

Belinda Ucar

**Médiation culturelle : pratiques d'accompagnement
et bonnes pratiques**

MEMOIRE DE MASTER EN POLITIQUE ET MANAGEMENT PUBLICS (PMP)

Sous la direction de

Monsieur Olivier Glassey

et l'expertise de

Monsieur Pirmin Bundi

Date : 03.10.2024

UNIL

Faculté de droit, sciences criminelles et d'administration publique

Institut des hautes études en administration publique (IDHEAP)



Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude à toutes les personnes du domaine culturel qui m'ont généreusement accordé leur temps et partagé leur expertise. Ce mémoire est le fruit de leurs précieuses connaissances, et j'espère avoir su refléter fidèlement leurs idées.

Je souhaite également remercier Monsieur Olivier Glassey, qui m'a offert l'opportunité d'effectuer mon stage à l'Observatoire romand de la culture (ORC). Cette expérience m'a permis d'élargir mes horizons et de m'immerger dans un domaine qui m'était jusqu'alors peu familier. J'espère que ce mémoire sera à la hauteur du suivi attentif et des précieux conseils qu'il m'a prodigués tout au long de cette aventure. Mes sincères remerciements vont également à toute l'équipe de l'ORC pour leur soutien constant et pour m'avoir accueillie chaleureusement dans leur environnement de travail.

Un immense merci à Marcelo, qui m'accompagne depuis le début de mon parcours académique et qui, avec patience et bienveillance, m'a toujours encouragée. Son soutien indéfectible m'a permis de surmonter bien des épreuves.

Je ne saurais oublier ma mère, Zeynep, qui a veillé sur ma santé tout au long de ce parcours, ainsi que mon père, Ibrahim, dont le parcours m'a toujours inspirée et donné l'envie d'aller plus loin. Leurs enseignements m'ont offert une perspective unique sur le monde qui m'entoure. Mes sœurs, Alev, Berivan et Nurten, ont toujours été des modèles pour moi, et je les remercie infiniment pour cela.

Enfin, je remercie mes chères amies, Chouda, Debora et Leslie, avec qui cette aventure n'aurait jamais été la même. Leurs perspectives et leur soutien m'ont accompagnée à chaque étape, et pour cela, je leur suis profondément reconnaissante.

Table des abréviations

CFM: Commission fédérale des migrations

CIIP : Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse Romande et du Tessin

CST: Constitution fédérale

DFI: Département fédéral de l'intérieur

DUDH: Déclaration universelle des droits de l'homme

FALC: Français facile à lire et à comprendre

FMAC: Fonds d'Art Contemporain

FVGLS: Fondation de la ville de Genève pour le logement social

HEAD: Haute école d'art et de design

LEC: Loi sur l'encouragement de la culture

OFC: Office fédéral de la culture

OFS: Office fédérale de la statistique

MAH: Musée d'Art et d'Histoire

MCBA: Musée Cantonal des Beaux-Arts

PIB: Produit intérieur brut

UNESCO: Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

UQAM: Université du Québec à Montréal

ZHdK: Zürcher Hochschule der Künste

Table des matières

INTRODUCTION	6
REVUE DE LA LITTÉRAIRE	7
▪ ESSAI DE DÉFINITION	7
▪ LA POLITIQUE CULTURELLE	11
LÉGITIMATION POLITIQUE	16
▪ APPROCHES, MÉTHODES ET OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT	17
▪ IMPACTS DE LA MÉDIATION CULTURELLE	23
▪ PERSPECTIVES CRITIQUES	28
LE PROBLÈME DE LA CULTURE	28
STATISTIQUE OFS	30
ET LA MÉDIATION ?	32
MÉTHODOLOGIE	33
▪ QUESTION DE RECHERCHE	33
CADRE MÉTHODOLOGIQUE	34
SÉLECTION DES ÉTUDES DE CAS	34
SÉLECTION DES PARTICIPANTS	34
COLLECTE DES DONNÉES	35
ANALYSE DES CAS D'ÉTUDE	37
▪ CAS D'ÉTUDE 1 : UNE ŒUVRE, MON HISTOIRE	37
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET	37
MÉTHODES D'ACCOMPAGNEMENT	41
CARACTÉRISTIQUES DU PROJET	44
IMPACTS ET LIMITES DU PROJET	45
▪ CAS D'ÉTUDE 2 : L'ART TRUCK, ÉDITION 3	47
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET	47
MÉTHODES D'ACCOMPAGNEMENT	49
CARACTÉRISTIQUES DU PROJET	52

IMPACTS ET LIMITES _____	53
▪ CAS D'ÉTUDE 3 : BEAUTY AND ROOMS _____	55
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET _____	55
MÉTHODES D'ACCOMPAGNEMENT _____	57
CARACTÉRISTIQUES DU PROJET _____	59
IMPACTS ET LIMITES _____	61
ANALYSE TRANSVERSALE ET DISCUSSION _____	63
▪ UNE MÉDIATION CULTURELLE ET PARTICIPATIVE _____	63
▪ RÉPONSE À LA QUESTION DE RECHERCHE _____	66
▪ QUELS SONT LES DÉFIS DE L'ACCOMPAGNEMENT DES PUBLICS _____	71
▪ LA QUESTION DE L'HABITUS CULTUREL SELON LES PROFESSIONNELLES DE LA CULTURE _____	73
LES BONNES PRATIQUES ET RECOMMANDATIONS _____	76
CONCLUSION ET LIMITES _____	79
BIBLIOGRAPHIE _____	81
ANNEXES _____	88

Introduction

La médiation culturelle est aujourd'hui une notion centrale dans le domaine des politiques publiques de la culture. Mais qu'entendons-nous précisément par ce terme ? Quels sont les objectifs et les modalités d'action ? Comment peut-elle contribuer à démocratiser l'accès à la culture et à favoriser l'inclusion sociale ? Ce mémoire propose d'explorer ces différentes questions en s'intéressant particulièrement à la manière dont la médiation culturelle transforme les pratiques d'accompagnement du public dans un contexte marqué par des inégalités d'accès persistantes.

Depuis quelques décennies, la participation culturelle a pris une importance croissante dans les stratégies des institutions culturelles et des politiques publiques. La médiation culturelle y est souvent perçue comme un levier majeur pour faciliter cette participation, en créant des ponts entre les œuvres, les institutions et les publics. L'enjeu est de permettre à chacun de s'approprier le patrimoine artistique et culturel. Ce concept, bien que largement répandu, reste un concept aux contours flous. Selon les contextes, elle peut se limiter à une simple transmission d'informations ou revêtir une dimension plus participative, visant l'appropriation active des œuvres par les publics. Elle est ainsi traversée par des enjeux sociaux, économiques et politiques complexes, qui influencent ses pratiques et ses finalités. Ainsi, ce mémoire s'efforce de répondre à une question centrale : **Quelles influences les formes actuelles de médiation culturelle ont-elles sur les pratiques d'accompagnement du public, et quelles bonnes pratiques peut-on en retirer ?** Ce travail entend contribuer à une réflexion sur l'évolution de la médiation culturelle, en tentant de croiser les approches théoriques et les retours d'expériences pratiques.

Dans un premier temps, ce travail s'appuiera sur une revue de la littérature qui permettra de poser les bases théoriques et historiques de la médiation culturelle. Il s'agira de définir ce concept dans ses différentes interprétations, tout en explorant les enjeux politiques, économiques et sociaux qui les sous-tendent. Nous verrons également comment la médiation culturelle s'est progressivement institutionnalisée et est devenue un outil central des politiques culturelles publiques. L'analyse portera aussi sur les défis que soulèvent ces pratiques, notamment en matière d'inégalités d'accès à la culture.

Dans un second temps, l'analyse sera ancrée dans la pratique, avec l'étude de trois cas concrets de projets de médiation culturelle. Ces cas d'étude seront enrichis par des entretiens avec des

professionnels du secteur, permettant de recueillir des perspectives de terrain sur les pratiques d'accompagnement des publics. Ces analyses visent à identifier les bonnes pratiques émergentes et à comprendre comment ces projets influencent concrètement les formes de médiation culturelle.

Revue de la littérature

▪ Essai de définition

« Un ensemble d'actions visant, par le biais d'un intermédiaire – le médiateur, qui peut être un professionnel, mais aussi un artiste, un animateur ou un proche-, à mettre en relation un individu ou un groupe avec une proposition culturelle ou artistique, afin de favoriser son appréhension, sa connaissance et son appréciation »

(Aboudrar & Mairesse, 2022, p.1)

Le développement de la médiation culturelle découle des dynamiques sociales, économiques et politiques. Son histoire est ancienne, remontant jusqu'à l'Antiquité, où des débats ont surgi autour de la question de l'accessibilité des œuvres d'art : devraient-elles être mises à la disposition du public ou réservées à une élite privée ? (Aboudrar & Mairesse, 2022). La Révolution française et l'industrialisation ont conduit, d'abord en Angleterre, à la création de musées ouverts au public et à la médiation muséale pour justifier la possession des biens culturels par l'État (Mörsch, 2013). Ainsi, les musées devenaient des lieux où la peinture et la sculpture étaient « *des moyens d'inculquer aux plus démunis et aux ouvriers des fabriques les vertus de la bourgeoisie, en présentant les arts comme une partie intégrante d'une vie réussie, transcendant les classes sociales et les origines* » (ibid., p.31). En Allemagne, le mouvement éducatif et artistique « *la kunsterziehungsbewegung* » a promu la médiation culturelle comme un moyen d'émancipation et d'expression individuelle. C'est la lutte contre l'exclusion sociale, un objectif central, dès le début de la médiation culturelle. Ainsi, au fil du temps, cette dernière s'est développée en tant que pratique visant à rapprocher le public, mais aussi à promouvoir et démocratiser l'accès à la culture (ibid).

La médiation culturelle est à la fois un concept, un métier, un outil et une pratique visant à rendre la culture et l'art accessibles à un public large et diversifié. Ce concept, bien que vaste et complexe, regroupe une multitude de pratiques différentes. Une constante semble néanmoins se dégager dans toutes ces pratiques : un objectif qui vise à créer un lien entre l'œuvre et le

public. D'après Jean Caune, la médiation culturelle sert à créer des interactions entre le public, les œuvres, les artistes et les institutions, permettant aux participants de développer une compréhension personnelle des œuvres (Caune, cité dans *Le temps de la médiation*, 2013).

Cependant, il faut admettre qu'en raison de la diversité des pratiques qu'elle recouvre, elle est difficile à définir de manière explicite. Elle se réfère généralement à toutes les activités et méthodes facilitant l'accès du public aux œuvres d'art et aux contenus culturels. Les auteurs De Bruno Nassim Abouddar et François Mairesse (2022), définissent la médiation culturelle comme : « *un ensemble d'actions visant, par le biais d'un intermédiaire – le médiateur, qui peut être un professionnel, mais aussi un artiste, un animateur ou un proche-, à mettre en relation un individu ou un groupe avec une proposition culturelle ou artistique, afin de favoriser son appréhension, sa connaissance et son appréciation* » (p.1).

Selon Eve Lamoureux (2008), « *on entend par les activités de médiation culturelle, des initiatives qui créent une opportunité de rencontres et d'échanges personnalisés favorisant l'apprentissage et l'appropriation de la culture par les clientèles les plus éloignées de l'offre culturelle professionnelle. Ces actions mettent l'accent sur un travail de contact et permettent de faire le pont entre le citoyen et l'activité culturelle* » (p.163). Sa réflexion met en évidence le rôle central de la médiation culturelle comme un pont entre les citoyens et l'activité culturelle, en particulier de ceux éloignés de cette offre. C'est d'ailleurs ce que pense Jean-Pierre Saez, directeur de l'Observatoire des politiques culturelles en France. Pour lui, la médiation culturelle vise certes un public large, mais accorde une attention particulière aux jeunes et aux personnes généralement éloignées de la culture. Il insiste néanmoins sur l'importance de ne pas avoir une approche paternaliste qui prétend fournir la culture à des individus considérés comme en manquant (Saez, 2018).

L'aspect relationnel se dessine également comme un élément important de ce concept. Selon le sociologue québécois, Jean-Marie Lafortune (2012), la médiation culturelle se présente comme : « *un champ de débats théoriques et de pratiques d'intervention autour des rapports qu'entretiennent l'art avec la participation sociale et la culture avec le développement* » (p.1). Autrement dit, l'idée centrale est que la médiation culturelle n'est pas seulement une pratique isolée, mais un véritable champ de débats et d'interventions. En ce sens, les œuvres artistiques deviennent des outils pour favoriser les échanges et renforcer les interactions sociales. Vincent Rouzé (2015), docteur en science de l'information et de la communication, met en avant l'importance du lien entre médiation et communication. En effet, cette dernière est un enjeu

majeur, puisqu'elle permet de créer des connexions. La médiation, dans un sens plus large, ne se limite pas à la transmission d'informations, mais vise à rétablir et à maintenir des liens. En établissant une relation de qualité avec le public, on peut transmettre, partager et enrichir l'expérience culturelle permettant une véritable démocratisation de la culture.

La médiation culturelle telle qu'on veut la comprendre aujourd'hui, à travers ces différents auteurs, tend à privilégier un dialogue entre l'œuvre et le public, en partant du point de vue de ce dernier pour co-construire le sens : « *il n'est pas question de combler les lacunes de compréhension, mais plutôt de les prendre pour points de départ d'un dialogue et d'une expérience esthétique* » (Caune, cité dans *Le temps de la médiation*, 2013, p.17). Aujourd'hui, il ne s'agit donc pas seulement de transmettre des connaissances de connaisseurs à non-connaisseurs, mais aussi de valoriser les différentes perspectives et de légitimer les points de vue. Comme le rappellent Serge Chaumier et François Mairesse (2013), dans l'ouvrage *La médiation culturelle : « c'est la construction du sens, partagé et réinvesti, chez les protagonistes de la médiation qui sert de cap »* (p.57). Ainsi, elle est capitale dans la production du sens également. Alors comment pouvons-nous créer ce sens ? En engageant activement les publics dans la construction et la mise en place des projets.

La médiation culturelle apparaît englober un large éventail d'approches, allant de la transmission de connaissance à des formes plus participatives. Ces différentes pratiques mettent en avant un élément important : le niveau de participation du public, qui peut varier selon les projets. Le tableau ci-dessous a été inspiré des différents niveaux de participation, abordé dans le cadre de la publication *Le temps de la médiation* (2013), chapitre 4, que nous avons tenté de synthétiser :

Type de participation	Description	Exemple
Participation réceptive	C'est le degré de participation le plus élémentaire où le public est principalement impliqué dans la réception d'informations. Bien que cette forme de participation soit principalement axée sur la réception, elle n'implique pas nécessairement une passivité totale, car les participants assimilent et interprètent activement les informations et la création de sens.	<i>Visites guidées, conférences, lectures publiques, mises à disposition d'informations.</i>
Participation interactive	L'accent est mis sur une participation plus active où les participants sont invités à interagir, poser des questions et participer aux discussions.	<i>Ateliers interactifs, jeux de rôle, sites web interactifs.</i>
Participation participative	Les participants ont la possibilité de s'organiser de manière autonome à l'intérieur d'un cadre prédéterminé par les médiateurs. Les participants contribuent activement à la création du contenu.	<i>Projet Schulhausroman : écriture d'un roman en collaboration avec des écrivains.</i>
Participation collaborative	Le cadre, le thème ou les méthodes d'un projet de médiation sont développés en collaboration avec les participants. Implication dans la planification et la réalisation d'activités culturelles.	<i>Création d'un opéra avec les participants.</i>
Participation revendicative	Des revendications spécifiques émanant de groupes d'intérêt. Les participants cherchent à influencer la manière dont leur groupe est représenté dans la société	<i>Exposition conçue en réponse à des demandes spécifiques d'un groupe minoritaire ou marginalisé.</i>

Tableau 1: tableau réalisé à partir des informations fournies dans le chapitre 4, le temps de la médiation (2013).

Ce constat met en évidence la diversité des formes que peut prendre la médiation culturelle. Elle peut se limiter à une présentation d'œuvres ou s'étendre à des projets immersifs de co-construction, engageant aussi bien des personnes ayant déjà un intérêt culturel que celles qui en sont éloignées. Cette diversité permet de mieux répondre aux besoins variés des publics.

▪ La politique culturelle

La révision de la Constitution fédérale en 1999 a marqué une avancée historique en intégrant, pour la première fois, la politique culturelle dans un texte constitutionnel. Cet acte audacieux, suite à plusieurs tentatives de révision échouées, reconnaît enfin l'importance de la culture dans notre société et permet d'établir un cadre légal pour ce domaine. Ainsi, le 11 décembre 2011, le Parlement adopte la loi sur l'encouragement de la culture qui permettra de concrétiser l'article 69 de la Constitution¹ qui stipule que :

Art. 69 Culture

¹ La culture est du ressort des cantons.

² La Confédération peut promouvoir les activités culturelles présentant un intérêt national et encourager l'expression artistique et musicale, en particulier par la promotion de la formation.

³ Dans l'accomplissement de ses tâches, elle tient compte de la diversité culturelle et linguistique du pays.

Figure 1: article 69 de la Constitution

Bien que la culture soit principalement du ressort des cantons, la Constitution suisse confère à la Confédération une compétence générale pour « *promouvoir les activités culturelles d'intérêt national et de soutenir les arts, notamment dans le domaine de la formation* » (Message culture 2021-2024, 2020, p.3046). Cet article, en conjonction avec d'autres mesures, établit un cadre solide pour l'encouragement fédéral en matière de politique culturelle. La Confédération perçoit la culture comme un domaine vaste et la considère comme « *un bien public mondial* » (Message culture 2025-2028, 2024, p.8).

Cette dernière se base sur la définition de l'UNESCO de 1982, et définit la culture « *dans son sens le plus large, considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes*

¹ RS 101

de valeurs, les traditions et les croyances » (OFC, 2013). Ainsi la culture permet de rassembler des individus de toute génération, de favoriser le vivre-ensemble et de créer un sentiment d'appartenance, tout en transcendant les croyances et les idéologies. Elle nous permet de percevoir divers points de vue sur un même sujet. Elle offre un cadre où des personnes diverses peuvent se retrouver et se connecter en tant que communauté.

La politique culturelle du Conseil fédéral vise à intégrer et à célébrer la diversité culturelle, à faciliter l'accès à la culture pour tous et à créer un environnement propice au développement et à la promotion des arts, tant au niveau national qu'international (DFI, s.d). Pour ce faire, il existe désormais quatre messages cultures. Le message culture est un document stratégique qui sert de cadre de référence en définissant l'orientation de la politique culturelle de la Confédération suisse pour une période donnée. Ce dernier élabore les objectifs, les mesures et les actions à mettre en place et les modalités de financement (Rindlisbacher, 2023). Ce document prend son essor via la Loi sur l'encouragement de la culture (LEC)² qui a pour but les éléments suivants :

Art. 3 Buts

L'encouragement de la culture par la Confédération a pour buts:

- a. de renforcer la cohésion et la diversité culturelle de la Suisse;
- b. de promouvoir une offre culturelle variée et de qualité;
- c. de créer des conditions favorables aux acteurs culturels et aux institutions et organisations culturelles;
- d. de faciliter l'accès de la population à la culture;
- e. de faire connaître la création culturelle suisse à l'étranger.

Figure 2: article 3 de la loi sur l'encouragement de la culture (LEC)

Ainsi, cela constitue le cadre législatif principal pour le soutien culturel en Suisse. C'est également cette loi qui stipule, via l'article 27 alinéa 1 que « *tous les 4 ans, le Conseil fédéral soumet à l'Assemblée fédérale un message relatif au financement de l'ensemble de l'encouragement de la culture par la Confédération ; il y fixe ses priorités* ³ ». Pour mettre en place les actions et initiatives culturelles, plusieurs institutions doivent intervenir, nous n'en retiendrons que deux dans le cadre de ce mémoire :

² RS 442.1

³ Ibid.

- **L'Office fédéral de la culture** : qui joue un rôle central dans la politique culturelle puisqu'elle y établit les orientations et priorités. Elle soutient également les artistes et leur projet et apporte un soutien financier et logistique aux institutions. De plus, elle est responsable de préserver le patrimoine (monuments historiques, sites archéologiques, patrimoine culturel matériel et immatériel) (DFI, s.d). Pour résumer, elle est chargée de promouvoir et protéger la culture sous toutes ses formes.
- **Pro Helvetia** : cette dernière a été fondée en 1939 à l'initiative du Conseil fédéral. À la base, elle a été créée pour défendre la culture suisse contre les menaces fascistes de l'Allemagne nazie ainsi que de l'Italie. Elle est devenue une fondation de droit public avec un Conseil de fondation qui a pour mission de préserver, défendre et promouvoir la culture suisse (Prohelvetia, s.d).

Ainsi, le premier message culture pour la période 2012-2015 reprend les objectifs prévus dans la politique culturelle qui sont vus comme des objectifs fondamentaux. Elle aborde la question de la place de la culture et de la répartition des tâches avec les différentes institutions citées plus haut. La Suisse reconnaît la culture comme un pilier crucial de notre société. Non pas seulement dans un but de promouvoir l'art, elle vise une intégration sociale de tous les groupes. Un élément important est le fait que la médiation culturelle arrive officiellement dans le premier message culture en 2012. Ainsi, avec la mise en œuvre de la Loi sur l'encouragement de la culture, la médiation culturelle fait partie des domaines de la présente loi et pour laquelle il y a un intérêt national. L'article 19 stipule que « *la Confédération peut prendre des mesures pour familiariser le public avec une œuvre ou une prestation artistique* ». ⁴ Autrement dit, la médiation culturelle et l'accès à la culture deviennent des éléments centraux de la politique culturelle (Message culture 2012-2015, 2012). Elle est mentionnée dans la plupart de leurs objectifs. En effet, en permettant un accès facilité et en encourageant la participation active, la médiation culturelle ressort donc comme une composante qui permet d'établir ce pont ambitieux entre les œuvres et le public. Cela permet d'avoir une culture plus compréhensible et de lutter contre l'élitisme culturel.

Le deuxième message culture couvrant la période de 2016-2020, vise à relever les défis posés par la mondialisation, caractérisée par une concurrence internationale accrue, ainsi que par la numérisation, qui impose à toute la société de s'adapter à l'ère digitale. Il traite également des enjeux liés au vieillissement de la population et à l'individualisation qui nécessitent d'adapter les politiques culturelles aux besoins de la population qui sont de plus en plus diversifiés. Les

⁴ RS 442.1

objectifs de promotion de la culture sont désormais articulés autour de trois axes principaux, dont l'un, la participation culturelle, est particulièrement pertinent pour notre mémoire. Les deux autres axes concernent la cohésion sociale et la création ainsi que l'innovation. Sachant que le revenu, le niveau de formation, les contraintes physiques et d'autres variables socio-économiques influencent l'accès à la culture, les formes traditionnelles de l'encouragement se révèlent inefficaces pour inclure l'ensemble de la population. Ainsi, « *la participation à la vie culturelle doit permettre d'apaiser la polarisation sociale et apporter de la sorte une réponse déterminante aux défis auxquels est confrontée notre société multiculturelle* » (Message culture 2016-2020, 2015, p.490). Elle désigne donc l'implication, active ou passive, de la population à la vie culturelle et l'accès au patrimoine. Ici, il est important de comprendre que la participation culturelle est un objectif politique et que la médiation culturelle est un moyen pour réussir à l'atteindre. Pour ladite période, différentes initiatives sont mises en place par la Confédération, dont des programmes de médiation visant à rapprocher le public de la culture, la diffusion de l'art auprès de divers publics, y compris en ligne, l'encouragement de l'accès physique, l'utilisation d'internet pour faciliter la diffusion des informations, etc. À l'avenir la participation culturelle devra « *davantage servir de valeur étalon à toutes les institutions culturelles de la Confédération* » (ibid., p.464). Autrement dit, la participation culturelle est placée au centre de la stratégie culturelle et la médiation devra se développer au-delà des domaines traditionnels pour toucher un public plus large et des formats plus diversifiés (ibid).

Le troisième message culture (2021-2024) s'appuie sur les tendances déjà identifiées dans le message précédent, telles que la mondialisation, la numérisation et l'individualisation, tout en continuant à les aborder à travers différentes initiatives culturelles (Message culture 2021-2024, 2020). En particulier, la numérisation est renforcée via la stratégie *suisse numérique* visant à faciliter l'accès au patrimoine culturel par des canaux numériques tout en soutenant la création artistique digitale.

Parmi les axes clés, la participation culturelle reste une priorité. Des initiatives, comme le programme "Jeunesse et Musique", portées par l'OFC, vise à promouvoir de jeunes talents musicaux et à soutenir un certain nombre de jeunes artistes prometteurs. En ce qui concerne la médiation artistique, Pro Helvetia joue un rôle central en soutenant des projets innovants qui tissent des liens entre le public et les œuvres tout en favorisant une réflexion critique sur les arts contemporains. Ces projets de médiation s'adressent à des publics divers (jeunes, migrants, personnes âgées, public traditionnel, etc.) en tenant compte des nouveaux médias et technologies. Les musées sont également invités à adapter leurs offres de médiation pour les

rendre plus attrayantes et participatives, en touchant des groupes variés, notamment des écoliers et les personnes ayant un accès difficile à la culture (ibid).

Le dernier message culture (2024-2028) fait un bilan de l'évolution de la politique culturelle suisse depuis 2012 et poursuit les axes stratégiques définis dans les précédents messages, en y ajoutant de nouveaux champs d'action liés aux défis actuels.

L'un des six nouveaux champs d'action, *La culture, un environnement professionnel*, met l'accent sur l'amélioration des conditions de travail des acteurs culturels. Elle aborde également la question de la rémunération équitable et la lutte contre les discriminations, sachant que le secteur culturel représente 2,1 % du PIB (Message culture, 2024, p.12). Le deuxième champ d'action, *Actualisation de l'encouragement de la culture*, vise à accompagner les créateurs, artistes dans toutes les étapes, de la conception à la médiation en passant par la diffusion des œuvres. La troisième, *La transformation numérique dans la culture*, souligne l'importance des technologies numériques et de l'intelligence artificielle dans la création et la diffusion artistique. Enfin l'axe de la *Coopération culturelle* met l'accent sur la coordination entre la Confédération, les cantons et les institutions culturelles pour favoriser la collaboration (ibid).

La médiation culturelle devient donc centrale dans plusieurs champs d'action, car elle est d'une grande utilité pour mener ces actions. Pro Helvetia continue de soutenir des projets de médiation artistique qui favorisent des échanges intellectuels et émotionnels entre les œuvres, les institutions et les publics. La médiation culturelle est présentée comme un levier pour renforcer la compréhension des œuvres et encourager la participation active des citoyens. En effet, l'évolution de la politique culturelle suisse, du premier message culture jusqu'au dernier, reflète une démarche progressive visant à intégrer de plus en plus les dynamiques sociétales contemporaines dans ses actions et ses stratégies. Cela montre une institutionnalisation croissante de cette pratique, avec une reconnaissance de son rôle clé dans la promotion, la participation culturelle, l'inclusion sociale et de l'adaptation aux nouvelles technologies. En somme, elle devient un pilier de la politique culturelle suisse, destinée à rendre la culture accessible à tous et à favoriser l'engagement du public.

