membre fondatrice du Groupe de recherche sur l'école et le musée, de l'Université du Québec à Montréal, de même que du Groupe d'intérêt spécialisé en éducation et médiation muséale, affilié à la Fédération canadienne des sciences humaines et sociales, en plus d'être la titulaire de l'axe Culture-Éducation au Groupe de recherche sur la médiation culturelle, affilié à Culture pour tous. Elle œuvre en éducation culturelle depuis les 30 dernières années.

122

Rébéca Lemay-Perreault est doctorante au programme de Doctorat en muséologie, médiation et patrimoine, au Département d'histoire de l'art, de l'Université du Québec à Montréal et boursière du Fonds québécois de recherche – Société et Culture. Elle détient une maîtrise en histoire de l'art et a travaillé comme conceptrice d'outils de médiation culturelle en matière de littérature jeunesse. Ses recherches actuelles s'inscrivent dans le champ de la médiation de l'art contemporain et de l'éducation muséale, et portent plus particulièrement sur la relation que les musées d'art canadiens entretiennent avec les publics adolescents.

Introduction

Depuis une vingtaine d'années, en raison de certains types de publics toujours exclus des musées, l'éducation muséale fait place à la médiation culturelle¹. Le phénomène est d'abord étudié en France², au tournant des années 1990. Il s'étend ensuite à toute la francophonie mondiale, dont le Québec, au cours des années 2000³. Puis, le concept de *cultural mediation* fait timidement son apparition dans le monde anglo-saxon, depuis 2010⁴. Cette évolution amène l'ICOFOM à élaborer une définition internationale de la médiation culturelle, qui s'applique aux musées, d'abord dans ses *Concepts clés de muséologie*⁵, puis dans le *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*⁶:

La médiation désigne l'action visant à réconcilier ou mettre d'accord deux ou plusieurs parties et, dans le cadre du musée, le public du musée avec ce qui lui est donné à voir ; [...]. Étymologiquement, la racine *med* signifiant « milieu » [...] rappelle que la médiation est liée à l'idée d'une position médiane, à celle d'un tiers qui se place entre deux pôles distants et

agit comme un intermédiaire. [...]

La médiation se place dans un entre-deux, dans un espace qu'elle cherchera à réduire, en provoquant un rapprochement, voire une relation d'appropriation⁷.

Rappelons, au passage, la définition de l'éducation muséale :

L'éducation muséale peut être définie comme un ensemble de valeurs, de concepts, de savoirs et de pratiques dont le but est le développement du visiteur ; travail d'acculturation, elle s'appuie notamment sur la pédagogie, le développement et l'épanouissement, ainsi que l'apprentissage de nouveaux savoirs⁸.

Par ces deux définitions, on réalise rapidement que le changement de dénomination, d'« éducation muséale » à « médiation culturelle » ne se veut pas que cosmétique, puisqu'il implique une redéfinition du rôle de l'éducateur de musée pour devenir médiateur culturel muséal. À preuve, en 1989, l'éducateur de musée se définit comme étant un professionnel :

123

- 1 PAQUIN, Maryse et Régine LEMAY-PERREAUULT. « Vingt ans de recherche en éducation muséale. Liminaire », *Éducation et Francophonie*. vol. 43, n° 1, 2015, p. 1-12. Voir aussi CAILLET, Élisabeth. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon : Presses universitaires de Lyon, 1995, 306 p. ; CAUNE, Jean (dir.). *La (les) médiation(s) en SIC. Les Enjeux de l'information et de la communication*. Grenoble : Université Stendhal, 2010, <http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2010.html - dossier > (consulté le 15 juin 2015) ; CHAUMIER, Serge et François MAIRESSE. *La médiation culturelle*. Paris : Armand Colin, 2013, 284 p. ; LAFORTUNE, Jean-Marie (dir.). *La médiation culturelle : le sens des mots et l'essence des pratiques*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 2012, 222 p.
- 2 LUGEZ, Adeline. *La médiation dans les musées en France*. Paris : ENSSIB, 2004, p. 13.
- 3 Ville de Montréal. *Qu'est-ce que la médiation culturelle ?* Montréal : Portail de la médiation culturelle, 2010, <<http://montreal.mediationculturelle.org/quest-ce-que-la-mediation-culturelle/>> (consulté le 29 juin 2016).
- 4 Une recherche exhaustive sur les principales bases de données, à l'aide du mot-clé *cultural mediation*, recense les articles suivants : KÉFI, Hajet et Jessie PALLUD. « The role of technologies in cultural mediation in museums: An Actor-Network Theory view applied in France ». *Museum Management and Curatorship*. vol. 26, n° 3, 2010, p. 273-289 ; JARRIEY, Élodie et Dominique BOURGEOU-RENAULT. « Impact

- of Mediation Devices on the Museum Visit Experience and on Visitor's Behavioural Intentions ». *International Journal of Arts Management*. vol. 15, n° 1, 2012, p. 18-29. Toutefois, il s'agit d'articles publiés par des auteurs francophones vivant en France. À ceux-ci s'ajoutent KAITAVUORI, Kaija, KOKKONEN, Laura et Nora STERNFELD (dir.). *It's all mediating. Outlining and Incorporating the Roles of Curating and Education in the Exhibition Context*. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2013, 110 p. ; HALSALL, Francis. « No medium just a shell: how works of art configure their medium ». *Journal of Visual Art Practice*. vol. 6, n° 1, 2007, p. 56 ; O'NEIL, Paul et Mick WILSON (dir.). *Curating and the educational turn. Curating subjects*. London/Amsterdam : Open Editions/De Appel Arts Centre, 2010, p. 19 ; HUNT, Andrew. « Minor Curating? ». *Journal of Visual Art Practice*. vol. 9, n° 2, 2010, p. 159. Enfin, certains articles en anglais, dans CUCUZELLA, Carmellaé « Réflexions sur la pratique curatoriale et la recherche-création ». *Muséologies. Cahiers d'études supérieures*, vol. 8, n° 1, 2015. Notons que ces usages s'inscrivent dans un contexte muséal et qu'ils réfèrent tant au dispositif d'exposition qu'à ses périphéries.
- 5 DESVALLÉES, André et François MAIRESSE (dir.). « Médiation ». *Concepts clés de muséologie*. Paris : Armand Colin, 2010, p. 44-45.
 - 6 *Idem*. « Médiation ». *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris : Armand Colin, 2011, p. 215-235.

Ayant acquis une solide compréhension des objets exposés, habitué à saisir le niveau de compréhension de l'observateur, il est en mesure de faire le pont entre les œuvres et le public. Son travail consiste en fait à augmenter la probabilité d'étincelles entre ces deux réalités⁹.

Alors que le rôle du médiateur culturel se définit, en 2014, de la manière suivante :

Établir des liens, mettre en relation un milieu culturel et des publics [...]. Son action s'appuie, d'une part, sur une connaissance des publics, des contenus et du milieu et, d'autre part, sur une compétence à animer, ainsi qu'à concevoir, organiser et accompagner des projets¹⁰.

Selon ces deux définitions, les fonctions d'intermédiaire et de pont demeurent centrales. Toutefois, le rôle du médiateur culturel muséal apparaît beaucoup plus complexe que celui de l'éducateur de musée. Notamment, il exige une compréhension élargie des trois réalités que sont l'institution, les publics et les liens constants à établir entre eux, dans le but de favoriser une appropriation du contenu muséologique chez les visiteurs. Cette complexification s'explique par un environnement muséal pensé de manière holistique : le médiateur muséal est un professionnel « touche-à-tout » qui se voit impliqué, tant dans les expositions que dans ses nombreuses périphéries (qui s'étendent maintenant hors-les-murs), de manière à mieux appréhender les réalités culturelles, économiques et démographiques des publics, pour ne nommer que ceux-là. De plus, cette complexité est amenée à s'accroître avec le temps, puisqu'elle évolue au fil de la diversification des modalités d'accès et de participation au sein des institutions muséales. Pour ces

raisons, le rôle et les fonctions du médiateur muséal dépassent de beaucoup ceux qui étaient traditionnellement dévolus à l'éducateur de musée, exigeant du même coup la professionnalisation du domaine.

