

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME

PAR

SARA BERNARDI

LA MÉDIATION CULTURELLE
SELON UNE APPROCHE DE DÉMOCRATISATION CULTURELLE
DANS LES CENTRES CULTURELS DU DOMAINE DES ARTS DE LA SCÈNE

18 janvier 2019

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME (M.A.)

Programme offert par l'Université du QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LA MÉDIATION CULTURELLE
SELON UNE APPROCHE DE DÉMOCRATISATION CULTURELLE
DANS LES CENTRES CULTURELS DU DOMAINE DES ARTS DE LA SCÈNE

PAR

SARA BERNARDI

Maryse Paquin, directrice de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Aude Porcedda, évaluateur

Université du Québec à Trois-Rivières

Jean-Marie Lafortune, évaluateur

Université du Québec à Montréal

MÉMOIRE DÉPOSÉ le 18 janvier 2019

Sommaire

Ce mémoire porte sur les pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène. Des enjeux liés à l'accessibilité et à la participation culturelles sont identifiés au sein des centres culturels du domaine des arts de la scène, en raison de plusieurs facteurs, soit : démographiques, sociaux, technologiques et économiques. La médiation culturelle semble être une stratégie qui permet de réduire ou d'enrayer les enjeux d'accès et de participation vécus au sein des centres culturels du domaine des arts de la scène. À ce titre, plusieurs centres culturels en tirent profit.

Dans le cadre de la présente recherche, l'objectif général est d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle, de même que d'évaluer les effets obtenus par celles-ci aux yeux des acteurs institutionnels. En vue d'atteindre cet objectif, une question principale de recherche est formulée à savoir : quelles sont les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle? Une question de recherche secondaire est également formulée : quels sont les effets obtenus par les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène?

Pour y répondre, la recherche de type qualitative explore et décrit les pratiques de médiation culturelle à l'aide d'entretiens semi-dirigés réalisés auprès d'acteurs institutionnels de la médiation culturelle dans six centres culturels nord-Américains, soit le Centre national des Arts d'Ottawa, le Sony Centre for the Performing Arts de Toronto, la

Place des Arts de Montréal, le Kennedy Center de Washington D.C., le Lincoln Center de New York et, finalement, le Boston Center for the Arts de Boston. Les résultats laissent entrevoir plusieurs constats sur le contexte dans lequel évoluent les centres culturels, les pratiques de médiation culturelle auxquelles ils font appel, ainsi que leurs effets. Plus particulièrement, les résultats permettent de constater l'unicité de chaque centre culturel et la diversité des pratiques de médiation culturelle qui y prennent place. Ils font également ressortir l'importance de les évaluer adéquatement en amont comme en aval. Dans le cadre de recherches subséquentes, il serait pertinent de s'intéresser à des méthodes d'évaluation efficaces qui permettraient aux centres culturels d'évaluer facilement leurs pratiques de médiation culturelle.

Table des matières

Sommaire	iii
Liste des tableaux	x
Liste des figures	xi
Remerciements	xii
Dédicace	xiii
Introduction	1
Chapitre 1	5
Problématique	5
1.1. Le contexte général de la recherche	6
1.1.1. L'approche de démocratisation culturelle	6
1.1.2. L'historique des centres culturels du domaine des arts de la scène	7
1.1.3. Le contexte actuel : nouveaux défis	11
1.1.4. Le domaine des arts de la scène	16
1.1.5. L'accès et la participation à la culture	17
1.2. Le problème de recherche	18
1.2.1. La médiation culturelle	19
1.2.2. Des centres culturels tournés vers la médiation culturelle	22
1.3. Les objectifs et les questions de recherche	23
Chapitre 2	25
Contexte théorique	25
2.1. Le centre culturel : fonctions, définition, rôles et impacts	26
2.2. La démocratisation culturelle	31
2.3. Un parallèle entre démocratisation et démocratie culturelles	33
2.4. Les barrières et les obstacles à l'accès et à la participation à la culture	35
2.4.1. Les motivations et les contraintes qui freinent, voire entravent l'accès et la participation des publics aux arts de la scène	35
2.4.2. Les déterminants sociodémographiques	36
2.4.3. Les déterminants technologiques	39
2.4.4. Les déterminants politiques	41
2.5. Le domaine des arts de la scène dans les centres culturels d'Amérique du Nord	42
2.6. Les publics, les publics potentiels et les non-publics	44
2.7. La médiation culturelle : définition, rôles et impacts chez les publics	45