Légitimation politique

« Les décideurs de politique culturelle et éducationnelle et les organismes de soutien financier font preuve d'un intérêt croissant pour la médiation culturelle et ses multiples facettes »

(Mörsch et al., 2013, p.141)

Au niveau politique, il y a un intérêt profond pour la médiation culturelle. Cette section propose de présenter les différentes stratégies énoncées pour la légitimer. Nous allons énoncer quelques-unes des formes. La première repose sur l'aspect économique de la médiation culturelle. Elle est présentée comme un levier pour développer des compétences créatives, essentielles à l'économie moderne. L'idée est que les activités culturelles et artistiques peuvent contribuer positivement à l'économie en créant des emplois, en stimulant le tourisme, et en favorisant le développement économique local. Cependant, certains critiquent cette approche, en soulignant qu'elle risque de réduire la médiation culturelle à un simple outil pour rendre la main-d'œuvre plus compétitive sur le marché (Mörsch et al., 2013).

Deuxièmement, la médiation est perçue comme un moyen d'améliorer les capacités cognitives des individus, qu'il s'agisse de compétences sociales ou émotionnelles. Elle est ainsi vue comme un outil de préparation au capitalisme cognitif. Cet argument est fondé sur l'idée que, dans une société en mutation rapide, les formes d'apprentissage évoluent et les concepts comme l'apprentissage tout au long de la vie et l'éducation informelle deviennent cruciaux. Des études, comme celle sur l' « effet Mozart » (qui prétendait que l'écoute de Mozart améliorerait les performances cérébrales) et une autre à Berlin (sur les effets de l'enseignement de la musique sur les enfants), sont citées pour soutenir cet argument. Cependant, ces études ont été critiquées pour leur manque de rigueur méthodologique, bien que leurs résultats continuent d'être utilisés pour justifier la promotion de la médiation culturelle (ibid).

Troisièmement, la légitimation de la médiation culturelle repose sur une notion de responsabilité fiscale. Cela se base sur l'idée que, puisque les institutions culturelles sont financées par les impôts des contribuables, elles doivent être accessibles à tous. Ce principe, popularisé dans les années 1960 par Hilmar Hoffman, selon la publication, prône une "culture pour tous". Toutefois, cette forme de légitimation est aussi critiquée. Certains estiment que même si tout le monde ne consomme pas d'art, cela reste bénéfique pour la société. Adapter l'offre culturelle pour plaire à un public plus large pourrait aussi entraîner des compromis,

comme la simplification excessive d'œuvres complexes, ce qui limiterait l'enrichissement intellectuel et la réflexion critique (ibid).

Enfin, la médiation culturelle est souvent justifiée comme un moyen de favoriser l'intégration sociale et de lutter contre les inégalités. Elle est considérée comme un outil capable d'améliorer les conditions de vie des individus en réduisant les fractures sociales. Toutefois, cet argument est également remis en question, car certains perçoivent cette approche comme paternaliste. Ils critiquent le fait que ce sont souvent les institutions qui décident, de manière unilatérale, qui doit être intégré, et que l'art se retrouve parfois réduit à un simple outil utilitaire pour "résoudre" les problèmes sociaux (ibid).

Ce passage sur la légitimation politique est essentiel, car il permet de comprendre pourquoi la médiation culturelle, loin d'être une simple pratique artistique ou éducative, est également un enjeu stratégique pour les politiques publiques. En effet, en explorant les différentes formes de légitimation, ce texte montre comment la médiation est utilisée pour justifier des investissements culturels, économiques et sociaux. Cela éclaire les raisons pour lesquelles les décideurs politiques s'y intéressent autant et mettent en place des politiques culturelles en ce sens. Désormais, nous allons examiner les différentes approches et outils utilisés et comment ces pratiques ont évolué au fil du temps pour répondre aux besoins des publics et aux attentes institutionnelles. Cela nous permettra d'illustrer concrètement comment la médiation culturelle se matérialise.

▪ **Approches, méthodes et outils d'accompagnement**

Dans leur ouvrage *La médiation culturelle*, Bruno Nassim Abouddrar et François Mairesse (2022) explorent les diverses actions et méthodes qui peuvent être utilisées pour accompagner le public. Le tableau ci-dessous, que nous avons élaboré à partir de l'ouvrage, présente de manière synthétique les différentes approches permettant de faciliter l'interaction entre le public et les œuvres :

Types de médiation	Sous-catégories	Description
Médiation orale	<ul style="list-style-type: none"> • Performance • Discours • Adaptation et improvisation 	Les formes traditionnelles de médiation basée sur la parole. Comprend les visites guidées, les conférences ou des discussions. Peut varier d'une approche rigide à une forme plus participative.
Médiation technique	<ul style="list-style-type: none"> • Médiation écrite • Médiation numérique 	Utilisation de supports écrits (guides, panneaux, livrets) ou numériques (audioguides, tablettes) pour accompagner les visiteurs dans l'exploration des œuvres
Médiation participative	<ul style="list-style-type: none"> • Ateliers • Animation • Projets culturels 	Met l'accent sur la participation active des publics à travers la création d'expositions, de spectacles ou des projets artistiques. Souvent à long terme et intègre des dimensions sociales, thérapeutiques ou éducatives

Les auteurs ont regroupé trois types de médiation en fonction des méthodes utilisées et des actions mises en place. **Le premier type, la médiation orale**, est considéré comme la méthode la plus ancienne et traditionnelle. Elle englobe des actions comme les visites guidées, qui restent l'une des formes les plus courantes, surtout dans le domaine du patrimoine. Cependant, la visite guidée n'est qu'une des nombreuses manières de pratiquer la communication orale. Celle-ci peut varier entre des méthodes rigides, où le médiateur transmet des informations sans interaction, et des méthodes plus participatives, où le public joue un rôle actif dans les échanges. Les conférences, par exemple, relèvent aussi de la médiation orale, mais elles laissent souvent peu de place à des possibilités d'intervention des participants : « *ce principe de transmission d'information s'inscrit au cœur du processus d'apprentissage scolaire ou universitaire et laisse peu de place à l'intervention du public* » (ibid., p.48).

En revanche, il existe aussi d'autres formes de médiation orale, comme la discussion accompagnée, construisant ainsi un discours à partir des réactions du public. Ce type de médiation, plus flexible et improvisé, favorise le développement du lien social et la réflexion collective. Les auteurs divisent la médiation orale en trois sous-catégories :

- ⇒ La médiation comme performance, où le médiateur utilise des compétences théâtrales pour rendre sa présentation plus vivante et engageante.
- ⇒ La médiation comme discours, où le médiateur crée et structure son propre contenu en choisissant les éléments à présenter et la manière de les interpréter.
- ⇒ La médiation comme adaptation et improvisation, où le médiateur doit s'ajuster en temps réel aux imprévus et aux réactions du public, tout en maintenant l'attention et l'engagement.

Le second type de médiation est la médiation technique : ce type de médiation s'appuie sur des supports écrits et numériques pour enrichir l'expérience des visiteurs, en intégrant des technologies et en adaptant les outils aux besoins diversifiés du public. Comme l'expliquent les auteurs, « *ces dernières accompagnent depuis longtemps les productions culturelles* » (ibid.,p.45).

La médiation technique se divise en deux catégories. La première est la médiation écrite, qui englobe divers documents tels que des livrets, guides, étiquettes ou panneaux. Historiquement, ces supports sont utilisés pour accompagner les expositions et spectacles, en fournissant des informations essentielles ou des explications succinctes. Des documents pédagogiques, souvent destinés aux enseignants ou aux familles, sont également créés pour préparer ou accompagner une visite. Ils peuvent inclure des jeux ou des activités pour rendre l'expérience plus ludique. Ces supports visent à inciter le public à venir et à les guider lors de la visite, ou à leur permettre une autonomie guidée. La seconde catégorie est la médiation numérique, qui repose sur l'utilisation de technologies telles que les audioguides, les tablettes, ou encore les applications interactives. Ces outils permettent aux visiteurs d'explorer les œuvres de manière autonome tout en enrichissant leur expérience culturelle grâce à des contenus numériques (Abouddrar & Mairesse, 2022).

Le troisième type de médiation se concentre sur **les ateliers et projets culturels** qui mettent l'accent sur l'activité pratique et la participation active des personnes présentes. Ce type englobe les ateliers, les animations et les projets culturels. Contrairement aux conférences et visites guidées traditionnelles, les ateliers offrent un espace où l'on peut créer, expérimenter et apprendre. Bien que souvent destinés aux enfants, des programmes similaires sont de plus en plus proposés aux adultes. La pédagogie par projet, méthode d'enseignement axée sur l'apprentissage actif à travers la réalisation de projets, propose des initiatives à long terme où les objectifs culturels se mêlent aux enjeux sociaux (ibid). Les auteurs donnent les exemples de

la création d'une exposition avec des prisonniers, de la création d'un spectacle avec des élèves qui sont en difficulté ou encore l'organisation d'ateliers pour des personnes en situation de précarité. Ces projets ont ainsi des visées culturelles, sociales et parfois thérapeutiques. Les ateliers, en tant qu'espace de participation et de performance, permettent une implication plus marquée des participants. Ils peuvent être effectués de manière individuelle ou collective. La participation active dans des projets culturels est une approche « *largement utilisée au sein du courant de l'éducation populaire* » (ibid., p.61) et qui permet de développer les compétences culturelles, mais aussi sociales. Les auteurs donnent l'exemple de la préparation d'expositions temporaires dans les musées comme celui de Thomas Hirschhorn, un artiste plasticien suisse qui a créé un musée temporaire avec les habitants d'un quartier, ou encore Tino Sehgal, un artiste germano-britannique qui recrutait des participants pour créer des performances improvisées.

En Suisse, dans le cadre du Certificate of Advanced Studies (CAS) de médiateurs et médiatrices culturelles, nous avons eu accès, grâce à l'association Destination 27, à des présentations PowerPoint sur divers outils de médiation culturelle (annexe 1). Ces outils, bien qu'encore en cours d'élaboration, sont intéressants à présenter ici, car ils illustrent la diversité des approches utilisées pour accompagner le public dans la découverte des œuvres.

Parmi ces outils, certains visent à faciliter l'appropriation des œuvres qui permettent de mettre le public dans des conditions favorables à la réception d'une œuvre d'art. Ils peuvent aussi aider à faire émerger des opinions personnelles, à confronter différents points de vue ou encore à fournir des informations sur l'artiste ou sur l'œuvre elle-même. D'autres outils encouragent l'interaction créative avec l'œuvre, par exemple en permettant aux participants d'expérimenter la technique de l'artiste.

Il existe aussi des outils axés sur l'accessibilité, destinés à des publics ayant des besoins spécifiques. Cela inclut des visites tactiles pour les personnes malvoyantes, des audiodescriptions, des visites en langue de signes, ou encore des visites dans des formats simplifiés. Ces méthodes rendent la culture plus accessible à ceux qui, pour des raisons physiques ou sensorielles, pourraient en être exclus.

En plus des outils pratiques, certains visent à faire émerger des idées ou des thématiques, en stimulant la créativité et l'inventivité des participants. Par exemple, ils peuvent aider à définir

une thématique pour un projet culturel ou artistique, ou encore à inventer des idées pour un futur projet.

Enfin, certains outils concernant la gestion des relations au sein des groupes, favorisent la prise de parole, la prise de décision collective, ou encore l'organisation des discussions. Ces méthodes peuvent être inspirées de courants comme la gouvernance partagée ou d'autres approches favorisant la collaboration (Destination 27, présentation PowerPoint, s.d).

Cette partie nous permet de voir qu'il y a de nombreuses façons dont la médiation culturelle peut être organisée. Ainsi, elle offre un large éventail de possibilités pour les médiateurs cherchant à adapter leurs pratiques.

Le passage des méthodes traditionnelles à des méthodes plus innovantes s'inspire largement de pédagogies alternatives : « *les formes de médiation dans les établissements culturels ont évolué au fil des années et tirent une part de leur inspiration des pédagogies alternatives du début du XXe siècle* » (Abouddrar & Mairesse, 2022, p.60). En effet, la pédagogie alternative a profondément influencé cette évolution en apportant de nouvelles approches éducatives. Selon Charlotte Poussin (2021), la pédagogie alternative se développe « *probablement parce que les résultats des classements PISA mené par l'OCDE, qui visent à évaluer et à comparer les systèmes éducatifs de plus de soixante-dix pays, révèlent que le système scolaire n'est plus aussi performant qu'il l'a été* » (p.2). Ainsi, cette prise de conscience conduit à un retour vers de nouvelles formes éducatives. Cela a donc également soulevé la question du capital culturel, car la médiation culturelle traditionnelle (telles que les visites guidées et les conférences) ne suffisait plus. Cette approche a influencé son évolution, car elle vise à mieux intégrer les publics éloignés et à favoriser la découverte culturelle, avec pour objectif de développer un habitus culturel.

Dans le domaine des théories pédagogiques, plusieurs approches liées à l'enseignement et à l'apprentissage sont souvent discutées. Parmi elles, certaines s'avèrent particulièrement pertinentes pour analyser les méthodes et pratiques de médiation culturelle. Bien que diverses théories puissent être mobilisées, notre analyse se concentrera principalement sur celles qui éclairent les dynamiques d'apprentissage et de participation. Nous verrons dans les études de cas comment l'un des concepts s'articule avec les méthodes employées par les médiateurs culturels.

La première théorie présentée est celle de l'instructionnisme, qui repose sur une approche réceptive et linéaire de l'apprentissage. Selon cette perspective, l'enseignant transmet les connaissances de manière passive à l'élève, sans interaction ni échange (Mörsch et al., 2013). Cette approche fait écho aux méthodes traditionnelles de médiation culturelle, telles que les visites guidées ou les conférences, où le public se contente d'écouter et d'assimiler des informations sans nécessairement participer activement à la construction du sens de l'œuvre. Comme nous l'avons vu dans notre revue, cela se lie à une forme de transmission allant uniquement dans un sens.

La deuxième théorie aborde une perspective plus dynamique : celle de l'enseignement et de l'apprentissage basés sur l'action et l'interaction. Cette approche suggère que l'apprentissage est plus efficace lorsque l'individu est directement impliqué dans des activités pratiques et concrètes (ibid). Elle rejoint l'idée de la médiation culturelle contemporaine qui cherche à engager les participants de manière plus active, notamment à travers des projets participatifs ou des ateliers interactifs, comme souligné par les auteurs Aboudrar et Mairesse (2022).

Enfin, la troisième théorie discutée dans la publication est celle du constructivisme et du socioconstructivisme. Ici, l'apprentissage est vu comme un processus actif de construction, où l'individu participe à l'élaboration de ses propres connaissances. Tandis que le constructivisme insiste sur l'apprentissage individuel, le socioconstructivisme met en avant l'importance des interactions sociales dans ce processus (Mörsch et al., 2013). Ces approches correspondent à l'évolution actuelle de la médiation culturelle, où l'accent est mis sur la co-construction du sens entre médiateur et public. Elle permet des échanges mutuels et une appropriation collective plutôt que de se cloisonner à une transmission de savoir unilatéral.

Ainsi, les auteurs présentés dans cette section ont permis de retracer l'évolution de la médiation culturelle, en mettant en lumière les théories, les pédagogies et les différentes pratiques qui la sous-tendent. Bien plus qu'un simple outil de transmission, la médiation culturelle se révèle être un concept complexe et enrichi par diverses théories qui en soulignent toute la profondeur.

■ Impacts de la médiation culturelle

« Tu sais, moi je ne sais pas parler d'un tableau, mais je peux le danser », Albana 9 ans.

(Ulrich Glarner, dans *Le temps de la médiation*, 2013, p.122)

En théorie, la médiation culturelle remplit cinq rôles distincts pour les institutions. Le premier rôle, la fonction affirmative, sert à faire connaître et à légitimer les missions des institutions culturelles. Elle repose sur des pratiques traditionnelles, telles que les visites guidées et les conférences pour transmettre des connaissances. Toutefois, cette fonction « *a tendance à renforcer les ségrégations (...) prétend à la validité de principe des contenus qu'elle transmet* » (Mörsch et al., 2013, p.116). Ainsi, cela crée des problèmes d'exclusivité, car seules les personnes disposant déjà d'un capital culturel ou se sentant légitimes y accèdent facilement. Ce point est essentiel lorsque nous aborderons la question des perspectives critiques, car il souligne une des limites de la médiation culturelle en termes d'accessibilité et de démocratisation.

Ensuite la fonction reproductive vise à former le public de demain à travers des offres plutôt éducatives et des événements. L'objectif est d'atteindre des publics jeunes et éloignés des institutions culturelles. Le concept de "seuils symboliques" qui désigne la barrière psychologique empêchant certains groupes de se sentir interpellés par ces institutions montre bien que « *même lorsque l'entrée est gratuite ou très modeste, tous les membres d'une société ne se sentent pas également interpellés par ces institutions* » (ibid.,p.117). Ainsi, ce rôle de la médiation, en tant que facilitateur d'accès, est important pour comprendre comment les institutions tentent de surmonter ces barrières en proposant différentes offres. Cette dimension souligne l'effort de la médiation pour démocratiser l'accès à la culture, ce qui sera un point central dans notre analyse des bonnes pratiques.

La fonction déconstructiviste, elle, invite à la remise en question des institutions culturelles et de l'art. S'appuyant sur la théorie critique et la critique institutionnelle, elle incite à une réflexion sur le rôle des musées et des œuvres d'art. Par exemple, le projet de Javier Rodrigo, un éducateur artistique, où les participants ont pu interroger le fonctionnement des institutions artistiques, illustre ce rôle de la médiation (Mörsch et al., 2013). Cette fonction permet d'explorer comment la médiation peut aller au-delà de la simple transmission de contenu pour devenir un outil d'émancipation. C'est un aspect particulièrement pertinent dans le contexte d'une réflexion sur les formes contemporaines de médiations.

La fonction réformatrice, vise quant à elle à améliorer les structures institutionnelles en intégrant les expériences issues des pratiques de médiation. Par exemple, le Théâtre Vidy-Lausanne a développé un dispositif pour permettre aux personnes malvoyantes de vivre une expérience théâtrale en temps réel grâce à des descriptions audio (ibid). Cette fonction reflète l'importance de l'accessibilité dans la médiation culturelle, un élément fondamental pour que les institutions répondent aux besoins d'un public de plus en plus diversifié. Enfin, la fonction transformatrice a pour ambition d'élargir le rôle des institutions en les transformant en outils de co-construction sociale, ce qui est un élément crucial dans les formes innovantes de médiation culturelle. En effet, elle montre que cette dernière peut être levier pour impliquer les publics dans la création du sens, contribuant à une société plus inclusive (ibid).

Dans la publication du *temps de la médiation*, Hans Ulrich Glarner (2013) partage une anecdote dans le cadre d'un projet de médiation culturelle au Musée des Beaux-Arts d'Argovie. Cette dernière illustre parfaitement comment la médiation peut dépasser les limites traditionnelles de l'expression artistique. Lors d'une activité, une jeune fille a réussi à communiquer ce qu'elle ressentait face à une œuvre non pas par des mots, mais par la danse. Elle dit à la médiatrice : « *“Tu sais, moi je ne sais pas parler d'un tableau, mais je peux le danser“*. Elle se mit alors devant le tableau, au centre du demi-cercle formé par la classe et traduisit ses impressions par le mouvement » (p.122). Selon Glarner, « *une fillette qui, selon nos critères, ne possédait pas de conception de l'art au sens traditionnel du terme, et ne maîtrisait que peu notre langue, s'est appropriée la signification et la portée de l'œuvre, l'a transmise aux auteurs et a partagé avec eux sa perception* » (ibid). Autrement dit, ce moment montre comment la médiation culturelle permet à des individus, qui ne possèdent pas les codes culturels traditionnels, de s'approprier une œuvre et d'en transmettre le sens d'une manière personnelle et c'est là, tout l'enjeu de la médiation. Cela met en évidence l'une de ses forces : offrir une diversité d'expressions et de canaux d'interaction.

Regardons désormais deux études qui ont été menées dans le cadre de la médiation culturelle.

En 2016, la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP) a mandaté une étude sur la médiation culturelle et l'accès à la culture des jeunes de 4 à 20 ans en Suisse romande, dirigée par Yvan Pochon (2016). L'objectif de cette étude était d'obtenir une perspective à la fois politique, professionnelle et publique sur l'accès à la culture et la médiation culturelle. Un questionnaire de 70 questions a été envoyé à plus de 700 institutions culturelles pour collecter des données sur leurs pratiques.

Les résultats montrent que 74% des répondants organisent des activités de médiation culturelle pour les jeunes, avec un taux plus élevé à Genève (85%). Les activités de médiation comprennent principalement des ateliers thématiques, dont 83% pour des sessions de quelques heures à une journée.

Les chercheurs ont également noté que « *quelle que soit la forme de la médiation, nous constatons qu'en termes de public cible, la médiation s'est réellement ouverte vers des publics hétérogènes et n'est pas (ou plus) destinée qu'aux élèves* » (ibid., p.13). Parmi les autres actions mises en place en Suisse romande, on y trouve des visites commentées ou encore les visites des coulisses des institutions, qui permettent « *aux jeunes publics de découvrir l'arrière du décor ou le fonctionnement d'une infrastructure* » (ibid., p.14). Cependant, seulement 42% des établissements offrent ce type d'activités. D'autres activités sont également mises en place comme des rencontres professionnelles pour permettre aux jeunes de découvrir certaines professions. Aussi, des projets participatifs tels que des jurys de jeunes ou la création de spectacles collectifs sont proposés. Les supports de médiation jouent également un rôle important, puisque « *parmi les 74% organisant des activités de médiation, 64% disposent de contenus explicatifs spécialement destinés aux jeunes publics* » (ibid.).

Néanmoins, l'étude montre que, malgré une base solide pour l'accès à la culture des jeunes, les dispositifs de médiation restent souvent précaires, notamment en ce qui concerne les 16-20 ans. Les chercheurs soulignent qu'une grande partie des activités de médiation se font sans budget fixe ni personnel dédié : « *48% des répondants affirmant avoir mis en place des actions de médiation le font sans aucun budget (salaire non compris). De plus, 19% n'ont ni budget ni responsable de médiation, mais entreprennent des actions de médiation* » (ibid.,p.20). Malgré ces conditions, les institutions culturelles romandes montrent un engagement croissant envers les jeunes, tout en exprimant un besoin de soutien financier et humain plus stable. Ils appellent à une collaboration plus étroite avec les autorités publiques pour améliorer l'offre de médiation.

Cette étude de 2016 est intéressante, car elle fournit une analyse détaillée des dispositifs d'accès à la culture pour les jeunes en Suisse romande à cette époque. Elle révèle des défis structurels, tels que le manque de ressources financières et humaines dédiées à la médiation culturelle. Bien que cette étude ne soit pas directement mentionnée dans les messages cultures, elle reflète les priorités de ces derniers. En effet, ceux de 2016-2020 et 2021-2024 soulignent l'importance de la coopération entre les différents niveaux de gouvernance et les institutions culturelles. Cet aspect est également mis en lumière dans ladite étude.

Une autre étude sur les effets de la médiation culturelle a été réalisée en partenariat avec la Ville de Montréal et l'Université du Québec (UQAM) intitulée *Les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement* (Simard et al., 2014). Cette étude, menée entre 2011 et 2013, avait pour objectif d'évaluer plusieurs projets, dont six initiatives participatives. Par exemple, parmi ces projets, on y trouve le *Festival du Nouveau Cinéma*, qui a offert à des jeunes en difficulté l'opportunité de s'initier au cinéma et de réaliser des films diffusés à l'international. Un autre projet est *Le Labyrinthe artistique* qui est un parcours permettant aux habitants de découvrir des œuvres dans les rues à travers des ateliers, des marches exploratoires et des créations collectives. Le trajet était ponctué d'installations et de performances artistiques (Daniele, s.d).



Figure 3: les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement (Simard et al.,2014, p.13)

Ainsi, lors de l'évaluation de ces projets, plusieurs impacts ont été recensés par les chercheurs (c.f figure 3). En effet, ils ont mis en évidence que ces projets offraient non seulement un plaisir immédiat à travers la création et les échanges, mais qu'ils provoquaient aussi des changements profonds chez les participants. Ces derniers ont ressenti une plus grande liberté, une créativité stimulée, ainsi qu'une meilleure intégration sociale et économique (Simard et al.,2014). De plus, les participants ont pu découvrir et utiliser les infrastructures culturelles locales,

ce qui a renforcé leur sentiment d'appartenance et leur estime de soi (ibid). L'étude montre ainsi que la médiation culturelle peut contribuer au développement personnel et social, et aider à combattre l'isolement et favorisant l'inclusion sociale et la compréhension d'autres cultures.

Ces projets ont également permis de créer des partenariats durables entre les organismes culturels, renforçant ainsi leurs activités et missions. L'étude met en lumière l'importance d'une participation active et créative des participants, malgré les contraintes du temps et les défis externes (ibid). Ces projets innovants méritent donc d'être soutenus et développés pour maximiser leur impact positif sur les communautés.

L'étude insiste aussi sur le fait que, pour qu'un projet soit réussi, il est crucial de bien comprendre les caractéristiques du public cible, comme l'âge, les intérêts et les besoins. Cela permet de concevoir des activités plus adaptées. En outre, il est essentiel d'établir des liens avec la communauté locale, en collaborant avec des associations et des institutions pour impliquer

les habitants. Une communication claire et transparente aiderait ces derniers à se sentir plus engagés. Enfin, il est important d’impliquer les partenaires dès le début du projet pour garantir que tous les besoins et les valeurs soient respectés (ibid).

Même si ces études datent de plusieurs années, elles sont toujours utiles pour comprendre les défis autour de notre sujet et dans le cadre de la démocratisation de la culture. Elles montrent l’importance d’adapter les pratiques de médiation à des publics variés et de renforcer le soutien structurel pour assurer la continuité de ces derniers. Ces enjeux, bien que relevés il y a un certain temps, sont probablement encore d’actualité aujourd’hui. Ainsi, malgré leur ancienneté, ces études restent une base de réflexion précieuse.

Dans un registre plus théorique et récent, un document, réalisé entre 2020 et 2022, par plusieurs chercheurs, s’est penché sur la question de l’inclusion sociale dans le cadre de la médiation culturelle. Cette étude se concentre sur des publics marginalisés, notamment les femmes, les personnes âgées, les personnes issues de milieux précaires, les personnes en situation de handicap, ainsi que les communautés autochtones et LGBTQ+. Les auteurs définissent la marginalisation comme étant le résultat de discriminations et d’exclusions sociales (Lamoureux et al., 2022).

L’étude menée au Québec a analysé 45 projets et a permis la création d’un outil clé destiné aux professionnels de la médiation culturelle. Ce guide décrit les enjeux, les forces et les étapes de la mise en place d’un projet. Il recense également 14 impacts potentiels que peuvent viser les projets de médiation pour différents groupes cibles (organismes artistiques et culturels, partenaires, médiateurs, artistes, publics et participants).