À ce titre, la médiation culturelle se veut une forme évoluée de l'éducation muséale, puisqu'il s'agit d'un champ de théories et de pratiques professionnelles recourant à des fondements éducatifs et pédagogiques analogues¹¹. Toutefois, l'objet d'étude de la médiation culturelle possède des visées différentes de celle de l'éducation muséale, à savoir de se concentrer sur la qualité des liens qu'elle tisse, développe et entretient avec les publics, plutôt que d'être vouée à la transmission, voire à la construction ou à la co-construction des connaissances chez ceux-ci.

Ces forces motrices illustrent le passage d'une approche éducative à des stratégies de médiation culturelle, dans le sillon du paradigme humaniste de l'apprentissage ayant cédé sa place au constructivisme, voire au socioconstructivisme, dans la deuxième partie du siècle dernier¹². À ce passage, attribué aux différents changements de paradigmes éducationnels, se superpose un « tournant communicationnel » :

Ce phénomène s'apparente à ce que certains ont appelé le passage d'une « muséologie centrée sur l'objet à une muséologie centrée sur le visiteur » (Deloche, 1985 ; Van Blyenburgh, 2005). Pour d'autres, le « tournant communicationnel » (Davallon, 1997 ; Jacobi, 2012 ; Rasse, 1999) amène une complexification de la pratique [de la médiation], [...] principalement en raison de la fragmentation du concept de public (au singulier) en publics (au pluriel)¹³.

7 *Ibid.*, p. 44.

8 *Idem.* « Éducation ». *Concepts clés de muséologie*. Paris : Armand Colin, 2010, p. 32

9 Ministère de la Main-d'œuvre et de la Sécurité du revenu. *Devis de formation professionnelle : éducateur de musée*. Montréal : MMOSR, janvier 1989, p. 27.

10 FOURCADE, Marie-Blanche. « Médiateur ». *Lexique. La médiation culturelle et ses mots-clés*. Montréal : Culture pour tous, 2014, p. 5.

11 PAQUIN, Maryse. « Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence ». *Animation, territoires et pratiques socioculturelles*, n° 8, 2015, p. 104-115. <http://www.atps.uqam.ca/numero/ATPS_8_2015_fr.php> (consulté le 15 mars 2017).

12 VIENNEAU, Raymond. *Apprentissage et enseignement. Théories et pratiques*. Montréal : Gaétan Morin, 2011, 336 p.

13 PAQUIN et LEMAY-PERREAULT, *art. cit.*, p. 3.

Dans la muséologie issue du « tournant communicationnel », une plus grande place est consentie aux publics et à leurs besoins, sous le poids de la pression sociale, économique et politique à laquelle sont soumises les institutions muséales des sociétés post-industrielles.

Le phénomène de la prise en compte des besoins des publics par les institutions culturelles rappelle ce que Antoine Hennion nomme la « sociologie de la médiation », dans laquelle il importe de briser la linéarité émetteur-récepteur du modèle communicationnel traditionnel. Transposé au musée, ce nouveau modèle mis de l'avant par le médiateur muséal vise à influencer positivement la réception du message chez les publics¹⁴. Pour y parvenir, il doit effectuer des choix d'approches, de méthodes et de stratégies sur la base des besoins personnalisés de ceux-ci. La sélection de celles-ci r l ve, en revanche, d'une connaissance et d'une compréhension approfondies, tant des logiques d'intervention que du registre d'actions de médiation culturelle au musée à sa disposition. C'est ici qu'entrent en jeu les impératifs liés à la professionnalisation du médiateur muséal.

La professionnalisation du médiateur muséal

Le médiateur muséal, selon le ministère de la Culture et des Communications du Québec, est un professionnel chargé d'établir « des liens de qualité avec les publics¹⁵ ». De plus, il doit posséder « la capacité d'ouverture pour

concevoir son action¹⁶ ».   eux seuls, ces aspects commandent un approfondissement de la réflexion précédant toute action culturelle¹⁷. Pour appuyer ce constat, selon le *Dictionnaire des politiques culturelles*¹⁸, la médiation culturelle se définit par la mise en œuvre de « l'ensemble des actions pour mettre en relation la création et l'ensemble des richesses patrimoniales, avec l'ensemble des populations d'un territoire, afin de permettre aux individus et aux groupes de maîtriser la réalité culturelle qui les environne¹⁹ ». Cette visée est ensuite complétée par la définition suivante :

Située à l'intersection du culturel, de l'éducation, de la formation continue et du loisir, la médiation culturelle s'inscrit dans le champ [de] ce qu'on appelle l'éducation informelle.   la différence de l'éducation, au sens usuel du terme, l'éducation informelle n'est ni obligatoire, ni contrainte par un programme exhaustif à dispenser, ni par une validation des acquis à organiser. Ces visées sont tout à la fois éducatives (sensibilisation, initiation, approfondissement...), récréatives (loisir) et citoyennes ( tre acteur de la vie de la cité). [...] La médiation culturelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations²⁰.

  ce titre, le musée ne fait pas exception au mouvement qui convie l'ensemble des institutions culturelles de la société à revoir tant

14 HENNION, Antoine. *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Paris : M tali , 1993 ; voir aussi *Idem*.

« De l'étude des médias à l'analyse de la médiation : esquisse d'une problématique ». In. BOUGNOUX, Daniel (dir.). *Sciences de l'information et de la communication*. Paris : Larousse, 1993, p. 687-697.

15 FOREST, Michel et Clotilde SGARD. * ducation et action culturelle. Politique et activités (Guide pratique)*. Québec : Ministère de la Culture et des Communications, Service de soutien aux institutions muséales, 2008, p. 83.

16 *Ibid.*

17 Voir à ce sujet la théorie de l'action, dans TOURAINE, Alain. *Sociologie de l'action*. Paris : Seuil, 1965, 507 p. ; voir également la théorie de l'action culturelle qui en découle, dans JEANSON, Francis. *L'action culturelle dans la cité*. Paris : Seuil, 1973, 248 p.

18 DE WARESQUIEL, Emmanuel, LE BON, Laurent et Philippe RÉGNIER. « Médiation culturelle ». *Dictionnaire des politiques culturelles*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication de la France, 2001. <<http://www.culture-communication.gouv.fr/Ministere/Histoire-du-ministere/Ressources-documentaires/Publications/Les-collaborations/Dictionnaire-des-politiques-culturelles-de-la-France-depuis-1959>> (consulté le 29 juin 2016).

19 *Ibid.*

20 JAMMET, Yves. *Médiation culturelle et politique de la ville : un lexique*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication/Caisse des dépôts et des consignations, 2003, p. 224. <<http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/101418/973947/version/1/file/complet.pdf>> (consulté le 19 avril 2017) ; cité dans CHAUMIER, Serge et François MAIRESSE, *op. cit.*, p. 96.

leurs logiques d'intervention que leur registre d'actions de médiation culturelle, en vue de mieux répondre aux besoins de ses diverses clientèles de visiteurs²¹. Toutefois, les préoccupations propres à la médiation muséale ne sont pas nouvelles, en raison qu'elles trouvent leur ancrage dans les avancées de la nouvelle muséologie, qui prennent leur source dans les années 1960. Alors que certains professionnels entreprennent de remettre en question le rôle social et politique des musées, selon les mêmes principes de l'« ancienne muséologie », les nouveaux principes stipulent que les expositions doivent viser spécifiquement l'amélioration de la réception des messages chez les visiteurs, par une meilleure connaissance et compréhension de ceux-ci, en vue de mieux favoriser leur appropriation²². Cette considération devient même incontournable dans les musées, depuis le début du 21^e siècle, même si elle a toujours été présente dans les écomusées²³, du moins au Québec.