2.8. Le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	49
2.9. Les limites de la médiation culturelle	51
2.10. Les pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	53
Chapitre 3	58
Cadre méthodologique de la recherche	58
3.1. Le type d'étude, l'approche et la stratégie de recherche	59
3.2. La méthode et l'instrument de collecte de données	60
3.3. La population à l'étude et la stratégie d'échantillonnage	61
3.4. Les dimensions, les thèmes et les auteurs à l'étude	64
3.5. Le traitement, l'analyse et l'interprétation des données	65
3.6. Les précautions éthiques	69
3.7. La validité du devis	70
Chapitre 4	73
Résultats et discussion	73
4.1. Traitement des données	74
4.2. Portrait des centres culturels répondants	74
4.2.1. Portrait du Centre national des Arts (CNA)	75
4.2.1.1. Contexte organisationnel au CNA	75
4.2.1.2. Origine de la médiation culturelle au CNA	76
4.2.1.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au CNA	77
4.2.2. Portrait du Sony Centre for the Performing Arts (SCPA)	77
4.2.2.1. Contexte organisationnel au SCPA	77
4.2.2.2. Origine de la médiation culturelle au SCPA	78
4.2.2.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au SCPA	79
4.2.3. Portrait de la Place des Arts (PDA)	79
4.2.3.1. Contexte organisationnel à la PDA	79
4.2.3.2. Origine de la médiation culturelle à la PDA	80
4.2.3.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics à la PDA	81
4.2.4. Portrait du Kennedy Center (KC)	81
4.2.4.1. Contexte organisationnel au KC	81
4.2.4.2. Origine de la médiation culturelle au KC	82

4.2.4.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au KC	83
4.2.5. Portrait du Lincoln Center (LC).....	84
4.2.5.1. Contexte organisationnel au LC.....	84
4.2.5.2. Origine de la médiation culturelle au LC	85
4.2.5.3. Vision et valeurs sur l'accès et la participation des publics au LCE	86
4.2.6. Portrait du Boston Center for the Arts (BCA)	87
4.2.6.1. Contexte organisationnel du BCA	87
4.2.6.2. Origine de la médiation culturelle au BCA.....	88
4.2.6.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au BCA	88
4.3. Présentation des résultats	89
4.3.1. Les résultats au CNA	89
4.3.1.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle	89
4.3.1.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au CNA.....	94
4.3.1.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au CNA.....	95
4.3.1.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au CNA	95
4.3.1.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au CNA.....	96
4.3.2. Les résultats au SCPA	96
4.3.2.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle au SCPA selon une approche de démocratisation culturelle	96
4.3.2.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au SCPA	98
4.3.2.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au SCPA	98
4.3.2.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au SCPA	99
4.3.2.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au SCPA	100
4.3.3. Les résultats à la PDA	100
4.3.3.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle à la PDA selon une approche de démocratisation culturelle	100
4.3.3.2. Présentation des effets de la médiation culturelle à la PDA	102
4.3.3.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets à la PDA	103
4.3.3.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle à la PDA	104
4.3.3.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle à la PDA	105
4.3.4. Les résultats au KC	105
4.3.4.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle au KC selon une approche de démocratisation culturelle	105

4.3.4.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au KC	110
4.3.4.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au KC.....	111
4.3.4.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au KC.....	111
4.3.4.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au KC	112
4.3.5. Les résultats au LC.....	113
4.3.5.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au LC	113
4.3.5.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au LC	117
4.3.5.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au LC	119
4.3.5.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au LC	119
4.3.5.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au LC	120
4.3.6. Les résultats au BCA	121
4.3.6.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au BCA	121
4.3.6.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au BCA	123
4.3.6.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au BCA	124
4.3.6.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au BCA	124
4.3.6.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au BCA	125
4.3.7. Synthèse des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	125
4.3.8. Synthèse des effets des pratiques de médiation selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	128
4.4. Interprétation et discussion des résultats.....	131
4.4.1. Constats sur le portrait des centres culturels	131
4.4.1.1. L'unicité des centres culturels	132
4.4.2. Constats sur les pratiques de médiation culturelle	134
4.4.2.1. Constats liés au modèle SOMA dans les centres culturels	134
4.4.2.1.1. Le sujet.....	134
4.4.2.1.2. L'Objet	135
4.4.2.1.3. Le Milieu.....	138
4.4.2.1.4. L'Agent	139
4.4.2.1.5. Nouvelle version du modèle SOMA	140
4.4.3.1. Les effets des pratiques de médiation culturelle	141
4.4.3.2. L'évaluation des pratiques de médiation culturelle	143
4.5. Synthèse des résultats	145

Conclusion	148
Références.....	152
Appendice A	168
Guide d'entrevue en français	168
Appendice B.....	172
Guide d'entrevue en anglais.....	172
Appendice C.....	176
Lettre d'information et Formulaire de consentement	176
en français	176
Appendice D	180
Lettre d'information et formulaire de consentement	180
en anglais	180
Appendice E.....	184
Catégories d'analyse	184

Liste des tableaux

1.	Les huits types d'outils de médiation culturelle utilisés sur le territoire montréalais et leur définitions (Jacob & Bélanger, 2009)	55
2.	Dimension, thèmes et auteurs à l'étude	64
3.	Critères pour l'identification des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans six centres culturels du domaine des arts de la scène situés en Amérique du Nord	67
4.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au CNA.....	103
5.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au SCPA	96
6.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle à la PDA	101
7.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au KC	105
8.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au LC	113
9.	Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au BCA	121
10.	Synthèse des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène catégorisé selon leur portée.....	126
11.	Synthèse des effets des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	128