Les impacts visés incluent par exemple :

L’accès à la culture, la promotion de pratiques culturelles et artistiques, le renforcement ou le renouvellement des structures, la génération de nouvelles connaissances, la création de liens sociaux, l’amélioration du bien-être au niveau individuel et collectif, la contribution sociale, etc.,

	Organismes artistiques et culturels	Groupes partenaires (écoles, associations, communautaires, etc.)	Médiateur.trice.s	Artistes collaborateur.trice.s	Participant.e.s	Publics
Accéder à la culture	Se faire connaître et développer de nouveaux publics	Accéder à des projets, des artistes et médiateur.trice.s et prendre connaissance du pouvoir de l'art	Accéder à des projets, des participant.e.s, de potentiels nouveaux publics	Accéder à des projets, des participant.e.s, de potentiels nouveaux publics	Accéder géographiquement ou au niveau de la compréhension à de nouvelles esthétiques, expériences, réalités	Accéder géographiquement ou au niveau de la compréhension à de nouvelles esthétiques, expériences, réalités

Figure 4: La médiation culturelle et les publics marginalisés (Lamoureux et al., 2022, p.21)

Voici un exemple d'impact visé, tiré dudit document, qui est l'accès à la culture, qui peut être mesuré par l'engagement des publics marginalisés et les bénéfices qu'ils retirent de leur participation. Ces impacts, bien qu'observés indirectement à travers des entretiens, mettent en lumière les transformations que ces projets peuvent générer (ibid).

Ainsi, ce document s'avère particulièrement utile pour les professionnels souhaitant mettre en place des projets de médiation culturelle. Il fournit un cadre pour évaluer les impacts de ces projets à travers des variables citées plus haut, aidant ainsi à mieux comprendre et maximiser les effets de la médiation sur différents publics.

▪ Perspectives critiques

Dans la réflexion sur la médiation culturelle, il est essentiel de reconnaître à la fois ses ambitions et ses limites. Bien qu'elle soit souvent perçue comme un outil puissant pour démocratiser l'accès à la culture et encourager une participation plus large, elle se confronte également à d'autres problématiques plus larges de la culture.

Le problème de la culture

En effet, la société doit depuis toujours faire face aux défis de l'élitisme culturel. En 1948 est née la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH). Cette déclaration a pour objectif d'établir des normes internationales pour protéger les droits et libertés des hommes, sans distinction de leur race, leur couleur de peau, leur origine, leur sexe, leur religion ou encore leurs opinions politiques (Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948). Malgré cela, le problème de l'accès persiste toujours.

Pierre Bourdieu, célèbre sociologue français, a mis en lumière que l'accès à la culture est largement influencé par ce qu'il appelle *l'habitus culturel*, défini comme « *un ensemble de dispositions durables, acquises, qui consiste en catégories d'appréciation et de jugement et engendre des pratiques sociales ajustées aux positions sociales. Acquis au cours de la prime éducation et des premières expériences sociales, il reflète aussi la trajectoire et les expériences ultérieures : l'habitus résulte d'une incorporation progressive des structures sociales. C'est ce qui explique que, placés dans des conditions similaires, les agents aient la même vision du monde* » (Wagner, 2012, p.1). Autrement dit, il s'agit des habitudes qui sont forgées lors de la socialisation primaire et secondaire. Ce processus contribue à reproduire les inégalités sociales. Il favorise l'accès à la culture pour ceux qui possèdent déjà un capital culturel, leur permettant

de comprendre et d'apprécier des œuvres. En revanche, les individus dépourvus de ce capital voient leur accès restreint.

En effet, en France, dans les années 1959, la culture est centrée sur des œuvres dites "savantes" considérées comme les seules dignes d'intérêt. Les musiques traditionnelles populaires ne sont pas prises en compte dans les politiques culturelles contrairement à la musique classique appréciée par la bourgeoisie. Dans une démarche visant à rendre accessible la culture savante et à démocratiser son accès, le ministère et la Culture va s'appuyer sur des études sociologiques, celles de Pierre Bourdieu (Jourdain & Naulin, 2019).

Dans *L'Amour de l'art*, Pierre Bourdieu (1966) analyse les facteurs qui influencent la fréquentation des musées. Plusieurs catégories sont étudiées : le revenu, le niveau d'instruction, la proximité avec les musées, la catégorie socioprofessionnelle. Selon lui, « *la statistique révèle que l'accès aux œuvres culturelles est le privilège de la classe cultivée* » (p.69). Ainsi, plus un individu appartient à une catégorie socioprofessionnelle élevée, plus son niveau d'instruction est élevé et donc plus il aura tendance à fréquenter les musées. Autrement dit, l'accès aux œuvres culturelles reste principalement un privilège de classe cultivée (bourgeoisie) en comparaison à la classe moyenne et populaire. La fréquentation des musées et le rapport à la culture sont donc fortement déterminés par des facteurs socio-économiques et éducatifs. Chaque groupe possède une culture de classe par rapport à sa condition de vie. Cette vision hiérarchisée entraîne donc également une hiérarchie des pratiques (Jourdain et Naulin, 2019).

Deuxièmement, il aborde la question de l'habitus. Dans la *Distinction*, cité dans la publication de Jourdain et Naulin (2019), il critique la notion kantienne du beau qui serait universelle et innée en montrant que l'appréciation de l'art varie selon le niveau d'éducation et le capital culturel des individus. Seuls les groupes sociaux les plus instruits adhèrent à l'idée du "beau universel", sans intérêt personnel. En revanche, les groupes moins diplômés tendent à contextualiser la beauté, en s'interrogeant davantage sur l'utilité des œuvres. Par exemple, devant la photographie des mains d'une vieille dame, les classes populaires réagissent avec empathie pensant au dur labeur de cette dernière tandis que les classes supérieures font référence à d'autres formes d'art et de littérature. Ainsi, l'appréciation esthétique n'est pas innée, mais acquise et dépend des compétences culturelles (ibid). De plus, l'habitus est également lié aux instances qui transmettent les compétences culturelles. L'appréciation de la culture dépend souvent du capital scolaire, c'est-à-dire la transmission par l'école de connaissances, de compétences et de façons d'apprécier la culture. Cela explique pourquoi les

individus ayant un niveau d'instruction plus élevé (capital scolaire accumulé) fréquentent davantage les lieux culturels. La famille joue aussi un rôle important dans ce processus. Les personnes provenant de familles cultivées et ayant un haut niveau d'éducation se sentent plus à l'aise et légitimes dans leur appréciation de la culture. Partant de ce constat, l'école tend à valider des compétences culturelles déjà acquises dans le cadre familial. Ainsi, les capacités à apprécier des œuvres ne sont pas innées, mais construites et influencées par l'environnement social et familial (ibid).

Il n'était donc pas possible de parler de culture sans faire un détour par cet éminent sociologue. En effet, Bourdieu nous permet de poser le cadre de l'accès à la culture et de comprendre comment ces inégalités sociales se reflètent dans l'accès et l'appréciation des œuvres culturelles. Cette perspective bourdieusienne nous aide à saisir les mécanismes sociaux bien ancrés qui sous-tendent la médiation culturelle. Cela met donc en lumière une inégalité d'accès à la culture, un problème profondément ancré dans les structures sociales. En Suisse, ces inégalités sont également visibles et mesurées à travers diverses enquêtes nationales, notamment celles réalisées par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Les données permettent de dresser un tableau des pratiques culturelles dans le pays et de comprendre les disparités persistantes en matière d'accès à la culture.

Statistique OFS

Historiquement, la première étude au niveau national a été réalisée en 1988 (OFS, 1990). L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), publie même un guide pour mesurer la participation culturelle : « *This handbook is a resource for organizations interested in measuring cultural participation as well as a tool for raising awareness among policymakers. To this end, Measuring Cultural Participation combines theoretical and practical aspects of methodology* » (UNESCO, 2012, p.1). Cette dernière est donc considérée, sur le plan international, comme un facteur d'intégration sociale.

Partant de ce constat, en Suisse, comme nous l'avons vu plus haut, la participation culturelle est devenue depuis 2012, un axe important de notre politique culturelle et de notre champ d'action. Ainsi, en 2019, l'OFS a réalisé une étude sur les pratiques culturelles et effectuées une comparaison entre 2014 et 2019 (OFS, 2020). L'enquête porte sur les éléments suivants : fréquentation des lieux et événements culturels, activités de loisirs, activités pratiquées en amateurs, engagement bénévole dans des associations, motivation et obstacles ainsi que les

enfants et la culture. Voici un résumé des résultats les plus importants et qui nous intéresse dans le cadre de notre mémoire.

En matière de fréquentation des lieux culturels, les résultats montrent que les monuments, concerts et musées sont les plus visités, avec une progression notable des festivals (47% en 2019 contre 38% en 2014). Le profil sociodémographique des individus montre des disparités importantes. Les personnes titulaires d'un diplôme du degré tertiaire, par exemple universitaire, vont deux fois plus souvent au théâtre que celles issues de l'école obligatoire (58% contre 27%). La situation financière joue aussi un rôle important : les personnes vivant dans un ménage à bas revenus fréquentent nettement moins le théâtre que celles vivant dans un ménage à l'aise financièrement (26% contre 60%), pareil pour les concerts (82% contre 43%). Des différences liées au genre sont également observées : plus de femmes que d'hommes vont au théâtre (51% contre 44%) ou à des spectacles de ballet ou de danse (30% contre 22%). Enfin, la nationalité est un facteur influençant la fréquentation des lieux culturels : les Suisses vont nettement plus souvent au théâtre que les étrangers. Concernant les activités pratiquées en amateur, 65% de la population déclare en pratiquer, principalement le chant, la danse et la poterie, des activités plus prisées par les femmes. Là encore, la pratique musicale est plus fréquente chez les personnes diplômées du degré tertiaire et dans les ménages à revenu élevé (ibid).

Les motivations et obstacles à la participation culturelle sont également examinés. Le manque de temps est cité par 50% des personnes, principalement celles âgées de moins de 45 ans et les étrangers. Le manque d'argent affecte 32% des répondants, en particulier les jeunes de 15 à 29 ans et les étrangers. Le manque d'intérêt touche 29% des individus, davantage chez les hommes et ceux ayant un niveau scolaire limité à l'école obligatoire. La distance représente un obstacle pour 26% des participants. Toutefois, d'autres facteurs tels que l'âge (12%), l'état de santé ou le handicap (9%) et le sentiment de discrimination en raison de l'origine, de la couleur de peau ou de la religion (3%) sont beaucoup moins souvent mentionnés. Le sentiment d'illégitimité est plus ressenti par ceux ayant un faible niveau de formation et une situation financière difficile. Enfin, 6% des étrangers signalent avoir subi de la discrimination dans les lieux culturels, contre seulement 2% des nationaux.

Cette enquête nous semble importante à mentionner pour dresser un état des lieux récent des pratiques culturelles en Suisse. Les statistiques de l'OFS révèlent des disparités importantes dans la fréquentation des lieux culturels en Suisse, influencées par le niveau de formation, la situation financière, le genre ou encore la nationalité. Ces disparités mettent en lumière les

obstacles structurels qui entravent l'accès équitable à la culture pour tous malgré une politique culturelle qui a évolué et qui se veut plus inclusive et plus accessible. Celle-ci est accentuée pour les personnes issues de ménages à faible revenu et celles ayant un niveau de formation plus bas ou encore les hommes et les étrangers. Ce sont ces catégories qui ont tendance à fréquenter et participer moins aux lieux et activités culturelles. Cela nous amène à mener la réflexion suivante sur la médiation culturelle : bien qu'elle joue un rôle essentiel pour faciliter l'accès à la culture et créer des ponts entre la culture et les publics, elle ne peut pas à elle seule surmonter tous les obstacles.

Et la médiation ?

De plus, derrière l'idée apparemment bienveillante de promouvoir le « droit à la culture » et l'apprentissage tout au long de la vie, la médiation culturelle peut subtilement imposer aux visiteurs les normes et attentes des institutions culturelles. Cela soulève le problème de l'influence de ces institutions, où les visiteurs, souvent sans s'en rendre compte, adoptent les valeurs et comportements jugés souhaitables par ces structures (Mörsch, 2013). Autrement dit, la médiation culturelle peut en réalité contribuer à maintenir les inégalités sociales et les structures de pouvoir existantes. Le chapitre 3 du *temps de la médiation* aborde le concept d'« homo flexibilis » de Richard Sennett (1998) qui permet de comprendre comment les individus sont façonnés pour s'adapter à une économie en perpétuel changement, ce qui est souvent valorisé dans les discours sur l'apprentissage tout au long de la vie. Cependant, cette flexibilité cache une pression continue sur les individus à investir sans cesse dans leur propre développement, en particulier dans des compétences transférables (soft skills). Ainsi, la médiation culturelle ne se limite pas à transmettre des connaissances ou co-construire le sens, mais elle peut aussi, selon les méthodes, renforcer les inégalités en valorisant l'adaptabilité. Le guide des musées allemands met en avant les avantages de l'apprentissage informel dans les musées et prône la diversité tout en reconnaissant les inégalités de départ (Deutscher Museumsbund, 2010). Toutefois, il ne prend pas en compte les critiques liées à l'apprentissage tout au long de la vie et la pression qu'il impose aux individus, transformant la médiation culturelle en un outil pour créer une main-d'œuvre flexible (Mörsch, 2013). En résumé, la médiation culturelle pourrait devenir un outil qui prépare les individus non pas simplement à apprécier la culture, mais à s'adapter à une société où ils sont constamment amenés à développer de nouvelles compétences, ce qui perpétue finalement les inégalités.

Ces écarts montrent que, malgré les efforts de la médiation culturelle pour rendre la culture plus accessible, les inégalités sociales et les normes structurelles restent présentes. Comme nous l'avons vu, la médiation pourrait, peut-être même, parfois accentuer ces différences. L'inclusion de cette réflexion permet de comprendre les différents enjeux dans un contexte contemporain. Il ne s'agit donc pas seulement de mettre en lumière ses avantages, mais aussi de remettre en question ses limites, car elle est prise dans des dynamiques qui la dépassent et des normes profondément ancrées, contribuant ainsi à perpétuer les inégalités. Passons désormais à la présentation de la méthodologie adoptée pour notre recherche dans le cadre de ce mémoire.

Méthodologie

▪ Question de recherche

Cette première partie théorique et descriptive sur l'évolution de la médiation culturelle met en lumière un changement progressif dans les pratiques d'accompagnement du public. On observe un passage des méthodes traditionnelles, comme les visites guidées qui visent à transmettre des informations, vers des formes plus novatrices et participatives, telles que les ateliers et les projets culturels inspirés par des pédagogies alternatives. La participation culturelle s'est imposée comme un enjeu majeur, avec des projets qui encouragent une implication active des participants.

En Suisse, des efforts considérables ont été faits pour rendre la culture accessible à un public diversifié. Cependant, comme l'ont montré les travaux de Pierre Bourdieu, l'habitus culturel joue un rôle déterminant dans l'accès et la participation à la culture, révélant des inégalités persistantes. Bien que les politiques culturelles, à travers les messages culturels successifs, aient intégré la participation culturelle comme un axe central, les statistiques de 2019 montrent que des barrières subsistent, notamment liées au niveau d'éducation et à la précarité économique. La médiation culturelle, en favorisant la participation, cherche à développer cette légitimité et à renforcer l'habitude de fréquenter des lieux culturels, mais des défis subsistent.

Il devient donc pertinent de s'intéresser aux projets de médiation culturelle considérés comme innovants et actuels en Suisse. Comment ces projets sont-ils conçus et mis en œuvre ? Quels objectifs poursuivent-ils ? Quelles méthodes, outils et pratiques d'accompagnement utilisent les médiateurs, et sur quelles bases théoriques et pratiques reposent ces choix ? Sont-ils évalués,

et si oui, comment et par qui ? Quels impacts ces initiatives cherchent-elles à produire, et quels défis les professionnels doivent-ils surmonter ?

Cette recherche tente de répondre à ces questions en donnant la parole aux professionnels de la culture pour recueillir leur avis sur les bonnes pratiques et les stratégies d'accompagnement qu'ils mettent en œuvre. Pour ce faire, trois études de cas seront analysées, portant sur des projets récents de médiation culturelle, caractérisés par une participation active du public. Pour rappel, cette recherche vise à répondre à la question suivante : *Quelles influences les formes actuelles de médiation culturelle ont-elles sur les pratiques d'accompagnement du public, et quelles bonnes pratiques peut-on en retirer ?*

Cadre méthodologique : Ce mémoire s'appuie sur une approche qualitative de type étude de cas. L'objectif est d'analyser trois projets de médiation culturelle afin de comprendre les méthodes d'accompagnement mises en œuvre, d'identifier les bonnes pratiques, ainsi que les défis rencontrés. L'étude de cas, en tant que méthode, permet d'explorer en profondeur les spécificités et dynamiques propres à chaque projet, tout en mettant en évidence des points communs à travers une analyse transversale. L'analyse vise à comprendre concrètement comment ces pratiques sont mises en œuvre par les professionnels et quelles en sont les répercussions sur l'accompagnement des publics.

Sélection des études de cas : Trois projets de médiation culturelle ont été choisis pour leur diversité en termes d'approches et de publics ciblés. Il s'agit des projets *Une œuvre, mon histoire* (Musée Cantonal des Beaux-Arts, Lausanne), *Art Truck* – édition 3 (association Destination 27, Genève) et *Beauty & Rooms* (PALP et Musée d'art du Valais). Ces études de cas offrent une variété de contextes et permettent d'observer des pratiques de médiation différentes. Bien que la spécificité géographique ne soit pas un critère central de cette recherche, les projets sélectionnés permettent d'étudier des initiatives à portée régionale, en mettant l'accent sur leur originalité et leur capacité à engager des publics variés.

Sélection des participants : Les participants à cette étude ont été choisis en fonction de leur rôle clé dans les projets ou en raison de leur expertise dans le domaine de la médiation culturelle, tant au niveau communal que cantonal. Les entretiens ont été menés auprès de responsables de projets ainsi que d'acteurs institutionnels et culturels.

Projet	Nom	Prénom	Titre	Annexe
Une œuvre, mon histoire	Moeschler	Sandrine	<i>Responsable de la médiation culturelle au MCBA</i>	2
	Meyer	Sonia	<i>Chargée de mission pour la participation culturelle à Lausanne</i>	3
Art Truck	Meierhans	Iris	<i>Médiatrice culturelle à Destination 27</i>	4
	Lombard	Véronique	<i>Responsable de l'unité Publics et programmation culturelle à la ville de Genève</i>	5
Beauty & Room	Oelsen	Sébastien	<i>Direction du PALP</i>	6
	Favre	Caroline	<i>Conseillère culturelle en Valais</i>	7
	Bourban	Anne	<i>Cheffe de la section Publics et Médiation des Musées cantonaux en Valais</i>	8

Ces entretiens ont permis d'approfondir la compréhension des spécificités de chaque projet tout en apportant une vision plus large des enjeux et des dynamiques propres à la médiation culturelle. Leurs perspectives ont contribué à enrichir l'analyse en soulignant les défis actuels ainsi que l'évolution des pratiques dans ce domaine.

Collecte des données : Les données ont été recueillies à l'aide d'entretiens semi-directifs. Pour cela, deux types de guides d'entretien ont été élaborés, disponibles en annexe 9. Bien que similaires dans leur structure, ces deux grilles diffèrent sur quelques points clés. Les acteurs institutionnels et culturels, qui ne connaissaient pas ou très peu les études de cas ont répondu à des questions plus générales sur la médiation culturelle, tandis que les responsables des projets ont été interrogés sur des aspects spécifiques de leur projet, incluant les méthodes d'accompagnement et les objectifs.

Les entretiens semi-directifs ont permis d'encadrer les discussions autour de thématiques préalablement définies, tout en laissant une certaine souplesse pour explorer des sujets émergents. Cette flexibilité a permis de soulever des points de vue inattendus et de traiter des problématiques qui n'avaient pas été anticipées lors de la préparation des questionnaires.

La collecte des données a eu lieu entre le 6 juin et le 9 août 2024, avec cinq entretiens physiques et deux entretiens via visioconférence. Chaque entretien a duré en moyenne entre 1h00 et 1h30. Tous les entretiens ont été enregistrés avec l'accord préalable des participants, puis retranscrits pour l'analyse. Les retranscriptions complètes des entretiens sont disponibles en annexe pour consultation par le superviseur et l'expert du mémoire, et seront retirées par la suite.

L'analyse des données s'est effectuée à travers un processus de codage thématique, visant à identifier les thèmes récurrents et les spécificités propres à chaque étude de cas. Les thèmes du

codage sont disponibles en annexe 10. L'analyse des données s'est déroulée en deux phases principales :

L'analyse des études de cas individuelles : cette première phase consistait en une analyse détaillée de chaque projet. Certains documents, mis à la disposition de tous, nous ont aidés pour analyser les projets, mais la majorité de l'analyse a été effectuée grâce aux entretiens réalisés. Pour chacun des trois cas d'étude, nous avons commencé par une description approfondie du projet, en précisant le public cible, les objectifs, les collaborations, ainsi que les principales étapes de mise en œuvre. Nous avons ensuite examiné les méthodes d'accompagnement employées vis-à-vis des participants. Enfin, chaque projet a été analysé à la lumière de la littérature existante, en identifiant les niveaux de participation, les théories sous-jacentes et les types de médiation impliqués.

L'analyse transversale et réponse à la question de recherche : la deuxième phase de l'analyse a consisté à réaliser une analyse transversale des trois études de cas, en comparant les points communs et les divergences. Cela a permis de répondre à la question de recherche, en examinant l'influence des projets de médiation sur les pratiques d'accompagnement. De plus, nous avons identifié les limites des projets et exploré les bonnes pratiques observées au sein de ces initiatives, ce qui nous a servi également à formuler nos recommandations.

Analyse des cas d'étude

▪ Cas d'étude 1 : une œuvre, mon histoire

Présentation générale du projet

Le Musée Cantonal des Beaux-Arts (MCBA) de Lausanne, en Suisse, trouve ses origines en 1804, lorsqu'une initiative visant à fonder une école de dessin à Lausanne a été lancée sous l'impulsion de figures locales influentes. En 1841, le premier musée des beaux-arts, nommé Musée Arlaud, est inauguré, marquant une étape décisive dans la mise en valeur de l'art à Lausanne. Ce musée, qui abritait des œuvres majeures, constituait un point de départ essentiel pour l'institution culturelle. Au fil des décennies, le musée a évolué pour devenir une référence incontournable, s'enrichissant de nombreux legs et collections importantes. En 1906, l'institution s'est installée au Palais de Rumine, où elle a consolidé son statut jusqu'à son déménagement en 2019 dans un nouveau bâtiment plus moderne, situé à proximité de la gare de Lausanne. Ce nouvel espace, intégré au complexe culturel PLATEFORME 10, a pour vocation de réunir plusieurs musées dédiés aux arts visuels dans un même lieu (MCBA, s.d).

Le MCBA se distingue par la diversité de ses secteurs, notamment la conservation et les expositions, la médiation et l'accueil des publics, la communication, le marketing et la presse, l'administration et l'exploitation, ainsi que la librairie-boutique et l'association des amis du musée. En 2022, d'après le rapport d'activité, le secteur de la médiation culturelle a accueilli un public varié dans le cadre de programmes éducatifs adaptés à différents niveaux scolaires. Parmi les initiatives phares figurent les projets pédagogiques tels que « Au musée toute l'année », « Visites par les pair.e.s » et « Visites à la carte ». En termes de fréquentation, le musée a accueilli 10'767 personnes dans un cadre éducatif (l'enseignement obligatoire et post-obligatoire, les hautes écoles et les Universités), tandis que 1'068 personnes ont bénéficié des visites publiques gratuites et 2'844 autres ont participé à des visites privées (Rapport d'activité, 2022). L'accessibilité et l'inclusion figurent également parmi les priorités du MCBA, avec des projets spécifiques destinés aux personnes en situation de handicap ou ayant des besoins particuliers, ainsi que des actions visant à promouvoir le bien-être la sensibilisation à la santé mentale. Le service de médiation réunit cinq employés permanents, six médiatrices intermittentes et collabore régulièrement avec une trentaine de bénévoles (ibid).

Le premier cas d'étude sélectionné concerne le programme intitulé « Une œuvre, mon histoire », mis en place entre mars et octobre 2022. Ce projet s'inscrit dans le cadre d'une recherche-action intitulée « *Réinventer la pédagogie des opprimé·e·s pour favoriser la participation culturelle dans les institutions d'art contemporain suisses* » (MCBA, s.d). Cette initiative a bénéficié du soutien du fonds *Nouveau Nous* de la Commission fédérale des migrations (CFM), ainsi que des contributions de la Haute école d'art et de design de Genève (HEAD) et de la Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) (ibid). Il s'agit d'un projet participatif visant à favoriser l'intégration culturelle des femmes migrantes. Ce projet est en collaboration avec l'association Ostara, une organisation qui accompagne les personnes migrantes dans leur processus d'intégration ainsi qu'avec la HEAD de Genève, dont le rôle consistait non seulement à accompagner le projet, mais également à mener une recherche sur la transmission, l'éducation et la médiation culturelle. Le projet a été documenté par la chercheuse Julia Torino, qui a suivi les médiatrices du MCBA tout au long de ce processus.

L'objectif principal de ce projet était de faciliter l'appropriation des espaces culturels par des publics dits éloignés des institutions muséales, en particulier des femmes migrantes (MCBA, s.d). Pour notre recherche, nous avons interrogé Madame Sandrine Moeschler, responsable du secteur médiation du MCBA. Lors de l'entretien, elle nous a expliqué que ce projet est né à l'initiative du collectif genevois Microsillon, qui a invité trois institutions culturelles spécialisées dans l'art contemporain à participer à un programme inspiré par la pédagogie de Paulo Freire. L'idée de la pédagogie de Freire est de ne pas considérer les apprenants comme de simples récepteurs de savoir, mais plutôt d'adopter une approche où leurs connaissances et expériences servent de base pour construire le savoir ensemble et d'être dans une relation d'horizontalité (Dubois et al., 2020). Partant de cette approche, ces institutions, dont le MCBA, ont élaboré un projet participatif visant à établir un lien avec des publics traditionnellement éloignés du monde culturel. Cette recherche menée par la HEAD s'appuyait sur le constat de l'échec relatif de la médiation culturelle à toucher des publics diversifiés, ceux-ci étant encore majoritairement issus des milieux que Bourdieu dénonce dans ses travaux (S. Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024). Le choix s'est donc porté sur un groupe de femmes migrantes, un public peu présent au musée. La collaboration avec l'association Ostara, qui offre des cours de français à des femmes migrantes, a permis de mettre en place une démarche participative. Les médiatrices du MCBA ont ainsi assisté à ces cours de français pour tisser des liens avec les participantes et co-construire le projet ensemble.