Par ailleurs, en France, la médiation muséale s'inscrit dans le contexte d'une réflexion globale sur le rôle et la place du musée dans la société. Dans ce cadre, l'Article 7 de la Loi n° 2002-5, du 4 janvier 2002, oblige dorénavant tous les musées de France à « dispose[r] d'un service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Ces actions sont assurées par des personnels qualifiés²⁴ ». La législation française amène même les services d'éducation des musées québécois à

intégrer de plus en plus celle-ci, tant à leurs logiques d'intervention, qu'à leur registre d'actions de médiation culturelle²⁵. Par exemple :

Le Service éducatif du Musée de la civilisation de Québec (MCQ) modifie sa dénomination, en 2010, pour celle de « Service de la médiation culturelle et éducative ». Ce changement, survenu dans la foulée des travaux de l'ICOM (2008), sur la définition de la profession de médiateur culturel et de responsable de la médiation et service éducatif, illustre la nette volonté de l'institution de rassembler, sous la même entité administrative, des actions de mises en œuvre facilitant la rencontre entre l'objet/l'œuvre et les publics²⁶.

De nombreux autres musées emboîtent le pas, tant en France qu'au Québec, soit en intégrant la médiation muséale directement à la dénomination de leur service éducatif, soit en modifiant le titre de celui-ci pour « service aux publics²⁷ ».

Parallèlement, allant de pair avec les exigences de professionnalisation du domaine, les universités françaises et, plus récemment, québécoises offrent des programmes de formation d'études supérieures²⁸, du collégial au troisième cycle universitaire. Ces formations documentent notamment les meilleures approches, méthodes et stratégies de médiation muséale, basées sur le rapport qu'elles doivent établir entre le « voir » et le « savoir », car :

21 SANTERRE, Lise. *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle*. Rapport d'étude. Québec : Ministère de la Culture et des Communications du Québec, 1999, p. 10.

22 VERGO, Peter. *The New Museology*. London : Reaktion Books, 1989, 230 p. ; cité dans VIAU-COURVILLE, Mathieu. « Sans conservateurs (-chercheurs) ». *THEMA*. n° 4, 2016, p. 4.

23 FOREST et SGAR, *op. cit.*, p. 83.

24 Legifrance.gouv.fr, Le service public de la diffusion du droit, *Loi no 2002-5*, Paris, République française, 2002, <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id>> (consulté le 29 juin 2016).

25 BOURNIVAL, Marie-Thérèse. *L'accueil et les services aux visiteurs: aide-mémoire à l'usage des gestionnaires de musées*. Guide électronique. Montréal : Société des musées du Québec, 2006, <<http://www.musees.qc.ca/bundles/professionnel/guide-sel/accueil/accueil.htm>> (consulté le 2 avril 2016).

26 PAQUIN. « Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence », *op. cit.*, p. 104.

27 BORDEAU, Marie-Christine. « Du service éducatif au service culturel dans les musées. Éducation et médiation ». *Bulletin des bibliothèques de France*. n° 3, 2013, <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-03-0018-003>> (consulté le 22 mars 2017).

28 PAQUIN, Maryse. « Évaluation de l'appréciation des premiers diplômés du programme court de 2^e cycle en interprétation et médiation culturelles ». *Éducation et Francophonie*. vol. 43, n° 1, 2015, p. 121.

C'est sans doute là qu'il faut chercher les raisons qui président à la diversité des choix opérés par les musées quand il leur faut donner un nom au service qui a pour ambition d'accueillir et de prendre en charge les publics. [...], mettant ainsi en avant ce qui leur apparaît bien comme l'essentiel de leur action : apprendre, certes, mais apprendre à regarder²⁹.

La médiation muséale : un rapport entre le « voir » et le « savoir »

Selon André Desvallées et François Mairesse, la médiation muséale réfère à « toute une gamme d'interventions menées en vue d'établir des ponts entre ce qui est exposé (le voir) et les significations que ces objets peuvent revêtir (le savoir)³⁰ ». Or, « le voir » qui s'élargit au sensoriel dans son ensemble devient, à l'époque des Lumières, la porte d'entrée d'un pan de la connaissance : le sensible, garant de l'expérience esthétique. Chacun à leur manière, Alexander Gottlieb Baumgarten, Dominique Bouhours, Charles du Bos, le Comte de Shaftesbury, Edmund Burke et, même, Emmanuel Kant, dans sa fameuse *Troisième critique*³¹, marquent le passage du paradigme rationaliste au paradigme « sensualiste », dans la théorie du « Beau³² » :

[L]a connaissance sensible est un type de connaissance en rapport non seulement avec la sensation à partir des cinq sens,

mais également avec une large gamme de facultés façonnant la sensibilité : l'imagination, la mémoire, la fantaisie, l'affect, tous enracinés dans la structure érotique du sujet (sa volonté, voire ses désirs)³³.

Ce que Herman Parret appelle « une sensibilité des Lumières³⁴ » se caractérise par le « beau » qui se révèle au travers de l'expérience sensorielle et affective. Ce « voir », qui sous-entend l'expérience esthétique, se présente comme un pendant au « savoir » transmis/acquis durant la visite muséale. De plus, cette polarité du rapport entre le « voir » et le « savoir » est une notion centrale dans les musées d'art, qui s'incarne dans un débat « séculaire », divisant les professionnels des musées, entre les tenants de l'esthétique et ceux de l'éducation³⁵. Elle est marquée par un choix de priorités, quant à la nature de l'œuvre d'art qu'on veut faire « voir » au visiteur : un objet témoin d'une culture, porteur d'un « savoir » sur celle-ci ou un objet de contemplation, par lequel sera vécue une expérience esthétique. À ce titre, rappelons que le terme « délectation », tiré de la définition de « musée », adoptée par l'ICOM, en 2007³⁶, se caractérise par le « voir du beau », l'essence même du musée d'art. Le concept de « délectation » n'est toutefois pas présent dans la définition proposée par l'ICOFOM, en 2010³⁷, dont la dernière mouture se veut davantage généraliste, en s'appliquant à divers types de musées (art, science et technologie, société, histoire, etc.). Insinuant moins la soumission que la contemplation, la « délectation » partage

127

29 JACOBI, Daniel. « Musée et éducation : au-delà du consensus, la recherche du partenariat ». *Publics & Musées*, vol. 7, n° 1, 1995, p. 11.

30 DESVALLÉES et MAIRESSE, *op. cit.*, p. 45.

31 KANT, Emmanuel. *Critique de la faculté de juger*, chap. 7 : Analytique du beau. Paris : J. Vrin, 1993, p. 63-115.

32 PARRET, Herman. « De Baumgarten à Kant : sur la beauté ». *Revue philosophique de Louvain*. Quatrième série, tome 90, n° 87, 1992, p. 317-343, <www.persee.fr/doc/phloul_0035-3841_1992_num_90_87_6745> (consulté le 14 mars 2017).

33 *Ibid.*, p. 328.

34 *Ibid.*, p. 327.