Liste des figures

1. Les huit rôles d'un centre culturel de quatrième génération [traduction libre] (Wolfe, 2017, p. 35; illustration par Skye Goulde).....	28
2. Modèle de la médiation culturelle en deux axes (Quintas, 2014, p. 4).....	48
3. Modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène.....	50
4. Modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène avec l'ajout du milieu comme partie intégrante.....	141

Remerciements

Quelle chance d'avoir étudié dans le plus beau domaine! Quelle chance d'avoir été aussi bien entourée pour le faire! J'aimerais, tout d'abord, adresser un sincère remerciement à ma directrice de recherche, la professeure Maryse Paquin. Sa confiance et son intérêt dès notre première rencontre en sont beaucoup quant à la réalisation de ce mémoire. Ses conseils, son dévouement et son soutien tout au long de mon parcours m'ont permis de dépasser ce que je croyais qu'il m'était possible d'accomplir.

La réalisation de ce mémoire n'aurait pu être sans l'appui inconditionnel de ma famille. Tout particulièrement, j'aimerais remercier ma mère, Brigitte, de m'avoir partagé sa passion pour la culture, pour sa patience ainsi que pour ses nombreuses relectures. Je tiens également à remercier mon père, Alan, pour ses encouragements, pour son soutien et pour son regard unique sur les enjeux culturels. De plus, je me dois de remercier ma sœur Anne et ma sœur spirituelle Evelyne pour les longues heures (parfois caféinées) passées à étudier avec moi et pour leurs encouragements. J'adresse également un merci tout particulier à Guillaume. De la campagne trifluvienne aux grattes- ciel new-yorkais, ta grande sagesse et ton sens de l'humour ont su m'encourager. Il m'est impossible d'oublier de remercier Catherine pour son écoute, son empathie infinie et ses judicieux conseils. Enfin, je tiens à remercier les six centres culturels qui ont généreusement accepté de prendre part à ce projet de recherche ainsi que les évaluateurs pour leur contribution importante.

Dédicace

Ce mémoire est dédié aux amoureux de la culture qui œuvrent à la partager, à la faire découvrir, à la célébrer et à l'enrichir.

Introduction

La culture est le quatrième pilier du développement durable, selon Cités et Gouvernements Locaux Unis (2010), l'organisme international qui est l'auteur du célèbre Agenda 21 de la culture (CGLU, 2008). Pour appuyer cette position, le CGLU considère également la culture comme étant vectrice de changement social, d'identité, d'éducation, de liberté et de création. Celle-ci est au cœur du développement de notre société. Elle en est le reflet. C'est dans cette optique que la culture se doit d'être accessible au plus grand public possible, afin que tout un chacun puisse en bénéficier. Pour y parvenir, elle doit se partager. En augmentant l'accès et la participation à la culture, les bienfaits se font sentir chez l'individu et bien au-delà. Une plus grande fréquentation culturelle permet d'avoir des citoyens plus allumés et davantage conscients du monde qui les entoure (Brault, 2014), en ayant des retombées sociétales importantes.

En tant qu'institution culturelle de taille au sein de leur communauté, les centres culturels ont un rôle à jouer pour favoriser l'accès et la participation des publics à la culture et, plus précisément, aux arts de la scène. En effet, depuis leurs débuts, les centres culturels ont au cœur de leur mission une vocation de démocratisation culturelle. Pour y répondre, de multiples centres culturels se tournent vers la médiation culturelle comme solution aux enjeux d'accès et de participation des publics qui pèsent sur eux. Ainsi, l'objectif général du présent mémoire est d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels d'Amérique du Nord œuvrant dans le domaine des arts de la scène. Le mémoire vise également l'atteinte d'un objectif secondaire, soit d'évaluer les effets obtenus aux yeux des acteurs qui les ont élaborées ou mises en œuvre par les pratiques de médiation culturelle des centres

culturels du domaine des arts de la scène. À ce jour, à notre connaissance, il n'existe aucun répertoire des pratiques de médiation culturelle et de leurs effets au sein des centres culturels du domaine des arts de la scène ce qui justifie la pertinence de la présente recherche¹.

Ce mémoire se compose de quatre chapitres. Le premier chapitre porte sur la problématique de recherche. Celle-ci présente, tout d'abord, le problème général de recherche. Plus précisément, le contexte général dans lequel il s'inscrit, ainsi que le contexte actuel dans lequel évoluent les centres culturels, y sont présentés. Le problème spécifique de recherche, les objectifs et les questions de recherche sont aussi mis de l'avant au terme du premier chapitre. Le deuxième chapitre présente le cadre théorique et conceptuel. Ce deuxième chapitre prend racine dans les travaux et les diverses recherches ayant été réalisés à propos du sujet de recherche. En ce sens, il présente les principaux résultats de ces recherches, ainsi que les différents concepts qui leurs sont sous-jacents. Le troisième chapitre explique, quant à lui, la méthodologie permettant de répondre aux objectifs de la recherche, générale et secondaire, et aux questions en découlant. À ce titre, le type d'étude, la méthode, l'instrument de collecte de données, la stratégie d'échantillonnage, les dimensions et les thèmes à l'étude, de même que les précautions éthiques y sont, entre autres, avancés. Le quatrième chapitre présente les résultats de l'analyse, leur interprétation et la discussion. Un portrait des centres culturels est dressé, les pratiques de médiation culturelle sont présentées, ainsi que l'évaluation de leurs