Le projet, auquel ont participé environ 16 femmes apprenant le français, s'est déroulé sur six



Figure 5: participantes du projet (MCBA, s.d)

mois avec des rencontres toutes les deux semaines d'une durée de 1 à 2 heures. Certaines femmes n'ont pas pu rester jusqu'à la fin du projet. Par la suite, les participantes ont visité le musée pour sélectionner des œuvres. L'objectif était à la fois de les familiariser avec l'institution muséale, de renforcer les liens sociaux et de réfléchir à leur rapport au musée (MCBA, s.d).

Les œuvres choisies ont ensuite été interprétées par ces femmes, qu'elles ont mises en relation

avec leurs expériences personnelles à travers des capsules audio en français et dans leur langue maternelle. Ce projet a donné lieu à des commentaires enregistrés en arabe, lingala, tibétain, albanais, dari, géorgien, espagnol et somali, disponibles sur le site internet du MCBA (ibid). L'exposition s'est clôturée par un vernissage où les participantes ont invité leur famille et le temps de cette présentation se sont transformées en médiatrices culturelles pour expliquer les œuvres qu'elles avaient sélectionnées. Les trois institutions qui ont été invitées par Microsillon se sont également rendues à Bienne pour la mise en commun des projets (S. Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024).

Voici un exemple de commentaire d'une des participantes nommée Maliha Ghulam Dastagir qui vient d'Afghanistan et qui commente l'œuvre du jugement de Salomon de Luca Giordano



Figure 6: l'œuvre du jugement de Salomon de Luca Giordano (MCBA, s.d)

« J'ai beaucoup apprécié cette peinture parce que j'ai de très mauvais souvenirs de la guerre. Ce roi est assis ici, je crois qu'il a envie de tuer tous les enfants de cette cité. Il en a déjà tué un. Sa mère est en train de crier et de pleurer et il maintient une épée suspendue. La guerre m'a énormément affectée. C'est la raison pour laquelle j'ai choisi cette peinture. Si seulement les meurtres et les tueries d'êtres humains pouvaient prendre fin une fois pour toutes... J'espère qu'un jour il n'y aura plus de guerre dans le monde et ceci pour toujours et que les gens vivent heureux

et joyeux » (Ghulam Dastagir, retranscription personnelle d'une capsule audio, MCBA, s.d).

Voici un deuxième exemple de commentaire d'une des participantes nommée Hafsa Hassan Ali originaire de Somali et qui commente l'œuvre Jacques Sablet – portrait de famille avec la Basilique de Maxence.

« Il s'agit d'un portrait de famille en plein air avec un père et ses trois filles. Il semble que le père soit un père aimant. Il me rappelle mon propre père, peut-il reposer en paix. Mon père a



Figure 7: l'œuvre Jacques Sablet - portrait de famille avec la Basilique de Maxence (MCBA, s.d)

aussi eu plusieurs filles avec ma mère. Nous sommes quatre filles et il nous adorait, bien qu'il ait beaucoup de gens qui avaient des choses négatives à dire sur ma mère parce qu'elle n'a donné naissance qu'à des filles. Mon grand-père paternel aussi disait du mal de ma mère bien qu'il l'adorait. À chaque grossesse, il espérait qu'elle donnerait naissance à un garçon. Je suis fière de mon père, car il était différent de son propre père. Il était même le contraire. Il montrait de l'amour, de la gratitude, et il prenait soin de ses propres enfants, de ses filles. Ce portrait me rappelle qu'il y a des pères exceptionnels comme mon père. Mon beau-père aussi. Et je me sens tellement chanceuse de les avoir. Certaines personnes ont le sentiment qu'elles ne sont pas si exceptionnelles, qu'elles ne font que leur devoir et que c'est le strict minimum. Mais quel pourcentage de pères font leur devoir envers leurs enfants ? Ce que j'espère vraiment c'est que les parents prennent au sérieux leur rôle de parents et qu'ils commencent par être juste à la maison, qu'ils soient juste là pour leurs enfants, qu'ils aiment leurs fils et leurs filles de la même manière. Les dégâts doivent cesser, ça me fait mal au cœur de voir des enfants blessés. En tant que mère moi-même, j'essaie de donner mon 100% pour guider mes fils à faire preuve de compassion et à se respecter. S'il vous plaît, laissez-nous changer dans ce sens, faire de notre mieux » (Hassan Ali, retranscription personnelle d'une capsule audio, MCBA, s.d).

Méthodes d'accompagnement

Le projet met en avant une approche de médiation où le co-construction est l'élément central de leur méthode. Dès le départ, l'équipe du MCBA n'a pas imposé un cadre rigide, mais a construit le projet en collaboration avec les participantes. En effet, tout a commencé à partir de zéro, en prenant en compte les attentes et les expériences de ces dernières :

*« c'est là l'originalité et la difficulté de ce projet, c'est-à-dire qu'il nous ont demandé de nous approcher d'un public dit éloigné et de vraiment démarrer le processus **participatif** de zéro !*

Donc jusqu'à maintenant on proposait un projet à un groupe et ensuite on le menait de manière participative. Là, l'idée, ça a été de rencontrer un groupe, de se mettre autour d'une table avec ce groupe et dire : bon qu'est-ce qu'on fait ? »

(S. Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024)

Ce projet illustre l'importance d'adapter les pratiques culturelles pour des publics éloignés des institutions artistiques, en s'appuyant sur une approche socioconstructiviste. Il repose sur une relation horizontale, où tous les participants et professionnels sont placés sur un pied d'égalité, favorisant ainsi un échange mutuel et la co-construction du savoir. Les méthodes employées incluent des rencontres régulières et des discussions pour instaurer un climat de confiance avant même d'introduire les participantes dans l'espace muséal. Le but ? Créer du lien :

« C'est vrai qu'aujourd'hui les approches sont différentes et tout ce qui a motivé le projet une œuvre mon histoire, mais aussi tous nos programmes de médiation, c'est de chercher un point de contact donc ce qui peut susciter de l'intérêt dans un certain groupe ou chez certaines personnes pour ensuite créer du lien avec les musées, avec les propositions artistiques »

(ibid).

Étape 1 : création du lien

Pour créer ce lien, une approche participative a été privilégiée, utilisant différents outils. Tout d'abord, les médiatrices se sont rendues dans les locaux de l'association où se tenait un cours de français pour rencontrer les participantes. Elles ont mis en place des activités de **photolangage**. Les participantes devaient apporter des photos de visages ou autres qui leur étaient chères. De leur côté, les médiatrices du MCBA ont présenté des images du musée, incluant des œuvres, des photos du bâtiment, du couloir ou encore de la cafétéria. En montrant

ces images, elles posaient des questions pour susciter l'intérêt des participantes : qu'est-ce qui les intriguait ? Qu'est-ce qu'elles aimaient ou non ? À quoi cela leur faisait-il penser ? Pourquoi avaient-elles choisi cette image ? Les participantes pouvaient également choisir un seul mot ou des gestes pour décrire les images, et des discussions ont suivi sur leurs loisirs, ce qu'elles appréciaient, etc. Selon la recherche menée par la HEAD, « *la mise en mots a été un aspect de la collaboration qui rejoignait les travaux de Paulo Freire et les intérêts du groupe (...) ce sont ces récits d'expériences, ainsi que des réactions et commentaires aux éléments du musée, espace qui pour toutes étaient inconnu avant la collaboration, qui ont cristallisé l'intérêt d'expression du groupe* » (Guarino-Huet et al., 2023, p.8).

Le français étant parfois un obstacle, des ateliers de dessin ont été organisés pour faciliter la création de liens en utilisant un langage visuel compréhensible par toutes. La méthode de la fresque a également été utilisée. Chaque participante choisissait une image, la collait, puis la complétait par un dessin collectif, renforçant ainsi l'interaction et la cohésion au sein du groupe.

Étape 2 : découverte du musée et sélection des œuvres

Après quelques séances d'activité sur le lieu de l'association dans le but de créer du lien, les participantes se sont rendues au musée afin de découvrir les lieux. Le but était de faire découvrir le musée et de légitimer leur présence et non de formater ou d'inculquer. Ainsi tout leur était accessible que ce soit le musée avec les expositions, ou la cafétéria ou autre.

« On s'est dit qu'il faut qu'on fasse attention à ne pas être ce qu'on fait habituellement c'est-à-dire de les emmener en visite même si encore une fois, ce n'est pas des visites guidées traditionnelles ça n'aurait pas été adapté (...) on voulait vraiment que ça vienne d'elles et qu'on n'impose rien »

(S. Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024)

Ensuite les participantes ont pu choisir les œuvres qui les intéressaient. Le français étant parfois une barrière pour exprimer leur ressenti face aux œuvres, les médiatrices ont proposé une alternative. Elles ont demandé aux participantes de réaliser les audios WhatsApp dans leur langue maternelle. Elles devaient répondre à quelques questions clés. Cette méthode, souvent utilisée dans les projets de médiation culturelle, a permis de faire émerger des idées. Ce sont des questions telles que “ qu'est-ce que j'observe ? ” “Qu'est-ce que ça évoque pour moi ? ” “Pourquoi j'ai choisi cette œuvre ? ” Par la suite, les audios ont été traduits en français et publiés

sur le site internet du MCBA. Ainsi, selon Sandrine Moeschler, « *on peut vraiment parler de la méthode participative et à l'intérieur de la méthode participative, on mobilise des outils d'animation qui sont inspirés de la formation d'adultes, qui sont inspirés des ateliers de création qu'on mène* » (ibid). Les outils utilisés, tels que le photolangage, le dessin, la fresque et les discussions autour des loisirs, ont joué un rôle clé dans la création d'un lien de confiance entre les médiatrices, représentant l'institution, et les femmes migrantes. Ces activités ont permis aux participantes de partager leurs expériences personnelles favorisant ainsi une meilleure compréhension mutuelle et rapprochant les participantes des professionnelles. La fresque, réalisée collectivement, a renforcé ce lien en permettant aux participantes de créer ensemble, de manière collaborative. Les discussions sur leurs loisirs ont aussi contribué à donner du sens au projet et à le construire collectivement. Ces dispositifs ont ainsi permis de faire émerger la parole, les idées et le lien. De plus, les méthodes utilisées ont été discutées, modifiées et la construction du projet s'est fait au fur et à mesure des ateliers et de l'évolution du projet : « *on n'a jamais imaginé le processus au départ, chaque fois, après chaque séance avec ces femmes, on avait une séance toutes les trois pour réfléchir à la suite. Donc au début on n'avait aucune idée d'où on allait, on n'avait aussi aucune idée de quels outils on allait mobiliser pour la fois suivante* » (ibid). Cette approche démontre que l'accompagnement ne s'est pas limité à une simple transmission d'informations descendantes, mais a favorisé un dialogue continu, où chaque participante a joué un rôle actif. Ces séances ont d'abord permis de créer un lien personnel avec l'institution, ce qui était un des objectifs du projet. Par la suite, les participantes ont eu l'occasion d'explorer, de découvrir et de partager leurs histoires. Celles-ci ont ensuite été légitimées sous forme de capsules audio, diffusées sur le site internet du musée, ainsi que sur des feuilles de présentation avec des codes QR pour y accéder (Guarino-Huet, 2023). Ces capsules, réalisées dans plusieurs langues, ont intégré les récits individuels des participantes au projet, valorisant ainsi la diversité culturelle et ajoutant une dimension inclusive.

Ce travail de narration a également renforcé le sentiment d'appartenance des participantes, les transformant en actrices de leur propre médiation et leur permettant ainsi de s'appropriier les œuvres. De plus, la mise en ligne de ces capsules audio a permis d'inscrire ces récits dans la durée. En rendant ces voix accessibles à tous, les capsules prolongent l'expérience du projet au-delà de sa temporalité initiale, pérennisant leur vision. Ce dispositif numérique joue ainsi un rôle clé dans la transmission durable des visions et des histoires.

Caractéristiques du projet

Le projet *une œuvre, mon histoire* se révèle être un exemple réussi de médiation culturelle socioconstructiviste et constructiviste, combinant co-construction, participation active et adaptation aux besoins spécifiques des participantes. En plaçant l'expérience personnelle des femmes au centre du processus, le projet met en lumière l'importance de méthodes d'accompagnement flexibles et inclusives, capables de s'adapter à des publics variés.

Le projet se situe clairement dans le cadre du troisième type de médiation culturelle, celui qui privilégie les ateliers et projets participatifs, avec un accent sur l'activité pratique et l'implication active des participantes. L'objectif principal était de tisser des liens entre les participantes et le musée, en adoptant des méthodes favorisant l'émergence d'idées (photolangage, fresque collaborative, discussion, valorisation de leur langue maternelle). Ces dispositifs permettent non seulement d'encourager l'engagement des participantes, mais également de construire une relation de confiance avec l'institution, dépassant ainsi la simple transmission d'informations.

Le projet *une œuvre, mon histoire* relève également de la participation collaborative, car le projet s'est construit en interaction avec les participantes, en s'adaptant à leurs intérêts et à leurs retours tout au long du processus. Le cadre du projet a été pensé avec les participantes, ce qui dépasse la simple participation interactive ou participative. Non seulement elles choisissaient des œuvres qui les touchaient, mais elles avaient également l'occasion de lier leur propre histoire à ces œuvres, transformant leur expérience en un processus collaboratif. Selon la recherche de la HEAD « *une œuvre mon histoire* “ a permis l'expérimentation d'un projet dont la nature était, quant au degré d'engagement, davantage qu'une participation, mais bien une réelle collaboration avec l'institution » (Guarino-Huet, 2023, p.8). Cette approche va au-delà de la simple interaction pour créer une véritable co-construction du sens, où les contributions des participantes sont au cœur du contenu final du projet. Le vernissage a d'ailleurs illustré cette démarche, en permettant aux participantes de se glisser dans le rôle de médiatrices et d'expliquer les œuvres choisies à leurs proches, ce qui fait aussi référence à la médiation orale. Elles incarnent alors ce lien essentiel entre les œuvres et le public.

Le projet illustre également l'application concrète des principes du socioconstructivisme et du constructivisme. Contrairement aux modèles traditionnels de médiation, où l'acquisition de connaissances se fait de manière descendante, ce projet privilégie une construction active du

savoir à travers les interactions sociales et culturelles. Les médiatrices ont su adapter les méthodes en fonction des besoins et des retours des participantes, en maintenant une approche flexible et en réponse directe aux défis rencontrés au fil du projet. De plus, comme l'explique Sandrine Moeschler : « je trouve que c'est **très formateur** pour nous aussi ce décentrement, nous, on a une problématique au travail, on a un rapport au musée qui est aussi un rapport professionnel et puis on travaille avec des personnes qui sont beaucoup dans l'émotionnel, personnel et subjectif et c'est comment on tricote tout cela et c'est un beau défi ça » (S. Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024).

Enfin, le projet *une œuvre, mon histoire* constitue un exemple innovant de médiation culturelle, répondant aux critiques des approches traditionnelles souvent jugées trop descendantes et institutionnelles. Comme le rappellent Chaumier et Mairesse (2013), partir de la perspective des individus pour établir un lien entre l'œuvre et le public est fondamental. Ici, la co-construction permet de dépasser les barrières culturelles et d'ancrer l'expérience muséale dans la vie personnelle des participantes valorisant leurs récits individuels.

Impacts et limites du projet

En ce qui concerne les impacts, nous n'avons pas été en mesure d'évaluer objectivement les effets de ce projet sur les participantes, car nous n'avons ni assisté à la mise en œuvre du projet ni interrogé les participantes à ce sujet. Néanmoins, en se basant sur l'entretien effectué, l'un des impacts les plus notables du projet réside dans sa capacité à déconstruire des stéréotypes culturels. En effet, Sandrine Moeschler nous commente un moment très émouvant d'une des participantes devant un monochrome rouge d'Olivier Mosset : « là, c'est super intéressant par rapport à nos a priori où on se dit la peinture figurative est plus accessible, etc., et là, on a une femme somalienne, complètement fascinée par un monochrome d'Olivier Mosset, un artiste



Figure 8: participante devant l'œuvre d'Olivier Mosset (MCBA, s.d)

genevois. Donc c'est un tableau monumental, grand et juste rouge. Autant dire que c'est l'œuvre qui fait parler tout le monde en disant que "c'est n'importe quoi, c'est nul, je peux le faire moi aussi, où vos nos impôts, etc.,". Et elle, cette femme, elle est là devant, elle est scotchée, et du coup on se dit, mais pourquoi ? Et elle, elle nous parle du bien-être qu'elle ressent devant ce rouge, elle nous dit "ça me calme, c'est parfait, il n'y a

pas d'aspérité, il n'y a pas de tâches, je me sens dans la maîtrise". C'est comme si c'était un bien-être lié au calme, à la maîtrise par opposition sûrement au chaos qu'il y a dans sa vie ou le parcours migratoire qu'elle a vécu et ça, c'était hyper émouvant, hyper intéressant en termes de stéréotypes et tout ça a été permis grâce au lâcher-prise de notre part et le faire émerger la parole et c'est cela qui est essentiel dans le projet. C'est pour cela que ça s'appelle une œuvre, mon histoire » (ibid).

Cet épisode met en lumière l'importance de ne pas présupposer la réception culturelle selon les critères traditionnels ou basés sur des a priori comme nous avons pu le souligner dans la revue de la littérature avec l'expérience que Hans Ulrich Glarner a partagée. La réaction de cette femme face à une œuvre abstraite, souvent perçue comme difficile d'accès, démontre que l'appropriation culturelle est profondément subjective et liée à des expériences personnelles. Ainsi, cela nous montre que le projet permet aussi de déconstruire certains stéréotypes quant aux préférences artistiques des publics dits éloignés. Cet exemple illustre l'importance de ne pas prédéterminer les goûts et les réactions des publics.

Le projet a également favorisé une forme d'appropriation du musée par les participantes. Comme Sandrine Moeschler l'a souligné, les participantes ont exprimé leur sentiment de bien-être au sein du musée : *« elles ont manifesté qu'elles se sentaient bien au musée donc il y avait une histoire de bien-être comme le musée, comme une bulle, hors de son quotidien, hors du stress, hors des enjeux familiaux, administratifs, car on est face à des parcours compliqués »* (ibid). Ainsi, cela s'inscrit dans une perspective où le musée devient un espace de plaisir et de détente social. Le lien créé avec les médiatrices a renforcé le sentiment d'appartenance de ces femmes, permettant à certaines d'entre elles de revenir à travers d'autres ateliers.

Enfin, un autre impact qui peut être mis en avant est le sentiment de légitimité que ce lien de confiance, construit entre médiatrices et participantes, donne lieu ce qui permet également à l'institution de diversifier ses discours : *« vous êtes dans l'exposition permanente et vous pouvez autant entendre les discours des scientifiques, que le discours d'une personne avec un parcours migratoire, que d'un enfant qui reporte son propre regard sur les œuvres ou un spécialiste d'un autre domaine de l'art qui commente par les yeux d'un géographe, etc. Cela c'est quelque chose qu'on veut développer sur les points de vue et sur la durée »* (ibid). L'idée de diversifier les discours reflète clairement l'une des volontés des nouvelles formes de médiation culturelle : intégrer et légitimer la diversité des points de vue. Cette approche traduit une tentative de démocratiser les savoirs et de reconnaître la richesse des regards.

Bien que le projet une œuvre mon histoire se poursuit avec d'autres groupes cibles, certaines limites apparaissent, notamment en ce qui concerne la pérennisation de l'engagement des participantes. Une évaluation approfondie de l'impact à long terme n'a pas été effectuée, mais lorsque la question a été posée sur le suivi du lien avec les participantes, il est ressorti qu'environ trois femmes ont continué à fréquenter le musée après la fin du projet, dont l'une d'elles participe désormais au programme « Passeurs et Passeuses de culture ».

Ce constat met en évidence la difficulté de transformer des projets ponctuels en relations durables avec le public cible. Le véritable défi réside dans la capacité à maintenir ces liens une fois le projet terminé, soulevant ainsi la question de l'institutionnalisation de telles pratiques pour éviter qu'elles ne restent des initiatives isolées.

▪ Cas d'étude 2 : l'Art Truck, édition 3

Présentation générale du projet

L'association Destination 27, spécialisée dans la médiation culturelle, a pour mission de « *faciliter la participation culturelle de touxtes* » (Destination 27, s.d). Le nom de l'association fait référence à l'article 27 de la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH), qui stipule que « *toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent* » (Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948).

Destination 27 met en œuvre des projets de médiation culturelle participative, le plus souvent dans les cantons de Genève et de Vaud, en ciblant principalement des publics éloignés ou empêchés d'accéder au monde culturel. Son approche repose sur des partenariats avec des structures sociales et pour ligne directrice de partir des intérêts et envies de chacun (Destination 27, s.d).

L'association fonctionne selon une gouvernance partagée, regroupant 12 médiateurs et médiatrices culturels aux profils variés, incluant des artistes, des pédagogues, des éducateurs sociaux, des graphistes, ainsi que des spécialistes en histoire et en cinéma. Le comité de l'association est composé de 7 membres (Destination 27, s.d).

Le deuxième cas d'étude sélectionné dans ce mémoire est le projet Art Truck, dont l'édition



Figure 9: camionnette de Destination 27 (destination 27, s.d)

analysée ici est la troisième. Ce projet vise, de manière générale, à construire une exposition artistique en collaboration avec des participants issus de structures sociales. Les participants sélectionnent des œuvres qui leur sont apportées par un “camion-musée“, qu’ils présentent ensuite à leur entourage et aux visiteurs. Comme l’indique l’association,

« chaque exposition de l’Art Truck est unique et co-construite avec les participant-e-x à partir de leurs intérêts et attentes » (Destination 27, s.d). Pour avoir des informations sur la mise en place du projet, nous avons interviewé Madame Iris Meierhans, médiatrice culturelle à l’association.

L’édition 3 s’est déroulée au printemps 2022 dans l’éco-quartier de la Jonction à Genève, suite à une invitation du Fonds d’Art Contemporain (FMAC), partenaire récurrent du projet. Contrairement aux éditions précédentes, ce projet n’impliquait pas de structure sociale spécifique, mais ciblait les habitants du quartier, marqué par une mixité sociale : artistes, résidents de la classe moyenne, et bénéficiaires de l’aide sociale. Le quartier de la jonction est un quartier mixte. Il existe donc plusieurs bâtiments : le bâtiment où s’est installé le Fond d’Art Contemporain, qui est une coopérative, la CODA. Il est intéressant de mentionner également le fait que dans ledit bâtiment, une personne a été engagée à un certain pourcentage afin de faire le lien avec les habitants et gérer les soucis de voisinage. Ensuite, il y a un immeuble où résident des locataires de classe moyenne. Et puis, un immeuble géré par la Fondation de la Ville de Genève pour le logement social (FVGLS). Ce contexte représentait un défi pour Destination 27, dont l’objectif principal est de rendre l’art accessible à tous, dont les habitants du troisième bâtiment (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024).

Financé par la Fondation Lombardier et la Ville de Genève (dans le cadre d’une convention pluriannuelle), le projet visait à sortir les œuvres des institutions muséales pour les exposer dans des espaces publics tels que dans la rue, dans des boulangeries, des salons de beauté ou des cabinets vétérinaires. L’exposition, qui a duré environ un mois, a permis aux habitants de jouer le rôle de médiateurs en guidant le public à travers les œuvres sélectionnées (Tribune de Genève, 2022). Une femme d’origine congolaise habitant dans le bâtiment du FVGLS a participé à quelques séances, jusqu’à la phase de l’élaboration de la commande. Environ huit autres personnes du bâtiment 1 et 2 ont participé aux projets jusqu’à la visite guidée. Le groupe de

participants était un groupe multigénérationnel entre 30 et 80 ans et comparé au cas d'étude 1, ils avaient pour la plupart un certain bagage culturel. Selon Meierhans « *c'est pour ça que je disais que ce n'était pas tellement représentatif des publics avec lesquels on travaille habituellement. Après, il y avait quand même, même s'ils avaient tous des habitudes culturelles, certains étaient plus théâtre, art vivant, etc.* » (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024).

Méthodes d'accompagnement

L'accompagnement du projet Art Truck – édition 3, comme pour les autres éditions, se fait en plusieurs étapes pour garantir l'engagement et la participation active des participants.

Mise en place du partenariat et phase d'enquête : cette étape consiste à établir un lien avec une structure sociale. Cependant, pour l'édition 3, cette phase n'a pas été mise en place, ce qui, comme nous le verrons plus tard, a pu constituer une des limites du projet. En effet, cette phase est cruciale pour mieux comprendre les besoins, les intérêts et les contraintes des groupes cibles en amont. Dans cette édition, ce sont les médiateurs de l'association qui se sont rendus directement sur place pour initier un contact avec les habitants du quartier. Pour faire connaître l'association, des affiches et des flyers ont été placés dans les entrées des bâtiments. Le camion, installé devant le bâtiment de la FVGLS, facilitait les échanges, avec des tables, des chaises et du café pour créer un environnement accueillant. Une programmation d'art vidéo était projetée à l'intérieur du camion :

« L'idée c'était d'avoir quelque chose qui soit le plus convivial et accueillant possible pour rentrer en lien avec les personnes qui passaient » (ibid).

Cependant, la majorité des personnes qui se sont inscrites au projet provenaient des bâtiments 1 et 2. Aucune personne de l'immeuble de la FVGLS ne s'est inscrite lors de ces après-midi de présentation. Afin d'essayer de faire participer les personnes de cet immeuble, deux personnes de l'association ont tenté de faire du porte-à-porte afin de créer du lien. L'objectif était de se présenter, d'introduire le projet, et de comprendre pourquoi ces habitants ne se sentaient pas impliqués :

« Il y en a pas mal qui ont ouvert. Il y en a pas mal qui nous ont très bien reçus, on a même des fois discuté dix minutes sur le pas de la porte. Il y a vraiment eu un bon accueil, un intérêt, un échange (...) on a eu 5 personnes qui se sont inscrites en se disant intéressées. Et puis ensuite, quand il y a eu la première séance, on les a invitées. Je pense qu'il y en a deux

qui se sont excusées, une qui avait des raisons professionnelles (...) Et puis, il y en a qu'on n'a pas pu du tout réussir à ravoïr » (ibid).

Avant de lancer officiellement les séances, une phase d'observation est menée pour analyser la dynamique du groupe et ajuster les dispositifs de médiation. Cela permet d'adapter les méthodes en fonction des spécificités du public et d'offrir un accompagnement personnalisé.

Constitution du groupe et phase exploratoire : Une fois le groupe constitué, une phase est dédiée à la création de liens entre les participants et à l'exploration de leurs attentes et intérêts. Cela permet de co-construire le projet en fonction des préférences des participants. Les activités visent à légitimer leur place et à créer un environnement propice à l'échange. Les outils mentionnés plus bas sont employés pour encourager la réflexion collective.