35 KAITAVUORI, *op. cit.*; LEMAY-PERREAU, Rébéca et Maryse PAQUIN. « Luttres de pouvoir au sein du musée d'art entre la conservation et l'éducation : un débat séculaire ». *Politique & Sociétés*, vol. 35, n° 3, (soumis).

36 ICOM. « Définition du musée ». 21^e Conférence générale. Vienne : ICOM, 2007, <<http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/>> (consulté le 15 juin 2013) : « Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation ».

37 DESVALLÉES, André et François MAIRESSE (dir.). « Musée ». *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. *op. cit.*, p. 308-314 ; voir aussi LEMAY-PERREAU, Rébéca. « Les œuvres d'art contemporain dans les musées de société : que nous disent-elles ? ». *Muséologies. Les cahiers d'études supérieures*. vol. 7, n° 2, 2015, p. 121-122.

néanmoins des ramifications avec la théorie du « Beau » et des « Arts »³⁸, car le musée expose des œuvres dans le but de susciter un sentiment esthétique chez le regardeur³⁹. Quant au sentiment esthétique, il émerge d'une expérience personnelle, sensorielle et intime, suscitée chez l'individu regardant, grâce à l'adéquation entre les concepts théoriques acquis intellectuellement et sa perception du monde sensoriel⁴⁰. Toutefois, si les musées d'art incarnent le lieu consacré à la délectation, à l'expérience esthétique pouvant jouer ce rôle essentiel de générateur du sentiment esthétique chez le regardeur, Stephen E. Weil, de « *the museums as carbonated beverage*⁴¹ », rappelle que cet enjeu touche tous les types de musées. Référant à un colloque intitulé *The Poetics and Politics of Representation*, tenu au Smithsonian Institution en 1988, l'auteur rappelle la dualité entre les pôles « voir » et « savoir », en explicitant les enjeux engendrés par la dialectique et les moyens de la réconcilier : « *Poetics, in this case, may be understood as identifying the underlying narrative/aesthetic patterns within exhibitions. The politics of representation refers to the social circumstances in which exhibitions are organized, presented and understood*⁴² ».

Par ailleurs, le « voir » permet également d'engendrer le « savoir ». Toutefois, pour être effectif, il est crucial que le médiateur muséal établisse des liens constants entre ces deux pôles, afin de ne pas perdre de vue soit l'un, soit l'autre :

Les médiations se sont d'abord focalisées sur les contenus à transmettre [le savoir], au risque de perdre de vue le socle sur lesquels ils pouvaient se greffer [le voir]. Quand on a étudié le décalage grandissant entre les savoirs connus et les savoirs à transmettre, une érosion s'est produite sur les contenus, pour privilégier les formes de l'apprentissage. Nous avons vu alors se multiplier les jeux et les formes ludiques de rapport aux savoirs, au point parfois d'en oublier que cela visait malgré tout à transmettre des contenus, et au risque de transformer parfois les institutions en terrain de jeux⁴³.

En ce sens, le rôle du médiateur muséal ne se limite ni au « voir », ni au « savoir », voire au « savoir légitime »⁴⁴, mais d'abord et surtout aux liens à tisser entre ces deux pôles. Pour y arriver, il peut référer à des objectifs ludiques, sensori-moteurs, affectifs et cognitifs, en vue de stimuler la motivation à « voir » et à « savoir », chez une multitude de types de visiteurs. Bref, la médiation muséale mobilise [les acteurs] autour des messages à caractère éducatif sur les collections exposées, en vue de permettre aux visiteurs de mieux les connaître et les comprendre et d'en partager leur appropriation⁴⁵. Selon Élisabeth Caillet, pionnière sur la question de la médiation muséale :

Le médiateur « s'intéresse » à ce qu'il veut transmettre. Le sens qu'il a trouvé dans l'objet, la collection, le bâtiment dont

38 PRIOR, Nick. « Postmodern Restructurings ». In. MACDONALD, Sharon (dir.). *A Companion to Museum Studies*. London : Blackwell Publishing, 2006, p. 518.

39 HOWES, David. « Sensory Museology ». *The Senses and Society*. vol. 9, n° 3, 2014, p. 259-267 ; voir aussi MARIANI, Alessandra. « Pratiques spatiales critiques. La réalité augmentée de l'espace d'exposition ». *MediaTropes*. vol. 3, n° 2, 2012, p. 52-58.

40 KANT, *op. cit.*, p. 115. C'est dans un second temps que le jugement passe de l'opinion personnelle au jugement valable pour tous, car on traite de la beauté comme étant une qualité des choses. La beauté est donc observable par tout être doté de raison qui regarde ces mêmes choses.

41 WIEL, Stephen E. « From Being About Something to Being For Somebody. The Ongoing Transformation of the American Museum ». ANDERSON, Gail (dir.), *Reinventing the Museum. The Evolving Conversation on a Paradigm Shift*. Plymouth : AltaMira Press, 2012, p. 170-190.

42 *Ibid.*, p. 175.

43 CHAUMIER, Serge. *Les musées : nouvelles formes de médiation, nouveaux projets ? Actes du colloque Chemins d'accès : l'autonomisation, une école du visiteur ?* Paris : Bibliothèque nationale de France, novembre 2008, p. 3.

44 *Id.*, « Évolution des expositions et transformations des rapports entre l'institution et ses publics ». *La Lettre de l'OCIM*. n° 150, 2013, p. 3.

45 DESVALLÉES et MAIRESSE, *op. cit.*, p. 45.

il fait la médiation, il le retravaille avec son sens à lui. Il invente un sens comme l'archéologue qui trouve un objet qui a été enfoui, le déterre et l'invente à nouveau en l'inscrivant dans un monde, une série d'autres mondes qui n'ont pas seulement à voir avec le monde dans lequel l'objet a eu originairement son sens; [...]. Plus encore, il le considère dans un musée qui a un certain rôle à jouer [...]; ce qui fait qu'un même objet peut avoir différents sens, selon les médiations dont il est l'objet⁴⁶.

Objets d'un côté, publics de l'autre, « les médiateurs culturels [au musée] vont investir dans les outils pour contextualiser tant le voir que le savoir, en vue de les rendre plus digests et plus adaptés, [...] et afin de ne pas résumer l'apprentissage aux contenus intellectuels⁴⁷ », d'un côté, ou de ne pas résumer la délectation aux contenus visuels, de l'autre. En vue d'atteindre ses objectifs, le médiateur muséal peut ainsi recourir à une variété d'approches, de méthodes et de stratégies, dans ce qu'il est dorénavant convenu d'appeler la « typologie des médiations muséales et ses logiques d'intervention ».

La typologie des médiations muséales et ses logiques d'intervention

La logique d'intervention, selon l'UNESCO, est un « terme d'usage courant dans les méthodes de planification⁴⁸ ». Le terme décrit le cadre logique selon lequel des résultats sont attendus, par l'atteinte d'objectifs sous-jacents à la réalisation d'une activité d'apprentissage. À ce titre, trois logiques d'intervention se situent à la base de cette typologie, soit : 1) celle basée sur les deux grandes approches de développement, que sont la démocratisation et la

démocratie culturelles; 2) celle découlant de la méthodologie propre aux domaines d'études (arts, sciences humaines et sociales, sciences et technologies, etc.), basée soit sur le voir, soit sur le savoir; enfin, 3) celle inhérente aux stratégies de supports de la médiation muséale (écrites, audios, vidéos, numériques, etc.). Ces trois logiques d'intervention donnent lieu au déploiement d'une kyrielle d'actions culturelles différenciées, en vue d'adapter les médiations muséales aux besoins des divers publics.