¹ Le répertoire constitué dans le cadre de la présente recherche ne fait pas de distinction entre les pratiques. Il ne vise pas à cibler les pratiques les mieux adaptées.

effets. Le chapitre contient également des constats au sujet du portrait des centres culturels, du répertoire des pratiques de médiation, ainsi que de leurs effets.

Chapitre 1

Problématique

Le présent chapitre porte sur la problématique de la recherche. Le contexte général de la recherche est d'abord présenté. Par la suite, le problème de recherche est exposé. Enfin, l'objectif de la recherche et les questions s'y rattachant sont détaillés.

1.1. Le contexte général de la recherche

La présente recherche a été effectuée dans six centres culturels du domaine des arts de la scène en Amérique du Nord. Le contexte général est présenté, afin de mieux comprendre la situation dans laquelle évoluent les centres culturels étudiés.

1.1.1. L'approche de démocratisation culturelle

Issue des années 1960, l'approche de démocratisation culturelle s'est imposée en raison des inégalités d'accès à la culture (Martin, 2014). À ce titre, dès 1961, André Malraux, premier détenteur du ministère de la Culture, en France, milite afin de rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres de la culture savante (Donnat, 2003). « Cet objectif reposait sur le concept de la culture comme un bien public, sur la perception des arts classiques comme l'aboutissement d'une culture et sur le partage de cette culture élitiste par le plus grand nombre » (Courchesne & Colbert, 2014, p. 2). Dans la plupart des pays occidentaux, la démocratisation culturelle est au cœur du développement des politiques culturelles créées après la Seconde Guerre mondiale (Santerre, 1999). Pour la période contemporaine, cette volonté de démocratisation culturelle est l'une des principales justifications de l'action publique en matière de culture au Québec, au Canada et dans les pays occidentaux (Bellavance, 1999). Au cours de cette période, plusieurs instances gouvernementales commencent à s'impliquer directement dans le soutien et le

développement culturel (McCarthy et al., 2001). Cette implication de la part de l'État se traduit, entre autres, au Canada et aux États-Unis, par la construction d'équipements culturels d'envergure. C'est dans cette foulée que s'inscrit la période d'émergence des grands centres culturels (*arts centers*), selon Illien (1995) :

Dans les années d'après-guerre et jusqu'au début des années soixante-dix, les *arts centers* poussent comme des champignons dans la plupart des grandes villes américaines. Une frénésie de construction semble s'emparer des grands centres urbains où l'on voit apparaître des édifices monumentaux dont la vocation officielle est de promouvoir et de démocratiser les arts dans toute la population. (p. 46)

Mais qu'est-ce qu'un centre culturel du domaine des arts de la scène (*arts centers*)? Selon Dewey Lambert & Williams (2017), il s'agit d'une « organisation urbaine majeure qui gère une ou plusieurs salles et qui peut varier selon ses budgets, ses programmations, ses programmes éducatifs et ses initiatives d'engagement communautaire » [traduction libre] (p. 5). En vue de mieux comprendre la nature et l'évolution de l'action de ces centres culturels des arts de la scène, la section subséquente présente leur historique, au niveau international.

1.1.2. L'historique des centres culturels du domaine des arts de la scène

Durant les décennies 1960-1970, « la situation du Canada ressemblait fortement à celle des États-Unis : une multiplication des centres culturels dans l'ensemble du pays à la même époque [et] l'attribution d'une mission symbolique, monumentale ou commémorative à ces lieux [...] » (Illien, 1999, p. 70). Cependant, le Canada se distingue des États-Unis par le rôle prépondérant que joue l'État dans le financement et dans l'administration des divers centres culturels (Illien, 1999). De son côté, bien que la

France investisse massivement dans ses infrastructures culturelles, ce sont les « maisons de la culture » qui jouent essentiellement le rôle des centres culturels nord-américains. « Implantées dans des théâtres ou des salles municipales [...], ces structures entendent favoriser la rencontre immédiate [...] entre le public provincial et les formes consacrées de la haute culture universelle » (Aboudrar & Mairesse, 2016, p. 33). Contrairement au reste du Canada et des États-Unis, le Québec adopte, quant à lui, un modèle hybride dans lequel coexistent les centres culturels et les maisons de la culture. Bien que le modèle nord-américain diffère de celui de la France, un point commun rassemble ses initiatives culturelles : la volonté de démocratiser les arts. Bref, dès leur construction, les centres culturels du domaine des arts de la scène ont pour mission de permettre un accès à la culture à la population en général (Dewey Lambert & Williams, 2017). Ainsi, la volonté de démocratisation culturelle y est présente dès leur apparition.