Élaboration de la commande : À cette étape, les participants définissent le thème de leur

Recette pour l'art en quartier(s)

Ingrédients

Un peu d'histoire / hôpital des pestiférés (1473) / les Rois du tir (1509-1847) / exposition nationale de 1898 (village suisse, village noir) / explosion de l'usine à gaz (23 août 1909) / le cimetière, Panthéon genevois / l'aventure Artamis, haut-lieu du squat et de la culture alternative et *Pour que pousse Coquelicot*

Une bonne dose de nature, qu'elle soit honorée ou violente / le Rhône et l'Arve / les arbres du cimetière puis ceux du square / les milans

qui reviennent / la pollution du site (orpillage, cyanure, hydrocarbures, métaux lourds) / le bruit, le béton / le paysage urbain et la vue / les déchets qui traînent / les bacs potagers

De la science, de la technique et de l'émotion / Genilac (pour chauffer le quartier en sortant des énergies fossiles) / les antennes 4 et 5G / l'architecture et les matériaux dont sont faits nos immeubles / l'humain en tant que "bio-ordinateur perceptif"

exposition à partir des discussions menées lors de la phase exploratoire. Cette étape cruciale transforme les participants en commanditaires actifs du projet, renforçant ainsi leur sentiment d'appartenance. Dans l'édition 3, la commande adressée au FMAC a pris la forme d'une recette de cuisine. Un extrait de cette commande se trouve dans la figure 10 et également dans

Figure 10: élaboration de la commande auprès du FMAC (document remis par I.Meierhans)

l'annexe 11 transmise par notre interviewée après notre entretien.

Sélection des œuvres : le FMAC reçoit ensuite la commande, propose une sélection d'œuvres, qui est discutée avec les participants. Ce processus permet de lier les œuvres aux récits de ces derniers et de renforcer le lien entre l'institution, l'association et les habitants. Une sélection d'environ 80 œuvres est proposée, et les participants choisissent celles qui résonnent le plus avec leurs histoires.

Appropriation des œuvres et préparation de l'exposition : À cette étape, les participants développent un discours autour des œuvres choisies. Accompagnés par les médiateurs, ils expriment pourquoi ces œuvres les ont touchés et ce qu'elles représentent pour eux. Celles-ci sont ensuite présentées lors des visites guidées, où les participants prennent le rôle de

médiateurs, partageant leurs points de vue avec le public et faisant, à leur tour, le lien entre l'œuvre et les publics.

Diverses méthodes d'accompagnement ont été utilisées pour engager les participants, leur permettant de contribuer activement à la co-construction de l'exposition. L'analyse de l'entretien avec Iris Meierhans met en lumière plusieurs outils spécifiques, adaptés aux caractéristiques du groupe, ainsi que des méthodes visant à les inclure dans la prise de décision. Ces outils sont également utilisés dans d'autres éditions de l'Art Truck.

Mots du Clic : cet outil, qui prend la forme de cartes, développé par Stimultania (s.d), joue un rôle central dans la facilitation des discussions autour des œuvres d'art. Initialement conçu pour aider les participants à décrire et analyser une œuvre, il a été réutilisé pour aider à formuler les thèmes de l'exposition. Les catégories *volonté* et *thématique* des Mots du Clic ont été particulièrement utiles pour amener les participants à exprimer ce qu'ils souhaitaient refléter dans l'exposition.

Vote pondéré avec gommettes : pour permettre une prise de décision démocratique, une méthode de vote où chaque participant disposait de cinq gommettes à répartir sur différents thèmes a été employée. Ce système permettait de pondérer les votes selon l'importance des thèmes pour chaque individu, reflétant ainsi les priorités du groupe de manière équilibrée.

Débats mobiles : lorsqu'il s'agissait de choisir entre deux thématiques principales, le groupe a été invité à participer à des débats mobiles. Cette méthode consiste à ce que les participants se positionnent physiquement dans l'espace selon leurs préférences. Ils tentent ensuite de convaincre les autres de les rejoindre. Cela a permis d'intégrer à la fois la liberté de choix et la capacité de persuasion dans le processus décisionnel. Cet outil a non seulement favorisé un échange dynamique, mais peut aussi permettre de trouver un compromis intégrant les points de vue divergents.

Mind Mapping : pour structurer et visualiser les idées générées lors des discussions, l'équipe a utilisé des "mind maps". Ces cartes étaient régulièrement mises à jour pour refléter l'évolution des réflexions du groupe, particulièrement en ce qui concerne le thème central du quartier et de la vie en communauté. Cette méthode a aidé à cristalliser les idées et à les relier aux réalités du quartier de la Jonction.

Carnet de bord : le carnet de bord est un outil utilisé dans le cadre du projet et qui permet de conserver une trace des échanges, des idées et des citations des participants tout au long du projet. Ainsi, cela permet de s'appuyer sur ces notes pour nourrir les discussions et les décisions prises au cours des séances suivantes. Ce carnet sert de support également pour élaborer la commande des œuvres.

« On va échanger autour des œuvres, chacun choisit un peu ce qui lui correspond le plus et puis on arrive ensuite à la sélection finale qui est autour d'une vingtaine ou trente œuvres en général (...) C'est vraiment pour permettre aux participants, participantes d'élaborer leurs regards sur les œuvres, d'élaborer ce qu'ils ont envie d'en dire, comment ils font les liens avec leur commande, comment ils font les liens avec ce qu'elles et eux souhaitent dire avec l'expo » (ibid).

Ainsi, ces outils sont des techniques d'accompagnement qui facilitent l'expression, la délibération collective et la prise de décision. L'utilisation de ces outils plus cérébraux, en fonction du groupe cible, qui a déjà un certain bagage, permet de légitimer la parole, mais également de maintenir un cadre démocratique et participatif.

Caractéristiques du projet

Le projet Art Truck combine plusieurs types de médiation. Tout en s'ancrant fortement dans la catégorie des ateliers et projets culturels, il embrasse également la médiation orale à travers les interactions que les participants ont avec le public puisqu'ils guident la visite.

Cela permet non seulement d'approfondir leur engagement, mais aussi d'élargir leur rôle en tant que médiateurs culturels. Ils deviennent ainsi capables de créer un lien entre l'œuvre et le public de manière personnalisée, selon la vision qu'ils ont eux-mêmes co-construite.

« La dame de 81 ans, elle a fait des visites où elle faisait le lien avec l'histoire du quartier, parce qu'elle, c'est vraiment une vieille militante de Genève, donc elle racontait l'histoire du quartier, en même temps qu'elle faisait la visite » (ibid).

Ainsi, ce projet, avec son processus de co-construction de l'exposition, ses séances interactives, ses activités créatives, engage les participants dans une démarche active. En effet, le niveau de participation dans le projet Art Truck se situe entre la participation participative, interactive et la participation collaborative. D'une part, les participants sont activement impliqués à travers les discussions et échanges et d'autre part, le projet va plus loin en incorporant des éléments de

participation collaborative puisqu'ils sont impliqués dans la sélection des œuvres, dans la création de l'exposition et la médiation auprès du public. Cela correspond à une collaboration où les participants jouent un rôle dans la planification et la mise en œuvre du projet.

Le projet Art Truck s'inscrit également dans une approche constructiviste et socioconstructiviste, qui comme nous l'avons vu, met l'accent sur la construction active du savoir à travers les interactions sociales et à travers ses propres connaissances et expériences. Dans ce projet, les participants débattent et construisent collectivement le sens et la valeur des œuvres d'art qu'ils sélectionnent et présentent. Cette construction est soutenue par les différentes méthodes participatives employées tout au long du projet.

« Là, vraiment, le défi, on va dire, c'est la décision. C'est comment est-ce que le groupe prend une décision. Ce n'est pas facile de choisir une thématique. Les personnes qui, souvent, ne se connaissent pas forcément, a priori. Donc ça, c'est quelque chose qui se fait aussi sur plusieurs séances. (...) On essaie de faire en sorte que ce ne soit pas juste un vote majoritaire, mais qu'on puisse en plusieurs étapes poser ces thématiques » (ibid).

Cette citation illustre bien le processus collaboratif et la théorie socioconstructiviste sous-jacente au projet. Le fait que les décisions se prennent de manière collective, en plusieurs étapes, reflète une approche où l'apprentissage et l'engagement se construisent progressivement en interactions avec les autres membres, ce qui valorise l'engagement des participants.

Impacts et limites

L'entretien avec Iris Meierhans met en lumière plusieurs impacts positifs du projet Art Truck. Tout d'abord, ce projet a joué un rôle clé dans la connexion entre les résidents du quartier et le Fonds Municipal d'Art Contemporain (FMAC), en renforçant la visibilité de cette institution dans son nouvel emplacement comme le souligne cette dernière : *« ça a permis aussi aux FMAC de faire connaître, c'est quand même des acteurs importants du quartier, qu'ils étaient là, qu'ils arrivaient » (ibid)*. Ce lien a contribué à intégrer davantage le FMAC au sein de la communauté locale. Par ailleurs, le projet a eu un impact sur l'ouverture culturelle des participants. Bien que certains membres du groupe aient initialement été réfractaires à l'art contemporain, l'expérience a permis une évolution de leur perception : *« Je pense que c'est des personnes qui ont évolué, le but ce n'était pas de les convaincre, mais c'est simplement de leur permettre d'expérimenter différentes formes, puis de leur faire sens » (ibid)*. Cette ouverture témoigne qu'un projet peut

également élargir les horizons des participants en matière d'art, même pour ceux qui sont déjà un bagage culturel.

Le projet a également renforcé les liens sociaux et la cohésion au sein de la communauté locale. Les interactions entre les participants, les visiteurs, et les commerçants qui ont accepté d'exposer des œuvres dans leurs lieux ont été particulièrement enrichissantes. De plus, il est important de souligner que l'intégration des œuvres d'art dans des espaces du quotidien a facilité les échanges et permis de toucher un public qui ne fréquente peut-être habituellement pas les musées ou les galeries. Cela a ainsi contribué à démocratiser l'accès à l'art. Le rapport final (s.d), qui nous a été envoyé par Iris Meierhans (annexe 12), reprend également les points cités par cette dernière. Il démontre que le projet a permis de rendre l'art contemporain plus accessible en sortant les œuvres des musées pour les amener dans des lieux du quotidien, ce qui a facilité le contact des habitants avec ces œuvres et les a encouragés à participer à d'autres initiatives culturelles du quartier. Les participants ont également renforcé leur implication culturelle en co-crédant l'exposition et en devenant eux-mêmes des médiateurs. L'approche du projet, centrée sur l'expérience sensible sur les œuvres, a permis aux participants de développer un nouveau regard sur l'art. Ils ont pu s'exprimer librement sur leur perception des œuvres, ce qui a favorisé une valorisation de leur point de vue. Enfin, le projet a contribué à tisser des liens entre certains résidents du quartier, bien que cet aspect ait été plus marqué par les habitants d'un même immeuble. De plus, en termes de pérennisation, le rapport final indique que le FMAC a ouvert un espace d'exposition qui est accessible désormais à tous les résidents et continue à proposer des activités pour ces derniers, créant ainsi des liens durables entre le FMAC et les participants du projet. Le groupe formé au cours du projet continuerait également à se réunir, montrant aussi que les relations établies se maintiennent. À titre d'exemple, ledit rapport indique que deux participantes ont assisté ensemble à Biennale de Venise et ont partagé leurs retours avec le reste du groupe (Rapport final Art Truck 3, s.d).

Cependant, plusieurs limites ont été identifiées au cours du projet. L'une des principales difficultés a été d'attirer les résidents de l'immeuble géré par la FVGLS, qui représentent un public particulièrement éloigné de l'art contemporain. Malgré les efforts importants, tels que le porte-à-porte et des cafés conviviaux, aucun de ces résidents n'a finalement participé activement au projet jusqu'à la visite guidée. Seulement une femme a participé jusqu'à la phase de l'élaboration de la commande. Ce manque de participation souligne un échec relatif dans l'engagement de ce public cible, malgré les efforts déployés pour les inclure. Meierhans évoque

le sentiment d'illégitimité que peuvent ressentir les personnes éloignées du monde culturel. Elle note que :

« C'était difficile parce qu'en fait plein de gens ne sont arrêtés, ils sont venus boire ils sont venus boire un café et tout, mais c'était surtout les gens de la CODA et des autres gens de l'immeuble. Et en fait, les personnes qui habitaient dans cet immeuble-là, on avait extrêmement de la peine. En fait, on avait l'impression d'être comme si on était des vendeurs d'assurances, qu'on essayait d'aller leur vendre un truc et qu'ils fuyaient » (ibid).

Enfin l'absence d'une structure sociale pour établir un lien préalable a pu constituer un obstacle. En effet, dans la plupart des projets, une structure sociale est déjà impliquée et a instauré un certain niveau de confiance avec le groupe cible. Cependant, pour l'édition 3, ce sont directement les médiateurs qui ont dû créer ce lien. De plus, contrairement au bâtiment de la CODA, où une personne est spécifiquement chargée de gérer les relations de voisinage, l'immeuble du FVGLS ne disposait pas de cette figure dédiée et qui aurait pu servir de relais, ce qui a peut-être également compliqué l'engagement des résidents.

Ainsi, ce constat souligne l'importance cruciale d'une structure sociale de confiance, qui joue un rôle clé dans l'engagement des participants. Une telle structure, en ayant déjà établi des liens solides avec le public cible, facilite leur adhésion aux projets de médiation culturelle. De plus, la construction de ce lien en amont, avec une préparation prolongée, s'avère particulièrement essentielle lorsqu'il s'agit d'intégrer des populations dites éloignées du monde culturel.

▪ **Cas d'étude 3 : Beauty and Rooms**

Présentation générale du projet

Le PALP est une association créée par Sébastien Oelsen et Blaise Coutaz. Il a été lancé avec l'objectif de dynamiser l'offre culturelle du canton du Valais, en combinant art, musique et patrimoine local (PALP Festival, s.d).

Le festival, qui en est à sa quatorzième édition, s'étend désormais sur environ six mois et propose des événements variés à travers le canton. L'idée principale derrière la création du PALP était de valoriser le patrimoine naturel et culturel du Valais, tout en offrant une programmation culturelle qui rappelle celle des grandes villes. Les fondateurs, ayant eux-

mêmes travaillé dans la scène culturelle urbaine, souhaitaient ramener une partie de cette offre en Valais, mais en y ajoutant une dimension locale (S.Oelsen, entretien personnel, 06.06.2024).

Le PALP ne se contente pas d'organiser des concerts. Il propose des événements intégrant la gastronomie, le paysage et le terroir, comme la célèbre "Rock-lette" (une combinaison de rock et raclette). Ce concept innovant attire un public diversifié et l'accent est mis sur la mixité générationnelle, où jeunes, adultes et familles peuvent se rencontrer et partager des moments ensemble (ibid). Depuis quelques années, le PALP village a aussi été créé permettant de développer l'économie locale. En effet, dans chaque région où ils s'installent, ces derniers collaborent avec des producteurs et des entreprises locales, qu'il s'agisse de vigneron, d'hôteliers ou de restaurateurs. Cette démarche permet de redistribuer les fonds dans l'économie valaisanne (PALP Festival, s.d).

Dans le cadre des projets de médiation culturelle organisés par le PALP, nous avons choisi d'analyser le projet *Beauty and Room*, réalisé en partenariat avec le Musée d'Art du Valais. Ce projet vise à exposer des œuvres d'art contemporain dans des espaces privés. Contrairement à une exposition traditionnelle en musée, les œuvres sont présentées chez les habitants de la vieille ville de Sion ou dans des lieux comme des salons de tatouage. L'objectif est de créer une interaction entre l'art, les espaces intimes des résidents et les visiteurs, qui viennent par curiosité découvrir à la fois les œuvres et l'intérieur des maisons. Ce projet se distingue par son intégration de l'art dans des environnements privés, rendant ainsi accessibles des œuvres habituellement conservées dans des réserves ou des musées, à un public différent.

Les participants ont été invités à choisir des œuvres et à les exposer dans leur espace personnel et dans des salons de tatouage. Une fois les œuvres installées, ils ont eu la possibilité d'expliquer ou non leur choix aux visiteurs. Cette exposition a eu lieu sur une journée, de 16h00 à 21h00, durant laquelle les visiteurs pouvaient suivre un parcours libre à travers différents lieux de la vieille ville de Sion.

Nous avons échangé avec Sébastien Oelsen pour recueillir des informations sur le fonctionnement du PALP, ainsi qu'avec Anne Bourban, cheffe de la section public et médiation des Musées cantonaux, qui a participé à la mise en œuvre du projet. Selon les informations obtenues lors des entretiens, aucune évaluation formelle du projet n'a été réalisée.

Méthodes d'accompagnement

- **Accompagnement des participants**

Les participants ont été accompagnés à la fois par l'équipe du PALP et par les responsables du musée, dans toutes les étapes, depuis la sélection des œuvres jusqu'à leur installation dans les lieux d'exposition. Voici les différentes étapes que nous avons pu retracer grâce à notre entretien avec Anne Bourban.

Sélection des œuvres : les participants ont été invités à visiter les réserves du musée d'art, où ils ont pu choisir une œuvre qui serait exposée chez eux. Pendant cette étape, les participants ont bénéficié d'un accompagnement scientifique et technique, leur permettant d'approfondir leurs connaissances sur les œuvres sélectionnées. Par exemple, les équipes ont fourni des informations détaillées sur les artistes et les œuvres, permettant aux participants d'aller au-delà d'un simple choix esthétique :

« Non seulement ils ont choisi une œuvre parce qu'elle leur a plu, mais ça leur a permis d'aller plus loin. C'est-à-dire, moi cette œuvre, je l'aime bien, je l'ai choisie, je la veux chez moi, elle va bien chez moi. Mais s'ils voulaient en savoir plus, ils avaient les infos sous forme écrite, qui leur permettaient de mieux connaître l'œuvre et éventuellement d'en parler avec le public le jour J. »

(A.Bourban, entretien personnel, 09.08.2024)

Organisation technique : en plus du choix des œuvres, les participants ont également été accompagnés sur des aspects pratiques, comme la communication des détails concernant le moment et la manière dont l'installation serait réalisée. L'équipe technique s'est chargée de tous les aspects logistiques, veillant à ce que les œuvres soient installées dans des conditions optimales, tout en garantissant à la fois leur sécurité et une présentation esthétique. Anne Bourban décrit cet accompagnement comme double :

« Ils ont été accompagnés doublement. Ils ont été accompagnés par la personne du PALP, qui était chargée de les recruter, entre guillemets, qui après a vraiment permis d'interface tout le temps. Juste à dire, OK l'équipe technique, elle va venir chez vous à telle heure, chez vous à telle heure, etc. Eux, ils ont été accompagnés à la fois par le PALP et par toute l'équipe et scientifique chez nous » (ibid).

Une liberté d'engagement : les participants avaient la liberté de choisir s'ils voulaient prendre un rôle actif en tant que médiateurs auprès des visiteurs. Ils pouvaient expliquer pourquoi ils avaient sélectionné une œuvre, en partageant soit des informations sur l'artiste et l'œuvre, soit des raisons plus personnelles :

« Oui, ils pouvaient l'expliquer ou pas. Ils pouvaient juste dire pourquoi ils l'avaient choisie, même sans donner des infos sur l'œuvre elle-même ou sur l'artiste » (ibid).

- **Accompagnement des visiteurs**

L'accompagnement des visiteurs a été conçu de manière à rendre la visite interactive, ludique et autonome, tout en restant informatif :

Fiches d'accompagnement : chaque visiteur disposait d'une fiche d'accompagnement qui présentait des informations sur l'œuvre exposée et les règles du jeu. Cela permettait aux visiteurs d'en apprendre davantage de manières autonomes. De petites notes explicatives étaient également disposées à côté des œuvres, avec quelques phrases, pour apporter des informations.

« Tous les visiteurs, ils avaient l'équivalent d'un cartel développé qui leur donnait les infos justement pour pouvoir faire le lien (...) c'est à la fois le cartel de l'œuvre et la proposition de médiation » (ibid).

Test de personnalité et tampons de couleur : l'un des outils les plus marquants du projet a été le test de personnalité, qui offrait aux visiteurs une expérience ludique et personnalisée. À l'entrée de chaque lieu, les visiteurs trouvaient une fiche plastifiée expliquant l'œuvre en quelques phrases et proposant une question liée à l'œuvre exposée, mais en lien avec des traits de leur personnalité. Anne Bourban nous donne l'exemple d'une des questions qui était sur une des œuvres où se trouvait un chien : *« et vous, si vous aviez un chien, est-ce que vous auriez plutôt un teckel ? Et puis on décrivait en deux mots la personnalité du teckel, un dogue allemand ou un lévrier qui gagne des concours de beauté, typiquement » (ibid).* Ainsi, chaque réponse correspondait à un type de collectionneur. Les médiateurs avaient défini quatre types de profil : l'investisseur, le chasseur de trésor, l'exhibitionniste ou le collectionneur sur la réserve. Les différents types de collectionneur ainsi qu'une des questions du test de personnalité nous ont été fournis par Madame Bourban et se trouvent en annexe 13. Les visiteurs devaient coller une pastille de couleur correspondant à leur réponse sur un plan fourni. Cela permettait de faire une

activité ludique tout en engageant les visiteurs à réfléchir sur leur propre rapport à l'art et à la collection, mais aussi sur leur propre personnalité.

Tatouages éphémères : une fois le parcours complété, les visiteurs pouvaient se rendre dans un des quatre salons de tatouage, où ils découvraient leur profil de collectionneur en fonction des couleurs accumulées. Ils pouvaient ensuite se faire un tatouage éphémère correspondant à leur profil.

Dans cet accompagnement, l'accent était mis sur l'autonomie des visiteurs. Le parcours a été conçu pour que ces derniers puissent découvrir et participer au jeu sans nécessiter une médiation humaine constante. Ainsi, les méthodes d'accompagnement dans le cadre du projet *Beauty and Room* ont réussi à combiner plusieurs approches offrant une expérience immersive, interactive et autonome.

D'un côté, l'accompagnement des participants leur a permis d'être pleinement impliqués dans le processus de sélection des œuvres. D'un autre côté, le dispositif ludique, avec le test de personnalité et les tampons de couleur, a ajouté une dimension de jeu à la découverte artistique pour les visiteurs. De plus, le lien entre le tatouage et l'aspect ludique du projet découle d'un élément spécifique : quatre salons de tatouage faisaient partie des lieux d'exposition. Cela a suscité une réflexion autour du tatouage en relation avec l'art, notamment sur l'idée de visibilité et de collection. Anne Bourban explique que, tout comme un tatouage peut être visible ou caché, une œuvre d'art peut être exposée ou réservée à un espace privé (ibid). Cette métaphore illustre une dualité où le corps devient un espace de collection.

Caractéristiques du projet

Ce projet combine les trois types de médiation. Tout d'abord, il intègre la médiation orale, car les participants avaient l'opportunité d'interagir directement avec les visiteurs, en expliquant le choix des œuvres et en partageant leurs impressions personnelles. Cette dimension était également présente lors de l'accompagnement dans les réserves, où des explications détaillées sur les œuvres pouvaient être fournies. Ensuite, le projet reposait également sur une forme de médiation technique, grâce à des supports écrits présents dans chaque lieu d'exposition. Ces fiches informatives offraient des détails sur l'œuvre et l'artiste, tout en ajoutant des éléments ludiques, tels que le test de personnalité. Comme souligné dans la revue de la littérature, ce type de médiation technique vise à autonomiser les visiteurs en leur offrant les outils nécessaires pour découvrir les œuvres de manière indépendante. Ainsi, ce projet illustre parfaitement

l'utilisation combinée d'une médiation orale et technique, favorisant à la fois l'interaction humaine et l'autonomie des visiteurs dans leurs parcours de découverte artistiques.

Le projet *Beauty and Room* semble s'inscrire principalement dans une participation participative et interactive, avec quelques éléments de participation collaborative. En effet, les participants, c'est-à-dire les habitants, ont eu la possibilité de choisir eux-mêmes les œuvres à exposer dans leurs espaces privés, ce qui leur a donné une certaine autonomie à l'intérieur d'un cadre prédéterminé par les médiateurs. Les participants pouvaient décider de partager ou non leurs impressions et de jouer un rôle actif de médiateur auprès des visiteurs. Ils pouvaient participer activement à la création de sens autour des œuvres, mais n'ont pas été impliqués à chaque étape de sa mise en œuvre, contrairement aux deux autres études de cas précédentes. Néanmoins, une dimension plus collaborative peut être perçue dans le choix des œuvres et dans la possible présentation au public. Les participants ont pu jouer un rôle actif en ayant la possibilité de façonner le contenu de l'exposition à travers leurs choix et leurs interactions avec le public, ce qui implique une certaine co-construction.

Dans le cas de *Beauty and Room*, l'approche du projet se rapproche davantage d'une démarche constructiviste. Les participants sont invités à réfléchir à leur propre rapport à l'art et pourquoi ils choisissent une œuvre. Comme l'explique Anne Bourban : « *c'était aussi un peu ça notre idée avec notre jeu finalement, c'est pourquoi on craque sur une œuvre ? Est-ce que c'est juste parce qu'elle va trop bien avec mon salon ou c'est parce que j'adore cet artiste ?* » (ibid). De même, pour les visiteurs, le test de personnalité et le jeu des pastilles de couleur introduisent une dimension réflexive et participative, en leur faisant prendre conscience de leur relation à l'art et à la collection. Le lien entre l'œuvre et le profil de collectionneur découvert à travers le jeu, permet de mettre en lumière la subjectivité des choix artistiques, la multiplicité des regards et des motivations qui poussent à aimer ou à acquérir une œuvre d'art. Bien que l'approche du projet *Beauty and Room* peut sembler constructiviste à première vue, en raison de la réflexion personnelle encouragée chez les participants sur leur rapport à l'art, il existe aussi des éléments qui relèvent du socioconstructivisme. En effet, les interactions sociales, que ce soit lors de la sélection des œuvres dans les réserves ou pendant les visites où les participants pouvaient échanger avec les visiteurs, ont permis de co-construire des significations autour des œuvres.

Impacts et limites

L'équilibre entre autonomie, interaction humaine et collaboration avec le PALP, qui a pu ramener des personnes plus éloignées des musées, a été des atouts majeurs de ce projet, garantissant à la fois souplesse et créativité dans l'accompagnement des différents publics. Aucune évaluation formelle n'a été faite sur les impacts et limites du projet. Néanmoins, l'entretien nous a permis d'en relever quelques-uns. Dans un premier temps, le projet a permis aux habitants de Sion d'ouvrir leurs portes à des visiteurs curieux de découvrir non seulement des œuvres, mais aussi des espaces privés. Cette dynamique a pu permettre de renforcer les liens sociaux dans la ville et de créer des échanges autour de l'art dans un cadre détendu et informel.

« Pour nous, pour mes collègues et moi, pour le PALP aussi, c'est un projet qui a vraiment fonctionné, qui a trouvé son public, qui a aussi un petit marqué les gens en se disant, ah ouais, c'était cool, l'année passée, on a fait un truc. Donc il y a quelque chose qui... Voilà, la mayonnaise a pris » (ibid).

Dans un deuxième temps, Anne Bourban souligne un impact important de ce projet qui a permis de briser certaines idées reçues sur l'image des musées cantonaux. Elle explique que le partenariat avec le PALP a offert l'opportunité aux musées cantonaux d'adopter une approche plus dynamique et proche de l'esprit de l'association :

« Notre objectif était de montrer que les musées cantonaux pouvaient aussi avoir un esprit comme un peu celui du PALP (...) C'était aussi une histoire un peu de bousculer notre image » (ibid).