Première logique d'intervention : les deux grandes approches de développement culturel

La première logique d'intervention en médiation muséale découle des deux grandes approches de développement, que sont la démocratisation et la démocratie culturelles. La première, l'approche de la démocratisation culturelle, se fonde sur le soutien à la création, sur le développement d'une structure et infrastructure de production de l'activité culturelle et sur la dimension professionnelle de celle-ci⁴⁹. Elle vise notamment à promouvoir et à faciliter la mise en contact (physique) entre les oeuvres/objets de musées et les publics. Le médiateur muséal qui intervient selon cette approche cherche à développer et à fidéliser ses publics, dans le contexte de la pression économique exercée sur les institutions muséales, pour accroître le nombre et le taux de fréquentation des visiteurs :

Centrée sur la valeur esthétique des oeuvres jugées les plus significatives, la démocratisation culturelle vise à promouvoir leur fréquentation par le plus grand nombre. La plupart du temps, l'intervention des pouvoirs publics en faveur de l'accessibilité se concentre sur l'offre et la production [...]. Elle passe également par la sensibilisation du public, l'éducation

46 CAILLET, Élisabeth. « L'ambiguïté de la médiation culturelle : entre savoir et présence ». *Publics et Musées*, n° 6, 1994, p. 54.

47 CHAUMIER, Serge. « Évolution des expositions et transformations des rapports entre l'institution et ses publics », *art. cit.*, p. 3-4.

48 UNESCO, *Le processus de planification – étape par étape*, document de travail. <<http://www.unesco.org/csi/pub/info/seacam34.htm>> (consulté le 29 juin 2016).

49 SANTERRE, Lise. *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle*, op. cit., p. 9.

et le développement de la demande correspondant en général à l'offre de produits subventionnés⁵⁰.

Le registre d'actions culturelles du médiateur muséal, basé sur l'approche de la démocratisation culturelle, consiste essentiellement à concevoir, à planifier et à mettre en œuvre des programmes éducatifs muséaux, dans le cadre d'expositions ou d'activités culturelles s'adressant au grand public⁵¹. Il s'agit de la forme la plus ancienne de la médiation muséale.

Quant à la deuxième approche de développement, la démocratie culturelle, elle appelle à une définition plus large de la culture, en défendant la diversité des formes d'expression culturelle et leur intégration dans les pratiques culturelles au quotidien :

Contrairement à l'approche de la démocratisation, associée généralement à une vision de la culture dans son sens le plus restreint (arts, lettres, patrimoine, industries culturelles), le modèle de la démocratie culturelle s'étend aux traditions, au cadre et aux modes de vie. Cette perspective défend la diversité des formes d'expression, des plus nobles aux plus marginales. Elle dénonce la supériorité d'une forme de culture sur les autres, toutes possédant une valeur propre. Pour les tenants de cette approche, celle de l'avenir, semble-t-il, encourager le décloisonnement entre les disciplines, de même que les échanges entre les cultures étrangères, traditionnelles, locales et minoritaires, est

une condition de développement du potentiel créateur de la communauté, essentielle au renouvellement des approches et au maintien du lien entre les arts et les différents aspects de la vie quotidienne⁵².

La démocratie culturelle se développe dans le sillon d'un certain constat d'échec de la démocratisation culturelle. Quoique remis en question, depuis la fin des années 1990, ce constat est soutenu par de nombreuses voix. Parmi elles, notons celle de Jacques Rigaud, ancien directeur du cabinet du ministre français de la Culture, sous Jacques Duhamel (1962-1969 et 1973-1977) :

Le développement culturel ne saurait être l'extrapolation, au bénéfice du grand nombre, des pratiques qui sont celles de l'élite, ni le simple renouvellement de cette élite par la promotion sociale et les progrès de l'aisance ; il ne peut se concevoir que comme l'éclosion d'une aspiration générale à la dignité de la vie, qui est actuellement méconnue, déviée ou travestie par des habitudes sociales, les inhibitions et les préjugés⁵³.

Depuis *L'amour de l'art*⁵⁴, il ne suffit donc plus de prétendre rendre accessibles les œuvres de l'esprit⁵⁵, notamment par le développement de structures et d'infrastructures culturelles, mais d'étendre la notion d'accessibilité et de participation des publics à une dimension symbolique car, sans une connaissance et une compréhension approfondies des codes culturels, le sens de l'œuvre/objet de musée demeure

50 Ibid.

51 Société des musées du Québec, en collaboration avec le Conseil québécois des ressources humaines en culture et Emploi-Québec. *Analyse de la profession de chargée ou de chargé de projet à l'action éducative et culturelle*. Montréal : SMQ, 2000, p. 12.

52 SANTERRE, Lise. *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle*, op. cit., p. 9.

53 RIGAUD, Jacques. *Pour une refondation de la politique culturelle. Rapport au ministre de la Culture*. Paris : La Documentation française, 1996, 201 p. ; dans MOULINIER, Pierre. *La démocratisation culturelle dans tous ses états*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, Comité d'histoire, 2012, p. 26.

54 BOURDIEU, Pierre et Alain DARBEL. *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Paris : Éditions de Minuit, 1966, 256 p.

55 Bibliothèque nationale de France, « Qu'est-ce qu'une œuvre de l'esprit ? », *L'œuvre de l'esprit et les droits attachés*. <http://www.bnf.fr/fr/professionnels/principes_droit_auteur.html> (consulté le 25 juillet 2016).

inaccessible aux yeux du regardeur. Dans une société interculturelle, ce principe passe non seulement par la transmission des codes de la haute culture, mais aussi par la rencontre avec les cultures émergentes ou par le maillage entre les cultures.

Quant au registre d'actions culturelles du médiateur muséal, basé sur l'approche de la démocratie culturelle, il se concentre sur les « éloignés » de l'offre culturelle, voire sur ceux qui en sont « empêchés » ou « exclus ». Pour atteindre ses objectifs de démocratie culturelle, le médiateur muséal propose du matériel éducatif, des trousseaux pédagogiques ou des activités culturelles adaptées au niveau des connaissances, de la compréhension et des intérêts de ces types de publics. De plus, il est amené à cibler des objectifs ludiques et éducatifs spécifiques à chacun d'eux. Pour ces raisons, le médiateur muséal, œuvrant selon cette logique, peut être amené à concevoir, à planifier et à mettre en œuvre des programmes éducatifs muséaux à destination de publics ciblés (enfants, adolescents, aînés, etc.). Il peut également être amené à se déplacer *extra-muros*, soit à l'école, à la résidence pour personnes âgées, à l'hôpital, etc., ou dans tous autres lieux jugés « non culturels », par essence, dans le but de mieux les rejoindre, là où ils se trouvent sur le territoire. Puisque la logique d'intervention basée selon l'approche de la démocratie culturelle s'adresse, par définition, à de petits nombres de visiteurs, elle se veut complémentaire à celle basée sur la démocratisation culturelle qui, elle, vise le plus grand nombre, soit le grand public⁵⁶. Il s'agit également de la plus récente forme de la médiation muséale. Bref, si ces deux approches de développement, que sont la démocratisation et la démocratie culturelles, agissent en interaction au sein des institutions muséales, elles réfèrent toutefois

à des actions culturelles très différentes, qui dépendent des connaissances, de la compréhension et des intérêts de divers types de publics qu'elles desservent.