Au cours des années 1970-1980, les produits culturels que sont les spectacles profitent d'une diffusion de plus en plus étendue par l'entremise des centres culturels (Toffler, 1964; cité dans Illien, 1999). De plus, leur arrivée dans le paysage nord-américain est soutenue par un public grandissant pour les œuvres de la haute culture, car : « l'Amérique des années soixante sort de l'ignorance et s'expose aux lumières des arts autrefois réservés à l'élite de la population » (Toffler, 1964; cité dans Illien, 1999, p. 49). En ce sens, les changements sociaux et économiques qui s'opèrent en Amérique du Nord, tels qu'une croissance du niveau de vie, du niveau d'éducation et du temps de loisir, ainsi que l'arrivée à l'âge adulte des *Baby-Boomers* appuient la construction de centres culturels en augmentant la demande pour ceux-ci (McCarthy et al., 2001).

Au cours des années 1980-1990, les centres culturels sont face à de nouveaux défis, principalement d'ordre financier. Au cours de cette période, aux États-Unis, plusieurs fondations vouées au soutien des arts changent leurs priorités et diminuent leurs contributions (Wolff, 2017).

Au cours des années 1990, la situation se détériore davantage en raison de la récession économique (McCarthy et al., 2001). D'autre part, des changements d'ordre technologique affectent les centres culturels de l'époque. En effet, la popularité croissante d'Internet vient modifier la consommation culturelle de la population en leur donnant accès à du contenu disponible sur demande (Wolff, 2017). Par ailleurs, l'industrie du divertissement continue de prendre de l'ampleur et de faire compétition à l'offre des centres culturels (Wolff, 2017).

Depuis les années 2000, alors que les centres culturels nord-américains ont accumulé plus de cinq décennies d'existence, ceux-ci sont devenus des organisations complexes et développées (Wolff, 2017). Elles sont, aujourd'hui, dirigées par des gestionnaires aguerris (Wolff, 2017). En tant que locateur et producteur, les centres culturels offrent une programmation de plus en plus variée et inclusive, conjuguant culture classique et populaire (Wolff, 2017). Toutefois, malgré l'accroissement de la demande, celle-ci provient toujours essentiellement des classes sociales dites aisées (McCarthy et al., 2001).

En effet, au travers du temps, la mise à disposition d'infrastructures culturelles n'est pas nécessairement synonyme d'une diversification des publics (Aboudrar & Mairesse, 2016). La présence de l'enjeu de démocratisation culturelle dans les institutions

culturelles se reflète donc dans la composition de ses publics aux profils socioéconomiques élevés. À preuve, encore aujourd’hui, les centres culturels sont majoritairement fréquentés par des publics aisés et scolarisés, du moins, au Québec. « Participer à la vie culturelle de manière à la fois régulière et diversifiée suppose, aujourd’hui comme hier, de cumuler un maximum d’atouts favorisant l’accès à la culture » (Donnat, 2001, p. 29). Néanmoins, les inégalités reliées au niveau d’éducation et aux revenus ne sont pas observables en raison d’un manque d’intérêt de la part de ces personnes, mais bien aux barrières particulières auxquelles elles font face (NEA, 2015b). Le profil des publics des centres culturels est également lié à leur offre culturelle. À titre d’exemple, une grande partie de la programmation de la Place des Arts², un centre culturel situé à Montréal, est constituée d’œuvres de la haute culture qui « [...] s’adressent à un public scolarisé ou du moins aisé, aux goûts classiques » (Fournier, 2015, p. 149). Également perceptible dans les autres centres culturels, cette situation prévaut, entre autres, en raison que les centres culturels ont pour objectif d’être le lieu de résidence d’orchestres, de compagnies d’opéra et de ballet, ainsi que de troupes de théâtre (Dewey Lambert & Williams, 2017), ce qui influence grandement leur mission. « En soutenant les fonctions opérationnelles de leurs compagnies résidentes, les centres culturels leur permettent de mieux remplir leur mission artistique » [traduction libre] (Dewey Lambert & Williams, 2017). Cependant, la programmation des centres culturels se voit grandement dépendante et rattachée à celle de ses compagnies résidentes qui produisent principalement des œuvres dites de la haute culture. En ce sens, les centres culturels en viennent à assumer un rôle de diffuseur et de gestionnaire de lieux et de salles, davantage que de producteur de spectacles et d’événements. Par le fait même, cette situation les

² Place des Arts. Repéré à <https://placedesarts.com/>

amène à délaisser l'approche de démocratisation culturelle, et ce, même encore aujourd'hui. À ce contexte historique s'ajoutent les défis actuels des centres culturels.