Cet impact a été reconnu par l'équipe du musée elle-même, dont la directrice, qui ont été sur place et ont vu comment cette collaboration a permis de toucher un public différent (celle du PALP), en dehors des circuits traditionnels des musées. En effet, selon cette dernière : *« le PALP entraîne un public, disons 25-50 ans, qui n'est pas forcément le public qui se précipite dans nos musées » (ibid).* Autrement dit, les participants au projet, c'est-à-dire les habitants qui ont accepté d'exposer des œuvres chez eux, étaient majoritairement des personnes qui ne fréquentent pas régulièrement les musées. Ils ont été attirés et intégrés au projet grâce à l'intervention du PALP et de sa médiatrice, qui ont joué un rôle clé en créant le lien et en les encourageant à participer à ce projet.

De plus le test de personnalité utilisé dans le cadre du projet a été conçu pour ajouter une dimension ludique à la visite. Le test avait également pour objectif de maintenir un esprit léger et estival, en accord avec l'atmosphère détendue du projet, tout en suscitant la curiosité des visiteurs. En liant cet aspect ludique à l'expérience muséale, cet outil a offert une nouvelle façon de vivre l'art, en sortant des formats plus classiques ou institutionnels.

Il convient toutefois de noter que, dans la première phase du projet, il n'y a pas eu mention d'utilisation d'outils spécifiques pour accompagner les participations, à l'exception des discussions autour du choix des œuvres et des informations fournies à leur sujet. Il est également possible que ces aspects n'aient pas été abordés en détail lors de l'entretien, car madame Bourban n'était pas présente lors de la phase de sélection des œuvres dans la réserve. Ainsi, aucun dispositif ou méthode particulière n'a été mis en place en termes d'accompagnement des participants, ce qui contraste avec d'autres projets de médiation plus formalisés. D'ailleurs selon elle, « *ce qu'on avait mis en place, là, c'est un truc plutôt léger et plutôt de distraction tout en ayant appris des choses au passage* » (ibid). Cette forme d'accompagnement, moins contraignante et plus axée sur la découverte informelle, peut favoriser une approche plus décontractée de l'art, en particulier pour un public éloigné des institutions culturelles. Cependant, le projet étant un événement éphémère (une seule journée), son impact à long terme est difficile à évaluer. Anne Bourban mentionne qu'il n'y a pas eu d'évaluation formelle du projet pour mesurer son impact sur la fréquentation des musées ou le changement d'habitudes culturelles chez les participants. Elle souligne que c'était un « *projet vitrine* » (ibid) conçu davantage pour attirer l'attention sur les musées que pour instaurer une relation durable avec le public.

En somme, ce projet a su apporter une approche originale participative, mais également plus autonome à la médiation culturelle, tout en se heurtant aux défis organisationnels d'un événement ponctuel. Il a démontré que la médiation peut être enrichie par des approches ludiques et autonomes à la fois, mais pour un public (visiteur) avec peut-être déjà un certain bagage ou intérêt pour l'art contemporain. Finalement son impact à long terme dépendra de l'engagement des participants et des visiteurs après l'événement.

Analyse transversale et discussion

Nous allons maintenant procéder à une analyse transversale afin de répondre à la question de recherche. Pour cela, l'ensemble des sept entretiens réalisés seront pris en compte. Nous débuterons par une analyse comparative des trois études de cas, en démontrant en quoi elles peuvent être considérées comme des exemples de médiation culturelle et des projets innovants. Ensuite, en nous basant sur les résultats des entretiens, nous apporterons une réponse à la question de recherche, tout en abordant les défis identifiés par les professionnelles et en explorant la question de l'habitude culturelle. Enfin, nous concluons cette partie en présentant les bonnes pratiques à adopter dans les projets de médiation culturelle.

▪ Une médiation culturelle et participative

Les projets de médiation culturelle étudiés illustrent l'essence de la médiation actuelle, qui vise à créer un lien actif entre le public, les œuvres d'art et les institutions culturelles. Chacun des cas d'étude montre que cette dernière dépasse la simple transmission des savoirs, en favorisant l'appropriation, la participation et l'interaction avec les publics. Les trois projets illustrent différentes manières de l'aborder avec différents outils. Toutefois, ils partagent une caractéristique essentielle : une médiation interactive, participative et collaborative qui s'entremêlent où les participants jouent un rôle clé dans la co-construction du sens des œuvres. Selon les travaux de Bernadette Lynch (n.d), cette approche relève d'une médiation où le public est un acteur actif plutôt qu'un récepteur passif du savoir. Le modèle participatif repose donc sur l'idée que la construction du savoir se fait de manière collective, ce qui s'aligne bien avec les principes du socioconstructivisme développés par Vygotski.

Au MCBA, des outils comme le photolangage et les capsules audio en langue maternelle ont légitimé la parole des participantes, favorisant une interaction horizontale avec les médiateurs. Ce projet innove en intégrant des processus participatifs dans un cadre muséal traditionnel, où la transmission du savoir est souvent plus verticale.

De même, le projet Art Truck, édition 3, met l'accent sur l'expérience personnelle des participants, qui ont également guidé des visites et choisi collectivement le thème de leur exposition. Cette approche fait de la médiation une participation active et collective, plutôt qu'une simple consommation culturelle.

Enfin, le troisième cas d'étude, *Beauty and Room*, propose une approche plus légère, mais qui mise sur la curiosité du public. Elle joue sur l'attrait de découvrir des lieux privés tout en y intégrant l'art contemporain. L'originalité et l'innovation de ce projet résident dans l'aspect ludique. Cela reflète les réflexions de Maffesoli (2010) sur le rôle essentiel du jeu dans les pratiques culturelles actuelles. Cette dimension est souvent négligée dans les pratiques muséales traditionnelles, mais elle est ici centrale pour attirer d'autres types de publics. Ce projet a attiré un public diversifié, y compris des non-habituels des musées, et a favorisé des liens entre ces publics et les habitants locaux. L'apprentissage informel, par contact avec l'équipe technique et les responsables du musée, a permis aux participants de s'approprier l'art de manière naturelle. De plus, il a offert aux visiteurs une approche ludique pour découvrir et ressentir les œuvres. Néanmoins, contrairement aux projets *Art Truck* et *Une œuvre, mon histoire*, où les participants ont été impliqués dès le début, ceux de *Beauty and Room* ont principalement contribué à la sélection et à l'exposition des œuvres. De plus, ils n'étaient pas obligés d'endosser un rôle de médiateur, puisque des présentations écrites des œuvres étaient déjà disponibles.

Les projets encouragent les interactions sociales et des échanges d'idées. Les participants apprennent par le biais des discussions et des interactions influencées par le contexte social et l'environnement collectif. Chaque individu réfléchit et s'approprie les œuvres selon ses propres critères, en fonction de ses expériences et perceptions. Ainsi, ces études de cas montrent un mélange de deux approches. D'un côté, la construction individuelle des connaissances (constructivisme) et de l'autre, la co-construction collective (socio-constructivisme). Les participants ne sont pas seulement spectateurs, mais deviennent acteurs en s'appropriant les œuvres d'art et en les utilisant comme un moyen d'expression personnelle et citoyenne. Cette démarche interactive les pousse à réfléchir et à contribuer activement à la création artistique et au dialogue social. Ce qui les distingue des approches traditionnelles, c'est qu'il transforme l'art en un outil pour exprimer des idées et des expériences personnelles. D'un autre côté, les entretiens menés avec les acteurs institutionnels apportent une perspective plus large sur l'innovation en matière de médiation culturelle. Caroline Favre, conseillère culturelle à l'État du Valais, met en avant l'importance des formats participatifs qui répondent aux besoins spécifiques d'un public donné. Selon elle, les projets les plus innovants sont ceux qui ciblent un public particulier en adaptant les formats en fonction de leur besoin : « *en tout cas pour ce que j'ai vu jusqu'à maintenant, les formats les plus innovants sont les formats souvent qui ciblent réellement un public particulier. Parce que ça veut dire qu'il y a une vraie réflexion* »

(C.Favre, entretien personnel, 10.06.2024). Ainsi partir du public cible nécessite une réflexion approfondie sur ce dont ce public a besoin pour accéder à la médiation culturelle et sur les ajustements nécessaires pour répondre efficacement à ces attentes.

Sandra Meyer, chargée de mission pour la participation culturelle à la Ville de Lausanne, et Véronique Lombard, Responsable de l'unité Développement des Publics à la Ville de Genève, apportent un éclairage supplémentaire sur l'innovation en médiation culturelle, en insistant sur le rôle croissant du numérique. L'une explique que le numérique offre des possibilités nouvelles pour faciliter la participation et rendre la médiation plus accessible et l'autre parle de la possibilité de croiser des expériences physiques et numériques pour enrichir la médiation. Elle évoque l'idée de « Phygital » pour décrire cette combinaison :

<p><i>« Pour moi c'est vraiment peut-être, les différences c'est vraiment ces degrés de participation à l'intérieur. On peut y intégrer de nouveaux outils comme le numérique. Ça fait l'objet d'ailleurs d'une rencontre de la participation culturelle où on a regardé comment on peut explorer de nouveaux territoires culturels avec le numérique et comment la médiation peut s'emparer de ces outils » (S. Meyer, entretien personnel, 17.06.2024)</i></p>	<p><i>« Alors, dans les projets innovants aujourd'hui, pour moi, c'est tout ce qui est lié au numérique et au digital (...) je considère que c'est des démarches innovantes quand on arrive à faire dialoguer deux mondes, deux types de collections différentes parce qu'aujourd'hui on a ces moyens-là, c'est quelque chose de nouveau. de faire dialoguer les contenus en ligne avec les contenus physiques » (V. Lombard, entretien personnel, 21.06.2024)</i></p>
--	--

Bien que les projets numériques ne soient pas présents dans les études de cas analysées, il est clair que ce dernier représente une piste essentielle d'innovation en matière de médiation culturelle. Il permet non seulement de diversifier les expériences offertes au public, mais aussi de rendre la culture plus accessible et d'atteindre des audiences encore plus vastes. Toutefois, il est important de souligner que, malgré les avantages offerts par le numérique en matière de médiation culturelle, cette approche présente également des limites et des défis. Au-delà de la simple question d'accès, la fracture numérique réside également dans les inégalités de capital culturel, social et économique. Certains publics, notamment les personnes âgées ou issues de milieux précaires, peuvent ne pas disposer des compétences, du soutien ou du contexte nécessaires pour tirer pleinement parti des dispositifs numériques (Charmarkeh, 2015). De plus, l'expérience numérique, bien que pratique et immersive, ne peut toujours pas remplacer les interactions physiques et sensorielles qui se produisent dans les espaces culturels.

▪ Réponse à la question de recherche

La réponse à la question de recherche révèle qu'il existe une multitude d'outils et de pratiques de la médiation culturelle, chacun pouvant se combiner, s'adapter et se réinventer en fonction du projet et du public cible. Chaque initiative est unique, avec des approches spécifiques qui évoluent selon les besoins des participants, les contextes culturels et les objectifs des institutions. Il n'y a donc pas de modèle unique, mais bien une diversité de pratiques qui s'ajustent à la réalité de chaque projet. Les outils et méthodes d'accompagnement visent à démocratiser l'accès à l'art en le rendant plus ludique et accessible. Ils permettent de créer un espace d'échange où l'art devient non pas une expérience élitiste, mais une aventure collective et inclusive.

Nous avons pu observer via notre analyse des études de cas que les projets de médiation culturelle actuels ont un impact considérable sur les pratiques d'accompagnement du public, en modifiant la manière dont les institutions culturelles interagissent avec leurs publics.

Nous avons vu que, traditionnellement, la médiation culturelle se concentrait sur l'accès aux œuvres d'art à travers des explications cognitives et des outils réceptifs. Cependant, les projets participatifs et interactifs bousculent ces modèles en mettant l'accent sur l'appropriation personnelle et symbolique des œuvres par le public. L'accompagnement a évolué vers une approche où le public devient acteur de son expérience, au lieu d'être simplement un spectateur passif : *« le but de l'accompagnement, il change (...) on accompagne le public dans l'appropriation du musée et de la composition artistique »* (S.Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024). Ce changement de paradigme fait de l'accompagnement un outil d'émancipation, permettant aux différents publics de se connecter aux œuvres d'une manière qui correspond à leurs propres perceptions et expériences. En plus de rendre le public acteur de son expérience, la multiplicité des discours est un autre aspect central qui influence les pratiques d'accompagnement. En effet, l'idée est de permettre à divers publics de s'approprier l'espace culturel à leur manière, en donnant la possibilité à chaque groupe de développer son propre rapport au musée ou à l'institution culturelle. Toutefois, elle soulève également des questions sur la manière dont ces discours sont intégrés au sein de l'institution. En effet, si l'intention est d'élargir les perspectives, il reste à évaluer si cette pluriparité de voix parvient à s'imposer comme une véritable richesse ou si certaines voix continuent d'être perçues comme marginalisées dans les pratiques de médiation.

L'une des évolutions majeures réside dans le changement de posture des médiateurs eux-mêmes. En effet, cette posture est devenue plus ouverte et adaptable. Alors que, dans le passé, le médiateur était souvent perçu comme celui qui détenait le savoir et qui avait pour rôle de le transmettre au public, la médiation contemporaine favorise une approche plus démocratique. Chaque participant est encouragé à s'exprimer et à s'approprier l'art à sa manière : « *ça existe encore beaucoup, mais quelqu'un qui détiendrait un savoir que les autres n'ont pas et qui est dans une attitude transmissible par rapport à ce savoir* » (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024). Ce passage d'une posture hiérarchique à une posture plus horizontale reflète une volonté de créer un dialogue égalitaire entre le médiateur et les publics où ils sont considérés comme des co-créateurs du sens et le médiateur comme facilitateur d'expérience. Cela permet au public de développer sa propre relation avec l'art.

Caroline Favre, complète cette réflexion en expliquant que les formats classiques d'accompagnement ne suffisent plus à attirer le public. Selon elle, les médiateurs innovent en établissant des liens avec des éléments plus familiers ou attractifs pour les publics. Par exemple, elle mentionne des formats comme des "visites-brunch" ou des "concerts-apéros", qui utilisent une activité sociale ou conviviale comme prétexte pour intéresser le public à une œuvre ou à un événement culturel : « *je pense que le format innovant permettra vraiment d'atteindre les buts de la médiation culturelle qui sont de donner accès à quelqu'un qui n'irait pas forcément et puis toucher de nouveaux publics. Pour toucher les nouveaux publics, il faut faire le lien avec quelque chose que la personne connaît, qui intéresse la personne* » (C.Favre, entretien personnel, 10.06.2024). En faisant ce lien avec des activités connues et appréciées, la médiation culturelle parvient à capter l'intérêt. De plus, dans deux des cas d'étude, un élément marquant de l'approche participative a été le choix de sortir les œuvres de leur cadre habituel, tel que le musée ou les réserves, pour les exposer dans des espaces publics ou des lieux non traditionnels. Cette démarche visait à rapprocher les œuvres du quotidien des citoyens, rendant l'art plus accessible et permettant aux publics, souvent éloignés des institutions culturelles classiques, de s'approprier les œuvres dans un cadre qui leur est plus familier. En mettant les œuvres à disposition dans des espaces ouverts, les projets ont favorisé une nouvelle forme d'interaction entre les publics et l'art, créant ainsi une médiation culturelle plus dynamique et inclusive. Ce changement de paradigme reflète ainsi une volonté d'abaisser les barrières symboliques et sociales qui peuvent freiner l'accès à la culture.

Les projets de médiation culturelle influencent aussi les outils et méthodes d'accompagnement, qui deviennent plus variés et créatifs. En effet, cette évolution des pratiques d'accompagnement

va de pair avec une plus grande diversité des outils de médiation. L'appropriation active des œuvres exige des méthodes créatives et participatives qui vont au-delà de la simple explication des œuvres d'art. Ainsi, les projets actuels mettent en place des outils diversifiés qui répondent aux besoins de différents types de publics : *« je pense qu'il y a une plus grande variété de propositions qui sont faites au public (...) vu que les objectifs changent un peu, qu'on est plus pour permettre l'expression du public, permettre l'appropriation, plus que d'en faire comprendre, logiquement, les outils et les méthodes pour arriver à ces objectifs sont différents »* (I. Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024). Ces outils permettent d'enrichir et de diversifier les expériences proposées aux publics, qu'il s'agisse d'ateliers créatifs et interactifs, de performances participatives, ou d'interactions directes sous forme de dialogues où les visiteurs sont encouragés à explorer les œuvres de manière active. Cela reflète une véritable démarche de démocratisation de l'accès à la culture, où l'accompagnement est pensé pour s'adapter aux intérêts et aux rapports personnels de chacun à l'art.

Ainsi, l'influence des projets de médiation se manifeste par la nécessité d'adapter les pratiques d'accompagnement en fonction des publics cibles. Véronique Lombard met également en avant cette personnalisation des méthodes d'accompagnement, où les outils sont ajustés pour répondre aux attentes spécifiques : *« l'accompagnement, il est un petit peu à la carte, c'est-à-dire que tout va devoir s'adapter au fond au public cible »* (V. Lombard, entretien personnel, 21.06.2024). Par exemple, l'utilisation d'outils comme le FALC (Français Facile à Lire et à Comprendre) ou des dispositifs d'accessibilité permettent de toucher des publics variés, incluant des personnes en situation de handicap ou des non-publics éloignés des institutions. Ainsi, cette personnalisation des pratiques d'accompagnement est un autre aspect central de l'influence des projets de médiation.

En même temps, cette transformation des pratiques est étroitement liée à l'évolution générale des méthodes dans la médiation culturelle. Anne Bourban souligne que les partenariats entre institutions culturelles et d'autres acteurs, comme des festivals ou des salles de concert, poussent les institutions à expérimenter de nouvelles manières d'accompagner le public. Cela correspond également aux recommandations de la politique culturelle : *« moi, je trouve ça rend créatif. Ce que je veux dire, c'est que ce genre de partenariat, il nous amène à sortir un petit peu de notre zone de confort aussi et d'essayer des choses (...) je pense que ça peut changer nos idées d'accompagnement, en fait, parce que tout à coup (...) ça va nous amener à faire quelque chose d'autre (...) c'est la richesse des partenariats qui amènent leur identité, qui n'est pas la nôtre, leur public, qui n'est pas le nôtre, etc. Donc oui, ça fait évoluer les outils »* (A.

Bourban, entretien personnel, 09.08.2024). Ainsi, ces collaborations enrichissent les pratiques d'accompagnement en introduisant des éléments interdisciplinaires, différentes méthodes et qui ouvrent de nouvelles perspectives pour engager le public. L'aspect social et collaboratif de la médiation devient de plus en plus central dans l'accompagnement. Sandra Meyer, explique que la médiation ne consiste plus seulement à offrir un accès physique aux musées, mais à créer des liens sociaux en partenariat avec des associations et des relais communautaires : « *ce n'est pas uniquement en leur donnant un billet gratuit pour aller au musée que la personne va aller au musée (...) comment donner envie aux personnes de participer à un atelier ? Il faut cet accompagnement. L'accompagnement et je parlerais aussi de relais (...) c'est-à-dire trouver les bonnes associations, les bonnes personnes qui sont capables de parler des projets* » (S.Meyer, l'entretien personnel, 17.06.2024). Elle met également l'accent sur l'importance de l'accompagnement des publics à travers des partenaires locaux, avec des associations pour rendre les pratiques de médiation plus efficaces. Ce point met en évidence qu'aujourd'hui cet accompagnement ne repose pas seulement sur les médiateurs eux-mêmes et leurs approches, mais sur une approche collective, où différents acteurs travaillent ensemble pour attirer et impliquer des publics cibles.

En somme, l'analyse des cas d'étude et l'analyse des entretiens ont permis de mettre en lumière les diverses influences des formes actuelles de médiation culturelle sur les pratiques d'accompagnement du public. Que ce soit à travers des interactions sociales renforcées, des outils participatifs ou des dispositifs numériques, ces projets montrent comment la médiation culturelle évolue pour répondre aux défis contemporains d'accès à la culture. Afin de synthétiser ces observations, nous avons élaboré un tableau récapitulatif qui met en évidence les différentes influences identifiées tout au long de cette étude.

Influence des projets de médiation culturelle	Description
Évolution de la posture des médiateurs	Les médiateurs adoptent une posture plus démocratique, passant d'une transmission descendante à une facilitation d'échanges.
Personnalisation des pratiques d'accompagnement	Les pratiques sont adaptées aux besoins spécifiques des publics, avec des outils et des méthodes sur mesure pour chaque groupe
Participation active du public	Les projets participatifs permettent au public de s'approprier les œuvres, transformant les spectateurs passifs en acteurs de l'art.
Multiplicité des discours	Les projets de médiation encouragent la diversité des points de vue.
Diversification des outils de médiation	Les outils de médiation évoluent vers des pratiques plus diversifiées, incluant des méthodes interactives et participatives qui vont au-delà de la simple transmission et qui favorisent l'expression personnelle et l'appropriation des œuvres par les publics.
Partenariats interdisciplinaires	Les projets de médiation participatifs permettent la création de collaboration enrichissant les pratiques d'accompagnement avec de nouvelles perspectives
Dimension sociale de la médiation	L'accompagnement ne se limite plus à l'accès physique aux œuvres, mais vise aussi à créer des liens sociaux
Accompagnement des publics spécifiques	Les projets de médiation culturelle participatifs s'adaptent à différents publics (personnes âgées, migrantes, publics, empêchés) grâce à des dispositifs d'accessibilité.

Tableau 2: tableau réalisé sur la base des analyses d'entretien

▪ Quels sont les défis de l'accompagnement des publics

Cette influence sur les pratiques d'accompagnement n'est pas sans défis. Caroline Favre, relève que les projets actuels de médiation participative exigent plus de temps et de ressources, ce qui complexifie la mise en œuvre des pratiques d'accompagnement : *« j'ai l'impression que le terrain ne suit pas forcément la volonté politique. Probablement par manque de moyen, parce qu'en fait on est tout à fait conscient que la médiation culturelle participative prend plus de temps et coûte plus cher, que la médiation culturelle réceptive »* (C.Favre, entretien personnel, 10.06.2024). Sandrine Moeschler, quant à elle, souligne également que : *« le processus participatif dans une institution culturelle, ça demande une manière de s'adapter de façon assez générale, ça demande un temps long, auquel on n'est pas forcément habitué dans les projets culturels »* (S.Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024). En effet, cela reflète une réalité dans laquelle les institutions doivent investir davantage pour développer des méthodes d'accompagnement adaptées aux publics. Le rôle du médiateur devient alors plus spécialisé et l'accompagnement nécessite une réelle expertise pour répondre aux divers besoins du public. Ce qui pose également la question de la durabilité de ces pratiques. Si elles ne sont pas soutenues par des ressources suffisantes, les efforts pour instaurer une médiation plus inclusive risquent de rester limités à des initiatives ponctuelles.

Un autre aspect intéressant, soulevé par Sébastien Oelsen, est le fait que les critères rigides imposés où il faut déterminer à l'avance les outils qui vont être utilisés peuvent parfois entraver l'efficacité de l'accompagnement. Ce dernier fait la remarque que, bien que certaines pratiques soient formalisées, la vraie médiation, selon lui, repose souvent sur des interactions spontanées et naturelles entre le public et les œuvres : *« on doit laisser plus de liberté aux acteurs selon moi (...) À chaque fois qu'on fait des projets participatifs selon les critères, il y a 4 personnes, il faut les tirer pour qu'ils viennent le faire et ça n'a pas de sens. Ça vaudrait peut-être la peine de suivre une vingtaine et de voir combien il y a de personnes et comment ces personnes ont été mobilisées »* (S.Oelsen, entretien personnel, 06.06.2024). Ainsi, pour lui, ces critères ne sont pas toujours nécessaires ou bénéfiques, car la médiation ne devrait pas être imposée de manière rigide. L'accompagnement doit être fluide et non imposé, laissant place à des moments d'échange qui se créent naturellement, sans forcer cette interaction : *« pour moi c'est réussir à sensibiliser des gens à des choses qu'ils ne connaissent pas ou moins et puis à créer du questionnement, de l'interrogation, voir du plaisir pour quelque chose qu'on a pas l'habitude de concevoir dans le milieu culture »* (S.O, entretien personnel, 06.06.2024). Autrement dit, il

estime que la vraie médiation se produit lorsque le public se connecte aux œuvres de manière organique. Il plaide pour un accompagnement plus spontané, fluide et décontracté, où le public est libre de ressentir et de se connecter à l'art sans trop d'interventions formelles. D'ailleurs, le PALP n'a pas de méthodes ou d'outils d'accompagnement formel. Les projets sont construits sur mesure : « *on construit comme ça vient (...) ça dépend des personnes, ça dépend de la sensibilité, ça dépend du projet* » (ibid). Néanmoins, le défi réside dans le fait que les cantons, communes, à travers les objectifs de la politique culturelle, imposent des critères spécifiques, notamment pour le financement des projets participatifs, et il reste souvent difficile de sortir de ces cadres prédéfinis. Ainsi, bien que cette approche favorise une médiation moins normative, les contraintes institutionnelles peuvent parfois limiter la flexibilité nécessaire pour innover.

Enfin Véronique Lombard évoque également l'apparition de nouveaux formats dans la médiation culturelle, comme le projet de médiation au musée d'Art et d'Histoire de Genève (MAH). Ce projet, qui mêle des pratiques de bien-être comme le yoga avec la médiation culturelle, montre comment les pratiques d'accompagnement évoluent pour toucher des publics particuliers, notamment des personnes avec des besoins spécifiques (Burkhalter, 2024). Ce type de médiation, qui intègre à la fois des éléments physiques et émotionnels, vise à connecter les œuvres d'art aux expériences de vie des participants. Elle les invite à réfléchir sur leur propre vécu à travers le prisme des œuvres exposées. Ce type de projet illustre bien l'impact des projets de médiation culturelle sur l'évolution des pratiques d'accompagnement : en élargissant le cadre de la médiation à des approches holistiques, on touche de nouveaux publics et on leur propose des expériences culturelles qui vont au-delà de la simple explication des œuvres (ibid). Cet exemple illustre comment la médiation culturelle peut s'adapter aux besoins des publics vulnérables pour améliorer à la fois l'accompagnement et le bien-être des participants, tout en élargissant et enrichissant les pratiques d'accompagnement. Toutefois, ce processus de diversification pose un défi en termes de maintien de la cohérence entre la médiation culturelle et ces nouvelles pratiques. La médiation culturelle est en constante évolution, et la question reste de savoir jusqu'où ces pratiques peuvent évoluer sans perdre de vue leur objectif fondamental : établir un lien significatif entre le public et les œuvres, tout en répondant aux nouveaux enjeux sociaux et individuels.