Deuxième logique d'intervention : les méthodologies propres aux domaines d'études

La typologie des médiations muséales s'envisage également à partir de la logique d'intervention découlant des méthodologies propres aux domaines d'études (arts, sciences et technologies, sciences humaines et sociales, etc.). Le tout se décline en fonction des différentes institutions muséales auxquelles ces domaines réfèrent, soit les musées d'art, de sciences et technologies, ou même d'histoire, de société ou de civilisation, etc.⁵⁷

De grandes distinctions s'opèrent entre les médiations muséales découlant des méthodologies propres aux domaines d'études. On a qu'à penser aux arts, et à l'art contemporain en particulier, auquel « le public n'est pas souvent convoqué au sein du système et des réseaux de l'art et [par rapport auquel], pour plusieurs raisons, il en est même mis à l'écart⁵⁸ ». Toutefois, malgré le succès des taux de fréquentation des musées d'art, ces dernières années⁵⁹, l'exclusion des publics non familiers avec ce domaine, voire avec l'art contemporain, est encore si marquée de nos jours, qu'on se questionne sur les nouvelles formes de médiation muséale qu'elle requiert :

L'art contemporain réclame une nouvelle forme de médiation, plus complète et plus complexe, puisqu'elle doit prendre en compte dans ses réalisations les multiples situations à partir desquelles les créations prennent sens. L'étape à venir consisterait donc à développer des modalités de

56 PAQUIN, Maryse. « Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence », *op.cit.*, p. 107.

57 CHAUMIER, Serge et François MAIRESSE, *La médiation culturelle*, *op.cit.*

58 LACERTE, Sylvie. *La médiation de l'art contemporain*. Trois-Rivières : Le Sabord, 2007, p. 10.

59 Le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) a dépassé le cap du million de visiteurs pour la première fois, en 2014. Pour cette raison, il est premier au Canada. Le Louvre de Paris est, quant à lui, premier dans le monde, avec environ 10 millions de visiteurs accueillis annuellement. <<http://www.lapresse.ca/arts/arts-visuels/201403/20/01-4749465-musee-des-beaux-arts-engouement-record-des-ecoles.php>> (consulté le 29 juin 2016).

médiation spécifiques à ces types de relation que l'œuvre contemporaine entretient avec son contexte⁶⁰.

Cette situation explique également pourquoi le phénomène de la médiation culturelle apparaît d'abord dans les musées d'art. Pour cette raison, et en regard de sa spécificité, elle devrait plutôt être nommée « médiation artistique⁶¹ ».

Le registre des actions culturelles du médiateur artistique recouvre des dispositifs et des moyens mis en œuvre par une diversité d'acteurs, car la logique d'intervention découlant des méthodologies propres au domaine des arts consiste à faire exprimer à une œuvre quelque chose qui ne vient pas nécessairement de l'artiste, du commissaire d'exposition ou, même, du conservateur⁶². Elle consiste d'abord à faire vivre une expérience esthétique, dans le sens d'un « choc », pour reprendre l'illustre expression d'André Malraux⁶³. À ce titre, elle vise à augmenter les possibilités qu'offre cette œuvre par les intentions, le style ou, même, la manière de la présenter aux publics, dans le but de « valoriser l'expérience artistique, en proposant de mettre en dialogue la démarche créatrice » de l'artiste⁶⁴.

Le déploiement des dispositifs et des moyens de médiation artistique vise ainsi faire procurer une émotion forte aux visiteurs, au contact des œuvres. Il vise également à en faciliter l'interprétation, tant chez les publics habitués ou experts que chez les néophytes ou débutants, par une meilleure connaissance et compréhension des codes culturels, particulièrement chez ces derniers. Cette situation explique le plus grand rapport au « voir » qu'au « savoir » dans

les musées d'art, privilégié par le médiateur muséal, pour permettre aux publics de se les approprier.

Par ailleurs, la médiation muséale « trouve un terrain fertile dans les musées de sciences et technologies et de ceux du champ de la culture scientifique et technique⁶⁵ ». Ce domaine se situe dans le creuset de la « vulgarisation de la science, expression qui apparaît au 19^e siècle pour désigner le fait de diffuser les connaissances savantes en les mettant à la portée du grand public⁶⁶ ». Selon Paul Rasse, l'expression « familiarisation de la science qui date, elle, du début du Siècle des Lumières » cède peu à peu le pas à la vulgarisation scientifique⁶⁷. On lui préfère toutefois l'expression « culture scientifique et technique », vers la fin du 20^e siècle. Puis, elle fait rapidement place à la « médiation des sciences et des technologies », au 21^e siècle, en vue d'établir un nouveau rapport aux savoirs savants, spécifiquement chez les publics non scientifiques⁶⁸. Ce nouveau rapport est particulièrement important dans la foulée de la méga-révolution numérique que le monde a connue, depuis les 40 dernières années, puisqu'aux sciences doivent s'ajouter les méthodologies propres aux technologies dans les visées de vulgarisation du médiateur scientifique.

Le registre des actions culturelles du médiateur scientifique, par la transmission de messages vulgarisés, vise ainsi à restaurer un dialogue entre les sciences et les technologies, d'un côté, et la société, de l'autre. En créant un savoir savant accessible et indispensable aux publics, le médiateur scientifique leur permet

60 CEVA, Marie-Luz. « L'art contemporain demande-t-il des nouvelles formes de médiation ? ». *Culture et Musées*, vol. 3, n° 3, 2004, p. 90.

61 FOURCADE, *op. cit.*, p. 5.

62 LACERTE, *op. cit.*, p. 11.

63 MALRAUX, André. *Le rôle social de l'art*. <<https://cultureenterritoire.wordpress.com/2014/01/21/andre-malraux-le-role-social-de-lart/>> (consulté le 29 juin 2016).

64 *Ibid.*

65 RICHARD, Olivier et Sarah BARETT. « Les médiateurs scientifiques en Europe : une diversité de pratiques, une communauté de besoins ». *La Lettre de l'OCIM*, vol. 135, mai 2011, p. 5.

66 RASSE, Paul. « La médiation scientifique et technique entre vulgarisation et espace public ». *Quaderni*, n° 46, hiver 2001-2002, p. 73.

67 *Ibid.*

68 CAUNE, Jean. « La culture scientifique : une médiation entre sciences et société ». *Lien social et Politiques*, n° 60, automne 2008, p. 37-48.

de s'exprimer sur des questions de sciences et de technologies, tout en les rendant autonomes dans ce processus d'appropriation.

La logique d'intervention propre aux méthodologies des sciences et des technologies est essentiellement concentrée autour des dispositifs et des moyens de communication, selon un pôle émission-réception⁶⁹. Ceux-ci ne peuvent toutefois pas se résumer à une simple transmission d'informations, aussi complexes soient-elles, car « apprendre » signifie à la fois « formation » et « information⁷⁰ ». Cette situation peut expliquer le plus grand rapport au « savoir » qu'au « voir » dans les musées de sciences et de technologies, que privilégie le médiateur muséal pour permettre aux publics de s'approprier les messages.

Par ailleurs, dans les musées d'histoire, de société ou de civilisation, associés aux méthodologies propres aux sciences humaines et sociales, on semble établir un rapport mieux équilibré entre le « voir » et le « savoir » car,

Le musée de société est ce lieu privilégié, en pleine contradiction avec notre culture du *clip*, du *zap*, du *tweet* et des idées simples, où peuvent naître, à partir de l'expérience de chacun et dans une dynamique comparative, des idées renouvelées sur ce qui se passe aujourd'hui dans nos villes, dans nos quartiers, dans nos nations ; ce lieu qui, à partir de la culture matérielle qui nous fait autant que nous la faisons, à partir aussi de la culture immatérielle corrélative qui en est toujours la face la plus riche, nous inspire dans une expérience sensible des émotions positives ou négatives, des réflexions d'une autre nature que celle qui procède de la lecture et de l'audiovisuel⁷¹.