1.1.3. Le contexte actuel : nouveaux défis

Les centres culturels sont généralement des institutions artistiques majeures et diversifiées au sein de leur communauté (Dewey Lambert & Williams, 2017). Ils agissent comme des piliers responsables de contribuer à la vitalité culturelle (Dewey Lambert & Williams, 2017). De récentes initiatives entreprises par les centres culturels témoignent de l'importance qu'elles accordent toujours à la démocratisation culturelle et, par le fait même, à l'accessibilité et à la participation des publics à leurs offres culturelles. Cette réalité les amène à redéfinir la relation avec la communauté dans laquelle ils œuvrent, de même qu'avec leurs compagnies résidentes. À titre d'exemple, des programmes éducatifs et des services communautaires viennent contribuer à l'accroissement de l'accessibilité et de la participation des publics. Ces initiatives sont souvent guidées par les missions des centres culturels qui comprennent, encore de nos jours, un volet de valorisation de l'accès et de la participation des publics.

Par ailleurs, les centres culturels d'aujourd'hui sont confrontés à plusieurs nouveaux défis liés à la composition de leurs publics. En effet, « après une augmentation de la participation du public aux formes classiques d'arts, jusqu'en 1989, on assiste depuis [au Canada et aux États-Unis] à une stagnation de la fréquentation et [...] à un "grisonnement" des amateurs d'art » (Courchesne & Colbert, s.d., p. 4). Plus précisément, l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois, du ministère de la

Culture et des Communications du Québec (2010) soutient que « dans le domaine des arts d'interprétation, l'évolution de 1989 à 2004 révèle un phénomène de vieillissement accéléré qui touche toutes les disciplines, ce qui soulève, de façon cruciale, le problème du renouvellement de leur public » (Garon, Lapointe & Audet, 2010, p. 379). La programmation des centres culturels étant majoritairement composée de formes d'arts classiques sous-entend ainsi un besoin imminent de renouvellement et de développement des publics. De plus, l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois, de 2010, relate également que « le vieillissement du public se fait plus rapidement que celui de la population parce que la demande fléchit chez les plus jeunes » (Garon, Lapointe & Audet, 2010, p. 379). À ce titre, les milléniaux³ ont des attentes différentes de celles des générations antérieures. Par exemple, ils sont à la recherche d'expériences « optimales » (Csikszentmihalyi, 1990; 1994; 1996) qui leur permettent avant tout de socialiser (The Wallace Foundation, 2017). Ils apprécient également le « buzz » créé autour des événements, ce qui leur permet aussi de tirer parti de leur expérience en ligne, en accentuant leur perception positive de l'événement culturel (The Wallace Foundation, 2017). Par conséquent, pour réussir à accroître l'accès et la participation de nouveaux publics, les centres culturels diversifient peu à peu leur programmation, afin de correspondre à l'éclectisme des goûts culturels actuels (Coulangeon, 2004; Dewey Lambert & Williams, 2017).

³ Il n'existe pas de consensus officiel sur la définition de la génération des milléniaux, qui regroupe plusieurs groupes et tranches d'âge. Toutefois, selon la théorie générationnelle de Strauss & Howe (1992), auteurs à qui l'on attribue la paternité du concept, les milléniaux sont nés entre 1982 et 2004. Selon cette définition, ces personnes sont âgées entre 14 et 36 ans, en 2018.

Les centres culturels doivent aussi s'adapter à un second changement sociodémographique, soit une population multiculturelle. La croissance de l'immigration, tant au Canada qu'aux États-Unis, provoque l'arrivée de nouvelles formes et traditions culturelles (Lena & Cornfield, 2008; Institut de la statistique du Québec, 2017; Conseil des arts de Montréal, 2005). L'étude de McCarthy et al. (2001) souligne, à juste titre, que la diversification ethnique au sein de la population américaine risque d'accroître la demande pour des formes artistiques diversifiées en l'exposant ainsi à de nouvelles formes d'arts : « Les activités artistiques et culturelles offrent des lieux de rencontre et des moments d'échange. Ils sont par essence des vecteurs de rapprochement interculturel » (Conseil des arts de Montréal, 2005, p. 6). À titre d'exemple, les résultats d'une étude par sondage réalisée auprès de 1 001 Canadiens, en 2012, révèlent que 92% d'entre eux « jugent que les expériences artistiques sont une bonne occasion de réunir des gens de langues et de traditions culturelles différentes » (Phoenix Strategic Perspectives, 2012, p. 7). Malgré cette situation, les artistes immigrants ont de la difficulté à se tailler une place au sein de la programmation des grandes institutions culturelles et à bénéficier du même soutien que les autres formes d'arts de la haute culture (Lena & Cornfield, 2008). Par ailleurs, Cultural Track, une étude par sondage effectuée par LaPlaca Cohen (2017), auprès de 4 035 Américains, relève que 82% des personnes provenant de minorités visibles disent ne pas participer à une activité culturelle s'ils ne s'y sentent pas représentés. Dans le but de promouvoir l'inclusion et la cohésion sociales, les centres culturels, en lien avec l'approche de démocratisation culturelle, ont un nouveau rôle à jouer, soit celui de faire rayonner la diversité culturelle en leur sein.