▪ La question de l'habitus culturel selon les professionnelles de la culture

Dans la revue de la littérature, nous avons vu que la question de l'habitus culturel était un élément important quand on parle de l'accès à la culture. Un des défis est également de réussir à modifier durablement les habitudes des individus. Cependant, les résultats en matière de création d'un habitus sont mitigés, comme le montrent les entretiens menés dans cette étude. Bien qu'aucune recherche spécifique sur l'habitus culturel n'ait été réalisée ici, les retours des participants offrent un aperçu pertinent.

D'une part, il est admis que les projets de médiation culturelle ont un impact significatif sur les publics directement concernés. Les effets de ces projets sont visibles, mais à une échelle limitée. En effet, les participants dans les projets participatifs ont pu développer une familiarité avec la culture. Ils ont été amenés à revenir dans les institutions culturelles après avoir participé à des projets, créant ainsi une sorte d'habitude culturelle : *« pour certains, il y a eu une pérennisation et puis on voit qu'on commence à créer une sorte d'habitus culturelle. En tout cas, pour les personnes concernées, oui »* (V. Lombard, entretien personnel, 21.06.2024). Cela signifie que pour un certain nombre de personnes, ces projets de médiation ont une influence durable sur leurs pratiques culturelles. Le fait de participer à ces projets les incite à revenir et à s'investir davantage dans le milieu culturel, créant ainsi une habitude qui n'était peut-être pas présente auparavant. Cependant, Lombard tempère cette observation en précisant que cette influence reste localisée et ne s'étend pas nécessairement à une échelle plus large : *« mais au-delà, non. Mais si déjà on arrive à capitaliser, c'est déjà fantastique. Après, ça ne veut pas dire que ça rejailit au-delà »* (ibid). Cet aspect illustre une certaine limite structurelle dans la médiation culturelle : bien qu'elle puisse créer un habitus chez quelques individus, elle ne réussit pas toujours à toucher des groupes plus larges ou à transformer durablement les pratiques culturelles de manière systématique. En effet, elle explique que les participants à ces projets peuvent se retrouver déstabilisés lorsqu'ils retournent dans des environnements culturels plus traditionnels, comme l'opéra, où les codes sociaux et culturels sont très stricts (ibid). Ainsi, malgré la richesse de l'expérience et la quantité de projets participatifs mis en place, le retour à des environnements culturels codifiés peut s'avérer difficile. Elle propose une alternative à ces grands projets ponctuels en suggérant de pérenniser des formats simples et répétitifs. Selon cette dernière, la clé pour créer un habitus culturel durable réside dans des projets qui s'inscrivent dans la continuité et qui offrent des expériences régulières et accessibles avec des initiatives

plus modestes, mais récurrentes qui permettent de maintenir le lien. C'est également ce que souligne une autre professionnelle : *« les défis c'est de pouvoir en fait lancer ses premiers soutiens, de pouvoir les pérenniser (...) de pouvoir faire vivre en fait tous ces projets, ne pas faire des one shots. De ne pas faire hop, on fait un petit souffle qui retombe, mais d'avoir vraiment cette temporalité au long cours, de pouvoir inscrire une action qui soit vraiment sur la durée »* (S. Meyer, entretien personnel, 17.06.2024).

De la même manière, la création d'un habitus culturel durable repose également sur la continuité de l'accompagnement des publics après la fin des projets. Iris Meierhans montre, à travers un exemple concret, comment un travail de médiation prolongé avec un groupe spécifique, comme des femmes en situation de vulnérabilité, a permis de créer des pratiques culturelles durables : *« on a par exemple fait des formations un peu en coaching de l'équipe sociale pour transmettre des outils, des méthodes qu'on utilisait pour discuter avec elleux de qu'est-ce qu'ils voulaient intégrer dans leurs manières de faire les choses. (...) Donc ça, c'est des choses qu'on essaye de transmettre aux professionnels des structures sociales avec lesquels on travaille pour qu'ils puissent perdurer et continuer d'accompagner les personnes ensuite. Et puis après, il y a aussi des fois, des choses qui se déclenchent chez les personnes. Et ça, on l'a vu vraiment à de nombreuses reprises (...) on avait accompagné un groupe de femmes qui fréquentent une association pour les victimes de violences en couple. C'est un projet de deux ans et demi qui a abouti à une création collective avec une chorégraphie. Et elles, ça émanait de leur volonté de se réapproprier l'espace public. Ce groupe, maintenant, continue sans nous, de se voir, d'échanger, elles ont un groupe, de se faire des sorties culturelles entre elles (...) Et ça, c'était des pratiques culturelles qu'elles n'avaient pas avant »* (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024). Cet exemple permet de rendre compte que lorsque les projets de médiation sont étroitement liés à un accompagnement constant, les participants peuvent s'approprier la culture de manière plus pérenne. Cependant, cela implique des ressources importantes et un engagement des institutions pour maintenir ces liens dans le temps.

Néanmoins, Anne Bourban invite à ne pas forcer l'habitus culturel chez tous les individus. Elle questionne la pertinence de vouloir systématiquement transformer les participants en visiteurs réguliers des institutions culturelles estimant que chacun devrait pouvoir choisir son niveau d'implication : *« je me demande si on ne doit pas plutôt...enfin pas renoncer, mais renoncer à vouloir créer un habitus chez les gens parce que finalement, moi, je n'aurais pas envie qu'on me dise, toi maintenant, tu es la personne type pour venir au musée tous les mois. Non, moi je veux faire autre chose aussi. Et finalement, peut-être que le succès d'un événement, le succès*

d'une proposition, il ne se calcule peut-être pas toujours en statistique » (A. Bourban, entretien personnel, 09.08.2024). Son point de vue souligne que la médiation culturelle ne doit pas nécessairement viser à créer une fréquentation régulière des institutions, mais plutôt de susciter de la curiosité et des expériences enrichissantes, même si elles sont occasionnelles et de savoir qu'il y a une variété de possibilités.

Enfin, il est important de noter que les résultats de projets de médiation en termes d'habitus sont souvent difficiles à évaluer. Comme le note Caroline Favre, il est compliqué de savoir si les participants reviennent réellement dans les institutions après avoir pris part à un projet de médiation et à quel degré ça les a touchés ou permis une modification de leur comportement. En effet, cette difficulté de suivi pose la question de l'évaluation de l'impact des projets sur la création d'un habitus culturel. Finalement, si certains projets peuvent transformer durablement les habitudes de certains participants, il est nécessaire de prendre en compte que leur portée réelle reste souvent floue en raison du manque de données et d'outils de suivi à long terme. Regardons désormais les bonnes pratiques.

Les bonnes pratiques et recommandations

La deuxième partie de notre question de recherche s'interroge sur les bonnes pratiques qu'on peut généraliser. En effet, les projets de médiation culturelle offrent des opportunités uniques pour impliquer divers publics dans les pratiques culturelles, mais leur succès dépend aussi de l'application de certaines bonnes pratiques qui favorisent la participation et l'engagement à long terme.

Sur la base des entretiens, des cas d'étude et de la revue de littérature, nous allons formuler des recommandations concrètes en matière de médiation culturelle destinées aux professionnels, associations et institutions culturelles.

Répondre aux besoins des publics cibles et valoriser la diversité des pratiques

Une des bonnes pratiques qui semble importante est de concevoir des projets qui répondent aux besoins concrets des publics et de les ancrer dans la réalité des participants. Il ne s'agit pas seulement de proposer une activité culturelle, mais de toucher des sujets qui les concernent directement, renforçant ainsi leur légitimité et leur engagement dans le processus : *« je pense qu'on se rend compte que le format classique, en fait, il attire plus forcément le public cible. Je pense que si on veut vraiment maintenant gagner du public par exemple, on doit en fait mettre en lien avec quelque chose qui va servir de prétexte »* (C.Favre, entretien personnel, 10.06.2024). Ainsi, il n'existe pas une méthode unique pour tous les publics. Chaque groupe a des besoins spécifiques qui doivent être pris en compte : *« on a besoin de cette palette d'outils. Il y a autant de besoins que de public »* (S.Moeschler, entretien personnel, 07.06.2024). Autrement dit, la diversité des pratiques, qu'il s'agisse de simples dialogues, d'ateliers participatifs ou de visites guidées, doit permettre à chaque public de trouver un format qui lui correspond.

Pérenniser et capitaliser sur les projets existant avec un accompagnement à long terme

Plutôt que de multiplier de nouvelles initiatives, il est essentiel de pérenniser les projets participatifs qui ont fait leurs preuves, tout en assurant un accompagnement prolongé des publics, notamment ceux éloignés des pratiques culturelles : *« le format, c'est une chose, mais après, comment on capitalise sur ces publics-là ? Comment on ne les lâche pas ? Et ça, on se donne peu de moyen, parce qu'ils sont volatiles ces publics, et puis à chaque fois, on va en chercher des nouveaux (...) ne pas hésiter à quand même tenter des expériences, mais tout en*

ayant en tête cette vision de consolidation. Je pense que ça reste essentiel de prendre le temps de capitaliser. Essayez de fidéliser. On est trop sur la conquête et pas assez sur la fidélisation » (V. Lombard, entretien personnel, 21.06.2024). En fidélisant les publics déjà acquis et en améliorant les projets année par année, les pratiques culturelles peuvent s’ancrer durablement dans la vie quotidienne des participants. De plus, certains projets analysés montrent l’importance d’un accompagnement prolongé. Cet accompagnement à long terme peut contribuer à créer un habitus culturel chez les participants et renforcer leur engagement culturel.

Encourager l’adaptabilité, la flexibilité et la co-construction

La flexibilité et la capacité d’adaptation sont des éléments clés pour réussir un projet de médiation. Plutôt que de suivre un plan rigide, il est important de laisser place aux ajustements en fonction des besoins des participants et des résultats obtenus : *« pour moi, le point d’attention en fait, c’est de partir en tout cas comme médiatrice culturelle, c’est de se dire je pars avec une idée, mais c’est un cheminement. Et sur ce chemin-là, je dois savoir m’adapter »* (S.Meyer, entretien personnel, 17.06.2024). Pour ce faire, travailler avec les participants dès le début dans une démarche de co-construction permet de renforcer le projet, leur légitimité et leur appropriation, tout en valorisant leurs avis et leurs expériences : *« il faut aussi être assez courageux et honnête de donner la parole, même si la parole n’est pas ce qu’on avait envie d’entendre »* (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024)

Intégrer la médiation dans des contextes variés

Il s’agit aussi de rendre la médiation culturelle plus accessible en le proposant dans des endroits où les gens se sentent à l’aise et curieux, sans qu’ils aient besoin de changer radicalement leur comportement. Comme observé dans deux des cas d’étude, exposer les œuvres dans l’espace public permet de toucher un public diversifié et d’attirer un plus grand nombre de personnes : *« intégrer la médiation dans un contexte où il y a un public qui ne s’y attend pas, mais qui serait intéressé »* (S.Oelsen, entretien personnel, 06.06.2024). Ainsi, il est recommandé de laisser aussi la médiation culturelle s’intégrer de façon naturelle dans des moments ou des lieux où les gens ne s’attendent pas forcément à vivre une expérience culturelle. Cela peut rendre l’expérience plus spontanée.

Travailler dans une posture d'échange et d'horizontalité

Il est primordial de maintenir une posture d'échange dans la relation avec le public. La diversité et l'inclusion sont des enjeux centraux. La médiation culturelle de type participatif doit être un dialogue et non une simple transmission d'informations lorsqu'on veut que les gens participent. Ainsi, il est recommandé de valoriser les avis et les expériences des participants et d'éviter toute forme d'instrumentalisation. Chaque public doit être encouragé à s'exprimer et à participer activement, sans être limité par ses propres préjugés : « *ne pas enfermer les gens dans ce qu'on croit savoir d'eux. Ce n'est pas parce qu'on se dit que quelqu'un ne parle pas bien français ou qu'il a un handicap ou comme ça qu'en fait ils sont réduits à ça* » (I.Meierhans, entretien personnel, 03.07.2024). Il est crucial de ne pas diminuer les attentes envers certains publics, mais au contraire de leur fournir des outils qui leur permettent de dépasser les barrières sociales, linguistiques ou culturelles afin de renforcer leur engagement et leur participation active.

Valoriser les partenariats et les collaborations

Finalement, comme nous l'avons vu, les partenariats sont un levier important pour maximiser l'impact des projets de médiation. Ils permettent l'utilisation d'autres outils, valorisent ou font connaître une institution, et créent ou ont créé en amont un lien de confiance avec les participants et/ou visiteurs : « *c'est la richesse des partenariats qui amènent leur identité, qui n'est pas la nôtre, leur public, qui n'est pas la nôtre* » (A. Bourban, entretien personnel, 09.08.2024). Cela permet de toucher un public plus large et d'enrichir les projets grâce à des ressources, des méthodes et des expertises diversifiées. Le partenariat avec des institutions externes peut aussi ouvrir des opportunités de co-création et rendre les projets plus pertinents pour les communautés locales.

Conclusion et limites

En conclusion, les projets de médiation culturelle influencent profondément les pratiques d'accompagnement, non seulement en modifiant les outils et méthodes utilisés, mais aussi en redéfinissant la posture des médiateurs. Cette transformation se traduit par une plus grande flexibilité, créativité et personnalisation des pratiques, afin de s'adapter aux besoins spécifiques des publics. L'accompagnement devient un processus de facilitation, où les participants sont encouragés à s'approprier les œuvres et à participer activement à la création de sens.

Ces évolutions sont également renforcées par l'intégration de dimensions sociales et interdisciplinaires, qui reflètent une médiation culturelle en constante mutation. Toutefois, l'ambition de créer un habitus culturel à travers la médiation reste un défi. Bien que certains projets parviennent à instaurer des pratiques culturelles durables, cette réussite est souvent limitée à des groupes ou projets spécifiques. La continuité des formats et l'accompagnement régulier, à long terme, sont essentiels pour ancrer ces pratiques. La médiation culturelle, telle que pratiquée dans ces projets, repose sur une participation active et une adaptation aux besoins des publics, mais elle doit continuer à évoluer pour répondre aux enjeux d'accessibilité et de co-construction des savoirs.

À la lumière de l'évolution de la médiation culturelle et la diversité des outils explorés dans ce mémoire, il apparaît clairement que les projets ont effectivement évolué pour mieux répondre aux problématiques liées à l'accès à la culture. Ces projets s'efforcent également de s'aligner avec les objectifs des politiques culturelles, en diversifiant leurs approches et en adaptant leurs outils. Cette dynamique contribue ainsi à une plus grande démocratisation de la culture en renforçant la participation active des publics.

Dans le cadre de cette recherche, certaines limites doivent être reconnues. Tout d'abord, bien que l'analyse repose sur des études de cas précises, elle ne couvre qu'un échantillon limité de projet de médiation culturelle. Cela restreint la portée des conclusions et limite la généralisation des résultats dans d'autres contextes. De plus, l'absence d'un cadre théorique unique pour structurer l'analyse peut être vue comme une autre limite. En effet, l'approche adoptée s'appuie essentiellement sur des témoignages et des pratiques concrètes, sans ancrage direct dans une théorie spécifique de la médiation culturelle. Cette méthode, bien qu'adaptée à une étude exploratoire, peut laisser de côté certains aspects plus abstraits ou conceptuels qui auraient pu enrichir l'analyse.

Bien que les entretiens aient été essentiels pour recueillir les avis des professionnels, cette méthode repose sur des perceptions subjectives qui peuvent influencer certains résultats. Il aurait été judicieux de compléter ces entretiens avec d'autres techniques, telles que des observations directes ou des analyses quantitatives, afin d'obtenir une vue d'ensemble plus objective. L'impact à long terme des pratiques de médiation sur les publics n'a pas pu être évalué en profondeur, en raison du manque de données longitudinales et de suivi des participants après la fin des projets. L'absence de recueil direct des témoignages des participants constitue donc aussi une limite importante de cette recherche. En incluant leur point de vue, il aurait été possible de mieux comprendre l'impact réel des projets sur leur rapport à la culture et de s'inscrire également dans cette pluralité de discours.

Malgré ces limites, cette recherche, nous l'espérons, apportera des éclairages sur les pratiques de médiation culturelle et leurs influences, tout en ouvrant des pistes pour des recherches futures, notamment sur l'évaluation à long terme des projets de médiation, la comparaison plus large entre différents contextes culturels ou régionaux, ou encore la médiation culturelle pour les enfants.

En effet, cette recherche n'a pas pour ambition de révolutionner le domaine de la médiation culturelle, elle a néanmoins permis de clarifier un champ parfois flou et complexe. Les recommandations, les mises en œuvre des projets et les méthodes utilisées constituent des ressources précieuses pour les professionnels du terrain, qui jouent un rôle clé dans la transformation des pratiques culturelles. Les méthodes détaillées et les outils spécifiques employés dans ces projets, qui ne sont souvent pas facilement accessibles via les sources publiques, offrent un éclairage concret sur les pratiques actuelles. Cette perspective pratique peut s'avérer utile pour les autres professionnels, en leur fournissant des exemples concrets à adapter dans leurs propres contextes. Finalement, les observations faites dans la revue de la littérature concernant l'évolution des pratiques d'accompagnement se vérifient bien dans la pratique, comme le montrent les études de cas présentées. Ces cas illustrent parfaitement que les défis soulevés par les professionnels interrogés, tels que l'inclusion des publics et la co-construction, restent au cœur des préoccupations et continueront d'influencer l'évolution de la médiation culturelle.

Bibliographie

Publications et ouvrages :

Abouddrar, B., & Mairesse, F. (2022). *La médiation culturelle*. Paris: Presses Universitaires de France

Bourdieu, P. (dir.) (1966a), L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public, Paris, Minuit.

Charmarkeh, H.(2015). « Les personnes âgées et la fracture numérique de « second degré » : l'apport de la perspective critique en communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*.<http://journals.openedition.org/rfsic/1294> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.1294>

Chaumier, S, & Mairesse, F (2013). Chapitre 1 - La logique de la médiation. *La médiation culturelle*. Armand Colin, pp. 23-60. <https://doi.org/10.3917/arco.chaum.2013.01.0023>.

Deutscher Museumsbund. (2010). *Museen und Lebenslanges Lernen – Ein europäisches Handbuch*. Berlin. <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/download/materialpool/MFV0301.pdf>

Dubois, É., Ahlers Vergara, G., & Lescouarch, L. (2020). Paulo Freire : une pensée, une inspiration pour une pédagogie sociale émancipatrice ? *Les dossiers des sciences de l'éducation*, (44). <http://journals.openedition.org/dse/4764> ; <https://doi.org/10.4000/dse.4764>

Guarino-Huet, M., Desvoignes, O., Piraud M., Torino, J. (2023).« Réinventer la pédagogie des opprimé·e·x·s pour développer une approche dialogique de l'art contemporain », *Lusotopie*, XXII(1) <http://journals.openedition.org/lusotopie/6719> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lusotopie.6719>

Jourdain, A., Naulin, S. (2019). Chapitre 3. Sociologie de la culture. *La sociologie de Pierre Bourdieu*. Armand Colin, pp. 73-97. <https://shs.cairn.info/la-sociologie-de-pierre-bourdieu--9782200624040-page-73?lang=fr>.

Lafortune, J.-M. (Ed.). (2012). *La médiation culturelle: Le sens des mots et l'essence des pratiques* (1st ed.). Presses de l'Université du Québec. <https://doi.org/10.2307/j.ctv18pgn8g>

Lamoureux, E. (2008). La médiation culturelle et l'engagement : des pratiques artistiques discordantes. *Lien social et Politiques*. N°60, p.159-169. <https://doi.org/10.7202/019453ar>

- Lynch, B. (n.d). *Whose cake is it anyway? A collaborative investigation into engagement and participation in 12 museums and galleries in the UK*. Paul Hamlyn Foundation. <http://ourmuseum.org.uk/wp-content/uploads/Whose-cake-is-it-anyway-report.pdf>
- Maffesoli, M (2010). Le monde comme jeu, le jeu du monde. *Sociétés*, 2010/1 n° 107. <https://doi.org/10.3917/soc.107.0011>.
- Mörsch, C., Richterich, E., & Gyger, C. (2013). *Qu'est-ce que la médiation culturelle, chapitre 1.0 à 1.4*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Mörsch, C. (2013). *Qu'est-ce que la médiation culturelle, chapitre 1.PF*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Mörsch, C. (2013). *Qu'est-ce que transmet la médiation culturelle, chapitre 3.PF*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Mörsch, C., Richterich, E., & Gyger, C. (2013). *Comment se fait la médiation culturelle, chapitre 4.0 à 4.8*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Mörsch, C., Richterich, E., & Gyger, C. (2013). Quels sont les effets de la médiation culturelle, *Chapitre 5.0 à 5.5*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Mörsch, C. (2013). *Quels sont les effets de la médiation culturelle, chapitre 5.PF*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>

- Mörsch, C., Richterich, E., & Gyger, C. (2013). *La médiation culturelle : pourquoi(pas), chapitre 6.0 à 6.8*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- Poussin, C.(2017).Pages de début. *La pédagogie Montessori*. Presses Universitaires de France, pp. 1-2. <https://shs.cairn.info/la-pedagogie-montessori--9782130795698-page-1?lang=fr>
- Rouzé, V (2010). Médiation/s : un avatar du régime de la communication ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010/2 Dossier 2010. pp. 71-87. <https://doi.org/10.3917/enic.hs02.0500>.
- Saez, J.-P. (2018). La médiation culturelle : Ferment d'une politique de la relation. *La Revue des politiques culturelles, L'Observatoire*, . N°51,p. 1-2. Récupéré sur le site : https://www.kultur-vermittlung.ch/fileadmin/user_upload/la_mediation_culturelle_ferment_d_une_politique_de_la_relation_telecharger_le_numero.pdf
- Sennett, R. (1998). *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*, Berlin: Berlin-Verlag.
- Ulrich Glarner,H. (2013). Quels sont les effets de la médiation culturelle, *chapitre 5CP*. Dans *Le temps de la médiation*. Publiée par l'Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich (ZHdK), sur mandat de Pro Helvetia. Récupéré sur le site : <https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/v1/?m=0&m2=1&lang=f>
- UNESCO Institute for Statistics. (2012). *Measuring cultural participation: 2009 UNESCO framework for cultural statistics handbook No. 2*. UNESCO Institute for Statistics. <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-cultural-participation-2009-unesco-framework-for-cultural-statistics-handbook-2-2012-en.pdf>
- Wagner, A-C. (2012 « Habitus », in Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? ». <http://journals.openedition.org/sociologie/1200>

Recherches et statistiques :

Lamoureux, È., Dubé, M., Hervé, M., Tourigny-Fleury, A., & Maignien, N. (2022). *La médiation culturelle et les publics marginalisés : typologie des pratiques au sein des organismes culturels et artistiques*. Département d'histoire de l'art, Université du Québec à Montréal. https://omec.inrs.ca/wp-content/uploads/2022/06/La-me%CC%81diation-culturelle-et-publics_final.pdf

Office fédéral de la statistique (OFS). (1990). *La culture en Suisse : Un panorama statistique* (Statistique officielle de la Suisse, N° 305). Office fédéral de la statistique. <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/344802/master>

Office fédéral de la statistique (OFS). (2020). *Les pratiques culturelles en Suisse: Principaux résultats 2019 et comparaison avec 2014*. Département fédéral de l'intérieur. <https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/15044400/master>

Pochon, Y. (2016). *Accès à la culture et médiation culturelle pour les jeunes publics (4-20 ans) en Suisse romande : Enquête sur les pratiques culturelles*. CIIP et CDAC-SR. <https://www.ciip.ch/FileDownload/Get/333>

Simard, J., Casemajor, N., Sugàr, A., Sirois, E., & Guedj, R. (2014). *Les effets de la médiation culturelle : Participation, expression, changement*. Département de sociologie, Université du Québec à Montréal, Centre de recherche sur les innovations sociales. https://montreal.mediationculturelle.org/wp-content/uploads/2010/04/Synthese_EffetMediationCulturelle_VdMtl1.pdf

Articles et revues :

Rindlisbacher. (2023). *Message culture: L'orientation politico-culturelle générale est correcte, mais plus de moyens sont nécessaires*. La Revue Musicale Suisse. <https://www.revuemusical.ch/basis/sonart/2023/11/message-culture-lorientation-politico-culturelle-generale-est-correcte-mais-plus-de-moyens-sont-necessaires>

Tribune de Genève. (2023). *L'art dans mon quartier, c'est toute une histoire*. Argus Data Insights. https://destination27.ch/wp-content/uploads/2023/12/TDG_130622_Lartdansmonquartier.pdf

Messages cultures :

Office fédéral de la culture. (2011). *Message du 23 février 2011 concernant l'encouragement de la culture pour la période 2012-2015* (FF 2011 2773).
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2011/455/fr>

Office fédéral de la culture. (2015). *Message du 28 novembre 2014 concernant l'encouragement de la culture pour la période 2016-2020* (FF 2015 461).
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2015/45/fr>

Office fédéral de la culture. (2020). *Message du 26 février 2020 concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021-2024* (FF 2020 3037).
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2020/725/fr>

Office fédéral de la culture. (2024). *Message du 1er mars 2024 concernant l'encouragement de la culture pour la période 2025-2028* (FF 2024 753).
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2024/753/fr>

Lois :

Constitution fédérale de la Confédération suisse [Cst.] du 18 avril 1999 (2024). *Recueil systématique RS* 101.
<https://www.fedlex.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/1999/404/20240101/fr/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-1999-404-20240101-fr-pdf-a-1.pdf>

Loi fédérale sur l'encouragement de la culture [LEC] du 11 décembre 2009 (2022). *Recueil systématique RS* 442.1.
<https://www.fedlex.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/2011/854/20220101/fr/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-2011-854-20220101-fr-pdf-a-1.pdf>

Nations Unies. (1948). *Déclaration universelle des droits de l'homme*. <https://www.un.org/fr/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Rapport d'activité :

Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne. (2023). *Rapport d'activités 2022*.
https://www.mcba.ch/wp-content/uploads/2023/11/MCBA_RapportActivites2022_60pagesA5-copie.pdf

Sites internet :

- Burkhalter, I. (2024). *Le bien-être au MAH*. Musée d'art et d'histoire de Genève. <https://www.mahmah.ch/voir-et-en-parler/articles/articles-blog/le-bien-etre-au-mah>, consulté le 22 septembre 2024
- Daniele. (2010). *Labyrinthe artistique*. Montréal Médiation Culturelle. <https://montreal.mediationculturelle.org/peristyle-nomade/>, consulté le 25 mai 2024
- Département fédéral de l'intérieur (DFI). (s.d.). *Politique culturelle et encouragement de la culture*. <https://www.edi.admin.ch/edi/fr/home/themes/culture/politique-culturelle-et-encouragement-de-la-culture.html>, consultée le 4 mai 2024
- Département fédéral de l'intérieur (DFI). (s.d.). *Office fédéral de la culture*. <https://www.edi.admin.ch/edi/fr/home/le-dfi/organisation/offices-federaux/office-federal-de-la-culture-ofc.html>, consultée le 4 mai 2024
- Destination 27. (s.d.). *À propos*. <https://destination27.ch/a-propos/>, consultée le 26 juin 2024
- Destination 27. (s.d.). *L'équipe*. <https://destination27.ch/lequipe/>, consultée le 26 juin 2024
- Destination 27. (s.d.). *Art Truck*. <https://destination27.ch/projets/art-truck/>, consultée le 26 juin 2024
- Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne. (n.d.). *Historique*. <https://www.mcba.ch/historique/>, consultée le 5 juillet 2024
- Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne. (n.d.). *Une œuvre, mon histoire*. <https://www.mcba.ch/une-oeuvre-mon-histoire/>, consultée le 5 juillet 2024
- Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne. (n.d.). *Une œuvre, mon histoire – Un projet participatif*. <https://www.mcba.ch/une-oeuvre-mon-histoire/#:~:text=Un%20projet%20participatif>, consultée le 5 juillet 2024
- Office fédéral de la culture (OFC). (2013). *Définition de la culture par l'UNESCO*. <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/themes/definition-de-la-culture-par-l-unesco.html>, consultée le 4 mai 2024
- PALP Festival. (s.d.). *Le PALP*. <https://palpfestival.ch/le-palp/>, consultée le 6 août 2024

Pro Helvetia. (s.d.). *Histoire*. <https://prohelvetia.ch/fr/histoire/>, consultée le 17 avril 2024

Stimultania. (s.d.). *Les mots du clic*. <https://www.stimultania.org/les-mots-du-clic/>, consultée le 5 juillet 2024

Audios et images :

Destination 27. (n.d.). *Camionnette du projet Art Truck* [Photographie]. Destination 27. <https://destination27.ch/projets/art-truck/>

Ghulam Dastagir, M. (n.d.). *Commentaire sur "Le jugement de Salomon"* [Capsule audio]. Musée Cantonal des Beaux-Arts. <https://www.mcba.ch/mon-oeuvre-mon-histoire/>

Hassan Ali, H. (n.d.). *Commentaire sur "acques Sablet - portrait de famille avec la Basilique de Maxence."* [Capsule audio]. Musée Cantonal des Beaux-Arts. <https://www.mcba.ch/mon-oeuvre-mon-histoire/>

Le jugement de Salomon [Peinture]. (1670-1685). Musée Cantonal des Beaux-Arts. <https://www.mcba.ch/collection/le-jugement-de-salomon/>

Musée Cantonal des Beaux-Arts. (n.d.). *Participant* du projet [Photographie]. <https://www.mcba.ch/une-oeuvre-mon-histoire/>

Musée Cantonal des Beaux-Arts. (n.d.). *Participant* devant l'oeuvre d'Olivier Mosset [Photographie]. <https://www.mcba.ch/une-oeuvre-mon-histoire/>

Portrait de famille avec la basilique de Maxence [Peinture]. (1791). Musée Cantonal des Beaux-Arts. <https://www.mcba.ch/collection/portrait-de-famille-avec-la-basilique-de-maxence/>

Documents fournis par les interviewées

Destination 27. (n.d.). Rapport final. ART TRUCK #003 Écoquartier Jonction (pp. 6-7). Document interne non publié.