Le médiateur muséal à l'œuvre dans les musées d'histoire, de société ou de civilisation peut ainsi faire appel à un très grand registre d'actions culturelles, en puisant tant dans les méthodes propres aux domaines de l'art qu'à celui des sciences et des technologies ou des sciences humaines et sociales. Bref, le rapport entre le « voir » et le « savoir » semble être ce qui distingue le mieux la nature des médiations muséales découlant de la logique d'intervention basée sur les méthodologies propres aux domaines d'études. Alors que le principe de la « délectation » par le « voir » est surtout à l'œuvre dans les musées d'art et d'art contemporain, celui-ci s'applique plus difficilement aux musées de sciences et de technologies, qui privilégient davantage le « savoir », alors que les musées d'histoire, de société ou de civilisation, associés aux méthodologies propres aux sciences humaines et sociales, semblent établir un rapport mieux équilibré entre ces deux pôles.

Troisième logique d'intervention : les stratégies basées sur les supports de médiation muséale

La troisième logique d'intervention concerne les stratégies basées sur les supports de médiation muséale, soit écrites, audios, vidéos, numériques, etc. La méga-révolution technologique implique toutefois un important renouvellement des médiations muséales, en permettant aux nombreuses stratégies basées sur les supports de se conjuguer les unes aux autres dans la salle d'exposition. Par ailleurs, si les médiations écrites, audios et vidéos font l'objet de nombreux écrits dans la littérature, dans ce qu'il est dorénavant convenu d'appeler la médiation documentaire⁷², il en va tout autrement pour la médiation numérique⁷³ qui, pour sa part, commande une meilleure connaissance et compréhension de

69 SCHIELE, Bernard. « L'invention simultanée du visiteur et de l'exposition ». *Publics & Musées*. vol. 2, n° 1, 1992, p. 71-98.

70 LEGENDRE, Renald (dir.). « Apprendre ». *Dictionnaire actuel de l'éducation*. Montréal : Guérin, 2005, p. 88.

71 DROUGUET, Noémie. *Le musée de société. De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains*. Paris : Armand Colin, 2015, p. vii.

72 FABRE, Isabelle et Cécile GARDIÈS. « La médiation documentaire ». In. LIQUÈTE, Vincent (dir.). *Médiations*. Paris : CNRS Éditions, 2010, p. 121-132.

73 BiblioSession. <<http://www.bibliosession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/>> (consulté le 29 juin 2016).

ses potentialités, en raison de la nouveauté du champ. Il s'agit essentiellement d'« une démarche visant à mettre en œuvre des dispositifs de flux, de passerelles et ponctuels pour favoriser l'accès, l'appropriation et la dissémination des contenus à des fins de diffusion des savoirs et des savoirs-faire⁷⁴ ». Pour Daniel Peraya et ses collaborateurs, il est toutefois davantage question d'un processus de médiatisation que de médiation :

La médiatisation, ce processus de « mise en média » qui relève de l'ingénierie pédagogique, introduit dans le processus de communication et de formation un dispositif médiatique : environnement numérique de travail, dispositif de communication synchrone ou asynchrone, logiciel d'apprentissage, micromonde, réalité virtuelle, etc. Un tel dispositif se trouve donc en position d'intermédiation et, par sa position, il modifie les relations qu'entretient le sujet avec le monde, son activité, les connaissances, d'autres sujets et enfin lui-même. La médiation désigne donc les effets produits par le dispositif interposé sur le comportement du sujet dans ses différentes dimensions : sensori et psychomotrice, épistémique et sémiocognitive, relationnelle, posturale, praxéologique et réflexive⁷⁵.

Quoi qu'il en soit, l'étude des usages de la médiation numérique ouvre à une meilleure compréhension des liens entre les contenus et les publics⁷⁶. L'étude de cette relation permet notamment de se rapprocher de ces derniers, tout en créant des conditions favorables d'apprentissage médiatisé. Pour Geneviève Vidal, cette situation comporte à la fois des atouts et des limites, puisque :

La médiation muséale sur les réseaux numériques, tant internationaux que locaux, autrement dit reliant des objets multimédias dans l'enceinte de l'institution, mène à une situation ambivalente, où s'affrontent deux logiques, celle de l'autonomie des usagers-visiteurs et celle de la prescription des médiateurs. [...] Leur rôle est ici crucial pour envisager l'ambivalence de la demande de repères tout en exigeant l'autonomisation des usages, de la part des publics⁷⁷.

En ce sens, le numérique fait apparaître de nouvelles problématiques de médiation muséale, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur des murs de l'institution. Pour cette raison, la recherche doit se poursuivre, afin de mieux documenter la manière dont la médiation numérique répond aux besoins des publics, en exploitant au maximum ses potentialités.

Un modèle conceptuel est conçu en vue de mieux se représenter les trois logiques d'intervention, lorsqu'elles agissent en interaction, en faisant naître une kyrielle de déclinaisons d'approches, de méthodes et de stratégies de médiations muséales (ex. : la démocratisation de la médiation numérique dans les musées d'art, la démocratie de la médiation écrite dans les musées de société, etc.). Dans ce modèle, les trois logiques occupent chacune un axe, soit vertical, soit horizontal, soit oblique [fig.1]. Le premier axe, vertical, illustre les deux approches complémentaires que sont la démocratisation, approche plus traditionnelle en milieu muséal, et la démocratie culturelle, approche relativement nouvelle. Un deuxième axe, horizontal, présente le rapport entre le « voir » et le « savoir », découlant de l'approche basée sur les méthodologies propres aux domaines d'études (arts, sciences humaines

74 *Ibid.*

75 PERAVA, Daniel, MARQUET, Pascal, HÜLSMAN, Thomas et Pierre MOEGLIN. « Médiation, médiations... ». *Distances et Médiations des Savoirs*. vol. 1, n° 1, 2012, p. 2.

76 GALAUP, Xavier (dir.). *Développer la médiation documentaire numérique*, n° 25, 2012. <<http://mediationdoc.enssib.fr/>> (consulté le 25 juillet 2016).

77 VIDAL, Geneviève. « La médiation numérique et les musées : entre autonomie et prescription », *op. cit.* <<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-mediation-numerique-documentaire/la-mediation-numerique-et-les-musees-entre-autonomi>> (consulté le 25 juillet 2016).