Les changements technologiques créent également de nouveaux défis pour les centres culturels. La technologie influence la demande pour les arts, car elle permet aux publics de personnaliser leurs expériences culturelles en ayant la possibilité de consommer le produit artistique désiré au moment où ils le veulent et dans le lieu qui leur convient le mieux (McCarthy et al., 2001). Cette réalité exige des ajustements de la part des centres culturels quant à l'offre culturelle et à la manière de la diffuser. La technologie permet, entre autres, de réduire les inconvénients liés à la diffusion de spectacles en différé (McCarthy et al., 2001), ce qui accroît la possibilité de rejoindre une plus grande part des publics. Plusieurs organisations culturelles tirent déjà avantage du potentiel offert par la rediffusion de spectacles. À titre d'exemple, il est possible de penser au Metropolitan Opera⁴ qui diffuse en direct ses prestations (Metropolitan Opera, 2017) ou, encore, au Seattle Opera⁵ qui crée des baladodiffusions (*podcasts*) et des listes de lecture (*playlists*) inspirées de leur programmation actuelle (Seattle Opera, 2015). De plus, les technologies numériques peuvent fournir des moyens d'améliorer l'expérience des publics lors de performances artistiques (Harlow, 2015). À cet effet, dans les centres culturels du domaine des arts de la scène, les technologies numériques peuvent servir à faire participer les publics avant, pendant et après leur visite (Dewey Lambert & William, 2017). À titre d'exemple, le Fox Theatre d'Atlanta⁶ utilise une application mobile pour communiquer avec ses publics dès leur arrivée sur les lieux (Dewey Lambert & William, 2017). Ainsi, il est indéniable que les technologies numériques offrent de grandes possibilités pour accroître l'accès et la participation de ceux-ci dans les centres culturels du domaine des

⁴ Metropolitan Opera. Diffusion en direct. Repéré à <http://www.metopera.org/Season/In-Cinemas/>

⁵ Seattle Opera. Baladodiffusion. Repéré à <https://www.seattleopera.org/inside-look/podcasts/>

⁶ Fox Theater d'Atlanta. Application mobile. Repéré à <https://itunes.apple.com/us/app/fox-theatre-atlanta/id1191862490?mt=8>

arts de la scène. Cependant, il reste difficile de déterminer les meilleures façons non seulement de les rejoindre, mais d'avoir un impact significatif chez eux (Harlow, 2015), menant à leur fidélisation⁷.

Par ailleurs, les centres culturels vivent de grandes contraintes budgétaires. De nombreux facteurs, tels que la baisse du financement public, la compétition accrue du marché du divertissement et la baisse de la demande des publics, engendrent des défis financiers importants (Hume, Sullivant Mort & Winzar, 2007). À ces facteurs s'ajoutent la croissance des coûts d'exploitation, la baisse de la fréquentation découlant des changements sociodémographiques, ainsi que la difficulté à générer de nouveaux revenus (Hume, Sullivan Mort & Winzar, 2007). Les sources de financement changeantes et incertaines contribuent également à la précarité financière des centres culturels (Dewey Lambert & Williams, 2017). De surcroît, une grande partie d'entre eux sont des organisations sans but lucratif, ce qui accentue la pression financière sur leur offre culturelle. Leur survie relève principalement des fonds publics, des dons (privés, d'entreprises ou de fondations) et des revenus autogénérés, entre autres, par la vente de billets (Hume, Sullivan Mort & Winzar, 2007). En plus d'offrir des activités artistiques de qualité, les centres culturels poursuivent des objectifs d'accès, de participation, d'éducation et de service à la communauté (Hume, Sullivan Mort & Winzar, 2007). Ainsi, les centres culturels doivent arrimer leurs contraintes budgétaires avec l'ensemble de leurs responsabilités économiques, culturelles et sociales. Ces différents enjeux s'inscrivent dans un contexte plus large qui englobe l'ensemble des institutions du domaine des arts de la scène.

⁷ Définition du concept de fidélisation. Repéré à <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/fidelisation/>

1.1.4. Le domaine des arts de la scène

Le domaine des arts de la scène fait face à plusieurs défis, à l'image de l'ensemble du secteur culturel. Notamment, ce domaine vit, lui aussi, des bouleversements en raison des changements sociodémographiques de la société. Le vieillissement de la population, l'immigration et l'urbanisation continue, pour ne nommer que ceux-là, sont des facteurs ayant un effet important sur le taux de fréquentation des publics (Association canadienne des organismes artistiques & Strategic Moves, 2013). Par ailleurs, les technologies numériques provoquent plusieurs changements au sein du domaine des arts de la scène. À ce titre, il est possible de noter que les consommateurs culturels ont accès à de nouvelles opportunités de divertissement qui entrent en compétition avec les arts de la scène pour le temps loisir (Association canadienne des organismes artistiques & Strategic Moves, 2013). Néanmoins, les technologies numériques créent de nouvelles possibilités de développement et d'innovation. À titre d'exemple, un sondage réalisé en 2017, auprès de 15 344 spectateurs des diffuseurs pluridisciplinaires des arts de la scène, au Québec, montre que « deux personnes sur trois (65 %) souhaitent assister à un spectacle des arts de la scène sur écran géant dans un lieu de diffusion près de leur domicile » (Dubois-Paradis & Tétu, 2018, p. 6). Cet exemple présente l'une des nouvelles avenues que peuvent emprunter les acteurs du domaine, afin d'accroître l'accès et la participation des publics grâce aux technologies numériques.