PALP, Musée d'Art du valais. (n.d.). *Beauty and Room exposition*. Fiche fournie aux visiteurs. Document interne non publié.

Annexes

Annexe 1 : présentation des méthodes de médiation dans le cadre du CAS- médiation

Tentative de catégorisation d'outils/méthodes

RELATIONNELS, de gestion de groupe

D'ACCESSIBILITE, permettre l'expérience d'une oeuvre malgré une difficulté physique ou cognitive

D'APPROPRIATION: faciliter l'interprétation d'une œuvre, formuler un avis personnel, apporter des infos sur l'œuvre et l'artiste.

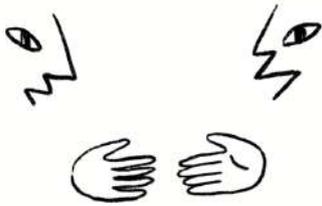
D'EMERGENCE: faire émerger un désir, une thématique, inventer/stimuler les idées pour un projet culturel/artistique.

DE CREATION: stimuler l'imaginaire et inviter à créer.

En voyez-vous d'autres?



outils & méthodes relationnels



- check-in, check-out
- brise-glaces
- prise de décisions
- facilitation de la participation au groupe
- distribution de la parole
- facilitation de l'intelligence collective
- gestion des conflits

Intéressant d'aller chercher des méthodes et approches dans les courants de gouvernance partagée

(sociocratie, holocratie, université du nous, ...)



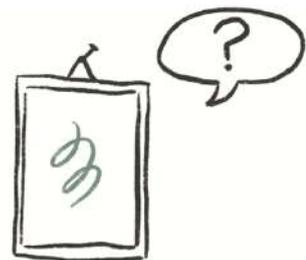
outils & méthodes d'accessibilité physique

- Permettre de faire l'expérience d'un spectacle à un public malvoyant/aveugle ou malentendant/sourd: audiodescription, chuchotage, interprétation en langue des signes, visites tactiles, représentations RELAX...
- Permettre de faire l'expérience d'oeuvres plastiques: visites tactiles, (audio)descriptions, visites en langue des signes, visites en FALC
- Permettre la rencontre avec des oeuvres malgré l'impossibilité de se déplacer dans des institutions culturelles: représentations en institutions, amener des oeuvres (en prison, EMS...)
- ...

destination
vingt
sept

outils & méthodes d'appropriation

- décomplexer, dépasser les a priori sur une œuvre
- mettre en conditions de réception
- faciliter l'interprétation d'une œuvre
- faire émettre un avis personnel sur une œuvre
- confronter différents regards / opinions sur une oeuvre
- apporter des informations sur une œuvre et l'artiste
- aborder une œuvre par la pratique
- ...



destination
vingt
sept

outils & méthodes d'émergence

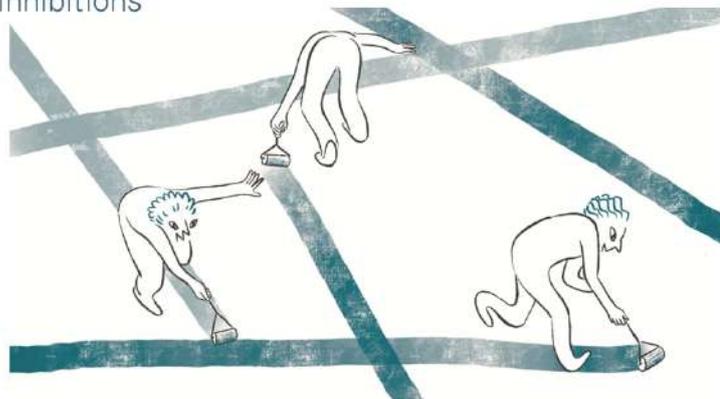
- faire émerger un désir
- définir une thématique
- inventer, stimuler des idées pour un projet culturel/artistique
- élaborer une commande artistique
- ...



destination
vingt

outils & méthodes de création

- stimuler l'imaginaire
- inviter à créer
- contribuer à une création collective
- dépasser les inhibitions



destination
vingt
sept

Annexe 9 : Grilles d'entretien

Grille d'entretien avec les personnes qui ont participé à mettre en place le projet

1) Présentation de la personne

- Parcours, Formation, Rôle et titre

2) Description du projet

- les objectifs le public cible ? collaboration financement

3) Conception et mise en œuvre

- Les grandes étapes de la mise en œuvre du projet

- médiation culturelle et innovation

4) Pratiques d'accompagnement (approche) et participation

- Méthodes, outils, pratiques

- Pourquoi la sélection de ces méthodes

- Un exemple

5) Impacts et influences :

- Impacts et limites observés

- Habitus culturel

- Évaluation

- Influence sur les pratiques d'accompagnement du public?

6) Définition et bonnes pratiques

- Définition subjective de la médiation culturelle

- Évolution de la médiation culturelle

- Conseils

Grille d'entretien avec les personnes des institutions publiques

1) Présentation de la personne

parcours formation Rôle au sein de la ville,

2) Définition de la MC

Ses objectifs quels sont les publics cibles ? Collaborations ?

3) Rôle de la MC dans la politique culturelle du canton

Pourquoi vouloir mettre en place la médiation culturelle au niveau de la ville/canton

4) Les formes actuelles de MC/ évolution de la MC :

Qu'est-ce qui est proposé comme projet de médiation culturelle au niveau de la ville?

Médiation culturelle traditionnelle VS innovante (qu'est-ce qui change)

Évolution de la médiation culturelle

5) Pratiques d'accompagnement et participation

Rôle du public dans les projets

Quelles initiatives ou politiques ont été mises en place par la ville pour soutenir la MC ?

Critères de sélection

Méthode d'accompagnement au niveau de la ville/canton qui les choisit ?

Évolution des pratiques

Influence sur les pratiques d'accompagnement du public ?

6) Impacts et influences

Impacts et limites de la médiation culturelle

Habitus culturel

7) Projet étudié dans le cadre du mémoire

Lien entre la ville/canton et le projet

8) Défis et opportunités des nouvelles formes de médiation

Principaux défis auxquels la ville fait face en matière de médiation culturelle ou participation culturelle ?

Comment on les surmonte ?

9) Évaluation

Critères ? qui fait l'évaluation

10) Définitions et bonnes pratiques

Conseils

Échange sur les bonnes pratiques (forums, comités ou groupe de travail)

Annexe 10 : Code Book

Thème	Définition	Objectif/signification du code	Citation directe
Méthode d'accompagnement	Les professionnels décrivent les différentes méthodes employées pour guider et accompagner les publics dans les projets culturels	Comprendre les outils et techniques utilisés pour faciliter la participation et l'interaction avec les œuvres	<i>Tous les visiteurs, ils avaient l'équivalent d'un cartel développé qui leur donnait les infos justement pour pouvoir faire le jeu. Et il y a des gens qui lisaient le petit texte du cartel en disant « Ah ouais, c'est une œuvre d'Angel Duarte.</i>
Parcours	Les professionnels expliquent leur parcours professionnel ou personnel, en lien avec leur rôle dans les projets de médiation culturelle	Informations sur les différents parcours et leur manière d'aborder la médiation culturelle et la conception des projets	<i>Mon parcours, j'ai fait sciences politiques à l'Université de Lausanne, et puis à côté de cela, j'ai travaillé longtemps à une salle de concert comme bénévole qui s'appelle les "caves du manoir" à Martigny, une petite salle, ensuite j'ai continué durant mes études à travailler à Lausanne comme au Docks.</i>

Habitus culturels	Discussion sur la création d'un habitus culturel et les défis rencontrés	Explorer les limites de la médiation culturelle en termes de création d'habitude culturelle et l'intégration des publics éloignés	<i>Est-ce qu'on a créé un habitus culturel, à mon avis ? Non. Parce que, en fait, quand ces personnes vont se retrouver de nouveau dans un fonctionnement traditionnel, c'est-à-dire à l'opéra, où tout le monde est sapé avec ses trucs de marque et qu'eux, ils ont pas les codes, ils vont pas se sentir bien. Ça va pas le faire. Ça va être une fois, puis ils vont... Enfin, voilà.</i>
Évaluation	Les méthodes et outils d'évaluation utilisés pour mesurer l'impact et l'efficacité des projets	Examiner s'il y a des évaluations réalisées dans le cadre des projets	<i>Non, à part une évaluation au doigt mouillé, comme ça, en se baladant dans la rue et en regardant, en écoutant... De nouveau, je trouvais que faire un processus d'évaluation, c'était totalement contradictoire avec l'esprit de l'événement.</i>
Participation et co-construction	La médiation culturelle comme outil de participation active	Analyser comment les projets de médiation permettent aux publics d'être acteurs du processus créatif	<i>Donc là on est, voilà, il y a un morceau médiation mais on est dans une logique beaucoup plus large de participation culturelle pour construire ensemble des projets, ce qui est vraiment le propre d'ailleurs de l'Art Truck où le public joue vraiment un rôle important.</i>

Impacts	Les changements et évolutions observés chez les participants des projets (subjectif)	Comprendre les effets de la médiation sur les perceptions et la relation des publics avec l'art et la culture	<i>Il y avait quand même plusieurs dans le groupe qui, au début, se sont dit très réfractaires à l'art contemporain, par exemple. En disant que c'était de la foutaise, comme ça, avec des avis assez tranchés. Et je pense que c'est des personnes qui ont évolué.</i>
Définition de la médiation culturelle	Les professionnels tentent de définir ce qu'est la médiation culturelle en fonction de leur expérience et de leur pratiques professionnelles	Apporter une meilleure compréhension de la médiation culturelle, de ses objectifs	<i>Moi j'ai commencé, on parlait de sensibilisation, ensuite on a parlé de médiation culturelle, et c'est vrai que la médiation, on le sent bien, c'est l'accompagnement, c'est de donner, de faire le lien entre l'œuvre, l'artiste et un public ou une personne. Mais c'est vrai que pour moi, dans l'aspect de participation que j'aime bien aujourd'hui en fait, c'est vraiment de rendre actif la personne.</i>
Innovation	Les approches innovantes dans la médiation culturelle	Comprendre ce qui est du ressort de l'innovation et pourquoi les études de cas peuvent être considérées comme des projets innovants	<i>Alors moi le format classique c'est vraiment c'est vraiment la production culturelle avec son accompagnement type atelier. Disons que le format participatif pour moi est plus innovant, que le format réceptif.</i>
Influence	Impact des projets sur les pratiques	Comprendre comment ces projets influent les	<i>Ça influence dans le sens où, vu que les objectifs changent un peu, qu'on est plus pour permettre l'expression du public, permettre l'appropriation, plus que d'en faire</i>

	d'accompagnement du public	pratiques d'accompagnement	<i>comprendre, logiquement, les outils, les méthodes pour arriver à ces objectifs sont différents.</i>
Bonnes pratiques	Les professionnels partagent ce qu'ils considèrent être des approches efficaces dans la médiation culturelle	Identifier et formaliser les pratiques qui permettent de maximiser l'impact et la réussite des projets de médiation culturelle	<i>Les bonnes pratiques pour moi, c'est de travailler avec des médiateurs, médiatrices culturelles, professionnelles parce que ça, ce n'est pas forcément le cas tout le temps.</i>

La commande

Que voulons-nous? Interroger le quartier par des questions ouvrant l'imaginaire / chercher la convergence plutôt que la divergence / trouver une communauté dans un quartier morcelé / révéler la diversité du quartier / montrer le quartier en tant que monde en miniature connecté aux autres quartiers / éveiller le désir / savourer, rêver, susciter des réactions.

Recette pour l'art en quartier(s)

Ingrédients

Un peu d'histoire / hôpital des pestiférés (1473) / les Rois du tir (1509-1847) / exposition nationale de 1896 (village suisse, village noir) / explosion de l'usine à gaz (23 août 1909) / le cimetière, Panthéon genevois / l'aventure Artamis, haut-lieu du squat et de la culture alternative et *Pour que pousse Coquelicot*

Une bonne dose de nature, qu'elle soit honorée ou violentée / le Rhône et l'Arve / les arbres du cimetière puis ceux du square / les milans

qui reviennent / la pollution du site (orpaillage, cyanure, hydrocarbures, métaux lourds) / le bruit, le béton / le paysage urbain et la vue / les déchets qui traînent / les bacs potagers

De la science, de la technique et de l'émotion / Genilac (pour chauffer le quartier en sortant des énergies fossiles) / les antennes 4 et 5G / l'architecture et les matériaux dont sont faits nos immeubles / l'humain en tant que "bio-ordinateur perceptif"

Evaluation

Les principaux objectifs du projet ont été globalement atteints :

Faciliter l'accès à l'art contemporain : Le fait de sortir les œuvres d'art contemporain du musée pour les amener dans des lieux du quotidien a permis à de nombreux·ses habitant·e·s et usager·e·s du quartier de s'y confronter dans leur vie de tous les jours. Les participant·e·s ont vécu une expérience esthétique en forgeant une relation avec des œuvres. Iels se sentent à présent légitimes à participer à d'autres propositions du FMAC dans le quartier.

Renforcer la participation culturelle : les participant·e·s ont été invité·e·s à prendre conscience de leurs racines et à affirmer leur propre identité culturelle. Iels ont débattu de la notion de culture et ont co-construit l'exposition avec les médiateur·trice·s de Destination vingt-sept et avec les conservateur·trice·s de la collection d'art. Iels ont développé une pratique propre et indépendante en devenant les co-médiateur·trice·s auprès des autres visiteur·euse·s de l'exposition. Iels se sont ainsi approprié « leur » collection d'art.

Susciter une manière sensible d'appréhender les œuvres : au moyen de divers outils de médiation et à partir de la philosophie de l'esthétique, Destination vingt-sept s'est appuyée sur l'art « ressenti » comme potentialité d'épanouissement et d'élargissement de sa perception du monde. Ces dispositifs de médiation ont permis aux participant·e·s de vivre les œuvres d'art d'une manière différente. Une participante qui se disait « fâchée avec l'art contemporain » a apprécié rencontrer des œuvres en partant de son ressenti et d'y donner sens, en particulier lorsque la réaction était négative.

Valorisation de l'expression : Les participant·e·s ont été invité·e·s à affirmer leurs visions et opinions vis-à-vis du groupe mais aussi de l'institution culturelle partenaire. Chacun·e a été amené·e à redéfinir son rapport à l'art, à soi et aux autres. Une des participante a mentionné à la fin que ce projet était pour elle « un moyen de m'exprimer sur des sujets importants ». Les traces des expériences vécues ont été valorisées tout au long du projet, et la contribution du groupe à la construction de l'exposition a été mise en avant lors de son vernissage et des visites proposées au public.

Renforcer les liens et la convivialité à l'Écoquartier : L'exposition a fait circuler les public entre 15 lieux différents du quartier. Des habitant·e·s vivant dans le même immeuble sans se connaître se sont rencontré·e·s dans le projet. Les liens tissés entre elleux perdurent puisque le groupe Whatsapp du projet est à présent utilisé pour s'inviter mutuellement pour des sorties ou rencontres culturelles. Malheureusement, cela concerne essentiellement des habitant·e·s de l'immeuble de la CODHA, déjà assez actif·ve·s au niveau culturel. Le projet a peiné à créer des liens entre habitant·e·s des différents immeubles.

Destination vingt-sept souhaitait, avec ce projet, réunir des habitant·e·s de chacun des trois immeubles de l'Ecoquartier afin de constituer le groupe le plus hétérogène possible. Après de nombreux efforts pour tenter de toucher et intéresser les locataires de l'immeuble de la FVGLS (Fondation de la Ville de Genève pour le logement social) trois habitantes se sont inscrites, mais seule une habitante a finalement participé aux rencontres. Elle s'est par ailleurs retirée après la troisième rencontre, ayant trouvé un nouvel emploi qui ne lui permettait plus de participer.

Le groupe de commanditaires-médiateurices a donc été principalement constitué d'habitant·e·s et d'usager·e·s du quartier d'origine et d'âges variés, mais plutôt de milieux socio-économiques relativement aisés. Iels n'étaient pas forcément familiers de l'art contemporain. Plusieurs ont exprimé au démarrage du projet leur peu de connaissance ou de compréhension, voire leur réticence vis-à-vis de l'art contemporain, mais fréquentaient des institutions culturelles (théâtre, musées, concerts) ou avaient une pratique artistique (conteuse par exemple). Bien que plusieurs étaient inscrits, un seul homme a finalement participé (le vétérinaire du quartier).

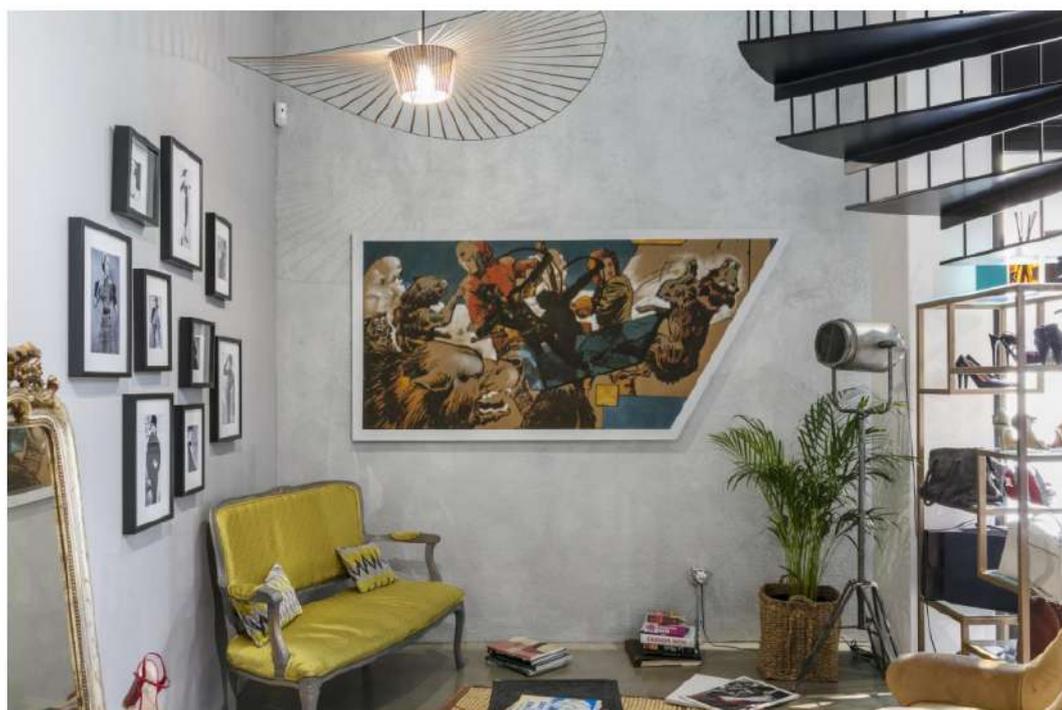
Pérennisation

Le FMAC a réalisé une arrivée réussie dans l'Écoquartier et va dorénavant proposer de nombreuses activités à ses habitant-e-s. Un espace d'exposition a été ouvert au rez de la CODAH et les résidents y sont accueillis en tout temps. Des liens pérennes sont établis entre le FMAC et les participant-e-s au projet.

Le groupe constitué continue à se fréquenter et à échanger. Deux des participantes se sont par exemple rendues à la biennale de Venise ensemble et se sont proposé de transmettre leurs impressions aux autres membres.

Le vétérinaire (faisant partie lui aussi des commanditaires) continue d'exposer des artistes dans son cabinet et les habitant-e-s s'y rendent volontiers.

L'Art Truck continuera de faire son chemin, non seulement dans le canton de Genève mais aussi dans le canton de Vaud, entre 2022 et 2023. Un projet a d'ores et déjà débuté auprès du public migrant de La Roseraie à Genève et auprès de la Fondation Les Églantines à Vevey (lieu de vie et de travail pour adultes avec un handicap physique, en situation de polyhandicap, ou présentant une déficience intellectuelle).



Annexe 13 : Exemple d'une des questions du test de personnalité et définition des différents types de collectionneurs



Quel type de collectionneur·euse sommeille en toi ?

Détermine ton profil de collectionneur·euse en répondant à au moins 5 questions de notre quizz parmi les 10 lieux de l'exposition Beauty & Room. Récolte les pastilles de couleur correspondant à tes réponses et colle-les sur le plan du flyer de Beauty & Room selon chaque numéro du lieu de visite parcouru (n° 1 à 10). Découvre le résultat final dans l'un des 4 salons de tatouage participant au projet, et fais-toi un (faux) tattoo à l'effigie de ton personnage !

Espace 3 - Rue du Rhône 12

Denise Fux compose un univers onirique peuplé de figures mystérieuses, mi humaines, mi végétales, aériennes et aquatiques.

Si tu pouvais être l'une de ces figures, laquelle tu serais ?

- Un caméléon nageur
- Un hippocampe volant
- Un nénuphar têtard
- Un lézard à collerette

PA L P FESTIVAL

Beauty & Room

exposition en collaboration avec
le Musée d'art du Valais

Tu es plutôt un·e collectionneur·euse
« sur ta réserve » !



Tu vis ta passion pour l'art avec discrétion et tu œuvres plutôt en coulisse pour agrandir ta collection.

Méthodique compulsif·ve, tu aimes accumuler les objets d'art pour mieux les inventorier, les étiqueter, les classer. Bref, tu es le·la pro des tableaux excel et tu prends du plaisir à répertorier de manière systématique ta collection et à la connaître dans ses moindres détails !

Tu n'aimes pas étaler tes exploits et tes trophées. Tu préfères conserver ta précieuse collection à l'abri des regards et tu en prends soin comme la prunelle de tes yeux. Tes œuvres sortent rarement de la réserve pour être prêtées et exposées dans un musée.

PALP FESTIVAL

Beauty & Room

exposition en collaboration avec
le Musée d'art du Valais

Tu as l'âme d'un·e collectionneur·euse
investisseur·euse !



A l'école, tu étais déjà l'as du troc de cartes Panini dans la cour de récré !

Dans le domaine de l'art, tu achètes afin de capitaliser ta collection. Le marché de l'art n'a aucun secret pour toi. Tu suis attentivement la valeur des artistes et tu flaires les bonnes affaires dans les ventes aux enchères.

Tu aimes l'art mais tu restes pragmatique. L'art, c'est avant tout du business : acheter, c'est investir. Et investir, c'est spéculer. Tu n'éprouves aucun sentiment face aux œuvres que tu as acquises. Elles représentent avant tout une valeur monétaire. D'ailleurs, tu stockes méticuleusement tes œuvres en attendant que leur cote n'explose !

PALP FESTIVAL

Beauty & Room

exposition en collaboration avec
le Musée d'art du Valais

Tu as l'âme d'un·e collectionneur·euse
chasseur·euse de trésor !



Rien ne t'enchante plus que de mettre la main sur la perle rare que tu recherchais depuis longtemps, surtout si d'autres l'ont aussi dans leur ligne de mire. Flâner, musarder, arpenter les brocantes et fréquenter les marchand·e·s d'art est ton passe-temps favori.

Chasseur·euse alerte, en quête d'objets exceptionnels que toi seul·e posséderas, la passion l'emporte sur la raison lorsque tu poursuis l'œuvre tant convoitée. Tu te montres alors prêt·e à tout pour l'obtenir !

Tu te flattes de faire partie d'un groupe ultra sélect de collectionneur·euse·s.

PALP FESTIVAL

Beauty & Room

exposition en collaboration avec
le Musée d'art du Valais

Tu as l'âme d'un·e collectionneur·euse
exhibitionniste !



Tu tires un certain plaisir à te placer sur le devant de la scène et à exposer ta collection d'art de manière ostentatoire ! Dès que tu as fait une nouvelle acquisition d'une œuvre, tout le monde le sait. Tu peux apparaître arrogant·e, mais certaines personnes admirent ta superbe. Attention cependant à ne pas en faire trop !

Tu apprécies qu'on flatte ton égo en te sollicitant pour ton expertise. Tu retires une réelle satisfaction à apparaître comme acteur·trice de la vie artistique locale et d'être reconnu·e comme tel·le.

Pour toi, une collection doit être dévoilée au monde entier. Tu n'hésites pas à la prêter pour des expositions et tu retires de la fierté du grand nombre de visiteur·euse·s venu·e·s l'admirer.

PALP FESTIVAL