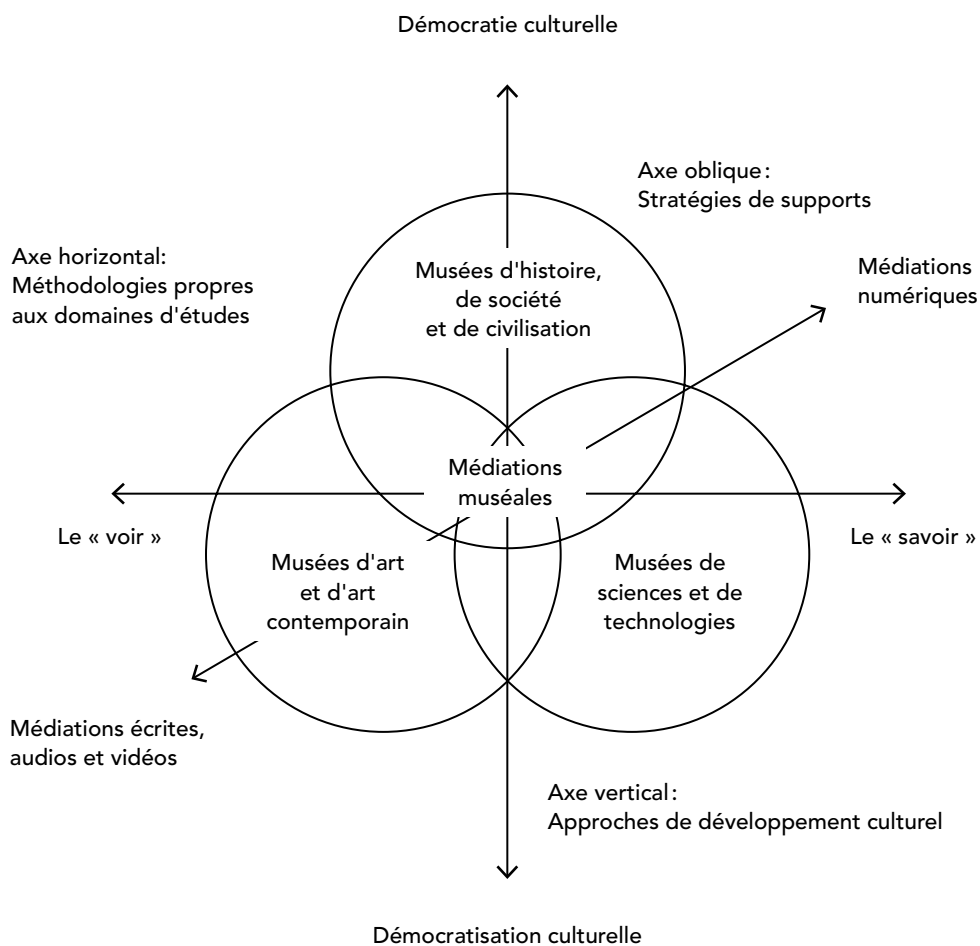


Figure 1
Le Modèle de l'interaction entre les trois logiques
d'intervention en médiation muséale

et sociales, sciences et technologies, etc.). Le « voir » est une approche davantage présente dans les musées d'art et d'art contemporain. Quant au « savoir », il constitue une approche tout naturellement dédiée aux musées de sciences et de technologies, de même qu'aux musées d'histoire, de société ou de civilisation. Enfin, un troisième axe, oblique, présente les stratégies de supports de la médiation muséale. Aux stratégies davantage traditionnelles (écrites, audios, vidéos, etc.) s'opposent celles faisant appel à l'innovation (numériques, virtuelles, etc.).

La typologie des médiations muséales découlant des trois logiques d'intervention, en interaction, donne lieu au déploiement d'une kyrielle d'actions culturelles, dont le registre s'avère tout aussi diversifié que complémentaire⁷⁸. De plus, de multiples déclinaisons d'actions de médiation culturelle au musée peuvent se trouver en usage au sein d'une même institution, dans différents contextes, et ce, en étant adaptées à des publics plus ou moins ciblés et en étant déployées selon les ressources disponibles. Si, par exemple, la place laissée à l'expérience de l'œuvre d'art se conjugue à la relative absence de médiations écrites dans l'exposition, le musée d'art contemporain se situe davantage du côté de la logique de la « démocratisation » et de celle du « voir ». D'autres stratégies de médiation muséale peuvent alors compenser cette polarisation, comme des activités éducatives ou des visites guidées diversifiées en fonction des groupes d'âges et d'intérêts divers (conférence scientifique, atelier d'art-thérapie, etc.). Par opposition, les médiations dans les musées de sciences et de technologies se situent davantage du côté de la logique du « savoir » et de celle des supports numériques, tandis que les médiations dans les musées d'histoire, de société ou de civilisation ont un rapport mieux équilibré entre ces deux pôles.

Conclusion

L'interaction entre les trois logiques d'intervention en médiation muséale donne lieu à la mise en place de dispositifs et de moyens toujours plus complexes qui, sous l'influence du numérique, incluent des réécritures découlant tant des sciences de l'éducation, des sciences de l'information et des communications, de la sociologie, que des sciences du langage⁷⁹. Ces domaines contribuent à revisiter le registre d'actions culturelles de la médiation muséale. Pour cette raison, cette situation commande le dépassement des connaissances et la compréhension actuelles du domaine, car :

Dès lors que l'activité de médiation devient moins portée à n'être qu'une valorisation des contenus, fut-elle la plus aboutie et précise que possible, et qu'elle évolue pour être un instrument de mise en relation, on peut s'interroger sur les formes qu'elle peut revêtir, voire se poser la question du devenir de sa terminologie, à l'avenir⁸⁰

Or, le présent article n'a pas pour but de « s'interroger sur les formes que la médiation muséale peut revêtir⁸¹ » ni même de positionner celles-ci dans le Modèle de l'interaction entre les trois logiques d'intervention. À tout le moins, il propose une nouvelle lecture de l'interaction entre les approches, les méthodologies et les stratégies découlant des trois logiques d'intervention en médiation muséale, en vue de mieux connaître et comprendre le champ de théories et de pratiques professionnelles propres au registre d'actions culturelles du médiateur muséal.

Sans prétendre en faire une liste exhaustive ni les définir, ces médiations muséales s'inscrivent non seulement dans des pratiques professionnelles, mais également dans des registres d'actions politiques et

78 TAPIA, Claude. « La médiation : aspects théoriques et foisonnement de pratiques ». *Connexions*. vol. 93, n° 1, 2010, p. 11.

79 PEVRIN, Aurélie. *Être médiateur au musée. Sociologie d'un métier en trompe-l'œil*. Paris : La Découverte, 2010, 136 p.

80 CHAUMIER et MAIRESSSE. *La médiation culturelle, op. cit.*, p. 145.

81 *Ibid.*

institutionnelles, car « le politique est l'ensemble des formes institutionnelles qui représentent la m diation⁸² ». Elle tend ainsi de plus en plus à se frayer un chemin entre toutes les fonctions muséales (acquisition, conservation, études, exposition et transmission, à des fins d'études, d'éducation et de d lectation⁸³), en vue de mieux s'imposer à titre de pratique professionnelle. Cet exercice s'avère crucial, car il s'agit de la première étape vers la professionnalisation du métier de « médiateur muséal », tant au Québec, en France, qu'ailleurs dans le monde.

82 LAMIZET, Bernard. *La médiation culturelle*. Paris : L'Harmattan, 2000, p. 45.

83 ICOM. « Définition du musée ». *21^e Conférence générale*. Vienne : ICOM, 2007. <<http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/>> (consulté le 15 juin 2013).

The typology of museum mediations: from methods of intervention to cultural actions.

Over the course of the last twenty years, because of certain types of public who are still excluded from museums, museum education has given way to cultural outreach. The phenomenon was first studied in France, in the early 1990s. It spread across the entire Francophone world, including Quebec, in the 2000s. The aims of cultural outreach are different from museum education in that it focuses on the quality of the connections it creates, develops and maintains with its public, rather than being dedicated to the transmission, indeed the construction or co-construction, of knowledge. To enable museum mediators to attain their goals, both playful and educational, it can avail itself of diverse approaches, methods and strategies. These are identified in what we now agree to call the typology of museal mediations. More specifically, three intervention logics are at the root of this typology, namely: 1) that which is based on the two main development approaches, cultural democratization and democracy; 2) that which arises from the methodology of fields of study (arts, human and social sciences, sciences and technology, etc.), whether based on observation or knowledge; lastly, 3) that which is inherent in the support strategies of museal mediation (written, audio, video, digital, etc.). These three intervention logics operating together result in the deployment of a plethora of differentiated cultural actions, with a goal of adapting mediations to the needs of a diverse public. It is crucial to better know and understand the range of professional theories and practices belonging to the sphere of a museum's cultural mediation activities, because this is the first step in professionalizing the occupation of the "museal mediator," here in Quebec, as well as in France and the rest of the world.