Aux changements sociodémographiques et technologiques s'ajoute la fragmentation des publics causée par la pluralité de l'offre culturelle. À l'heure actuelle, celle-ci est si diversifiée qu'elle a pour effet de segmenter les publics en divers créneaux, ce qui les

rend plus difficiles à rejoindre (Association canadienne des organismes artistiques & Strategic Moves, 2013). Cette fragmentation influence la viabilité des organisations de diffusion des arts de la scène, au plan économique, car elle ajoute une pression supplémentaire sur l'offre culturelle, tributaire du financement public, des commandites, des dons individuels et de la vente de billets (Association canadienne des organismes artistiques & Strategic Moves, 2013).

1.1.5. L'accès et la participation à la culture

Par ailleurs, le contexte de démocratisation culturelle présent dans les centres culturels sous-entend une problématique plus large, soit celle de l'accès et de la participation à la culture. À ce titre, un sondage effectué auprès d'un échantillon de 6 878 personnes, dans le cadre de l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois, de 2014, révèle un taux de participation à la vie culturelle au Québec d'environ 33% de la population (Roy, 2016). Ces résultats sont très similaires à ceux obtenus par l'Enquête au cours des trois précédentes décennies. Aux États-Unis, une enquête par sondage réalisée par le National Endowment for the Arts (NEA) relève que 37% des adultes américains ont, en 2012, assisté à une prestation relevant des arts de la scène (NEA, 2015a). Ces taux, selon Lafortune (2012), sont la preuve qu'on ne s'est jamais véritablement attardé aux barrières et obstacles qui entravent l'accès et la participation des publics. De surcroît, le secteur culturel est fortement stratifié selon les trois principales variables sociodémographiques que sont le revenu, la scolarité et l'emploi (Lafortune, 2012). Ces variables sont, d'ailleurs, généralement reflétées chez les publics des institutions culturelles (NEA, 2015a). Or, il est possible de constater que l'accès et la participation des publics sont des

défis présents non seulement dans les centres culturels, mais également dans toutes les institutions culturelles, en général.

Bref, les centres culturels semblent faire face à des enjeux de développement et de diversification des publics, auxquels s'ajoutent ceux de démocratisation culturelle. Ces enjeux se reflètent, entre autres, au travers de la composition de leurs publics et de leurs programmations, tout en s'inscrivant dans une problématique élargie d'accès et de participation à la culture qui évolue au rythme des changements sociodémographiques et socioéconomiques des sociétés post-industrialisées, dont la société nord-américaine. À ce titre, il est pertinent de résumer le problème de recherche, ainsi qu'une solution pouvant contribuer à le résoudre.

1.2. Le problème de recherche

À la lumière des résultats de la recherche menée depuis une cinquantaine d'années dans le secteur culturel et malgré l'évolution qu'ont connus les centres culturels, au cours de cette période, il semble que ces derniers fassent encore et toujours face à des enjeux de démocratisation culturelle. Ces enjeux sous-entendent un problème d'accessibilité et de participation à la culture, comme en témoignent le statut socioéconomique élevé de leurs publics et leurs types de programmation, majoritairement composés d'œuvres de la haute culture. En vue d'assurer le développement, la diversification et le renouvellement de leurs publics, plusieurs centres culturels se tournent vers la médiation culturelle.

1.2.1. La médiation culturelle

Selon Mörsch (2017), « les décideurs de politique culturelle et éducationnelle et les organismes de soutien financier font preuve d'un intérêt croissant pour la médiation culturelle [...] » (p. 89). Ce constat réjoint celui de Lafortune (2013), formulé quelques années plus tôt :

En élevant la qualité de la relation entre les publics et les œuvres légitimées et en développant les moyens de l'épanouissement légitime des populations, la médiation culturelle s'impose comme le modèle d'action privilégié par les milieux institutionnels de la culture désireux d'étendre leur audience. (p. 6)

Pour assurer un meilleur accès et une plus grande participation des publics : « Les institutions culturelles doivent repenser leurs rôles traditionnels conservateurs et adopter un nouveau rôle comme facilitateur de la participation culturelle » [traduction libre] (Jenkins & Bertozzi, 2008, p. 192). Sans ce repositionnement, les centres culturels risquent fort de devenir désuets, dans un avenir rapproché.

Or, qu'est-ce que la « médiation culturelle » et de quelle manière peut-elle contribuer à l'accès et à la participation des publics, notamment ceux des centres culturels des arts de la scène? Par médiation culturelle, la Ville de Montréal (citée par Joli-Cœur, 2007) entend :

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. 1)

En créant des rapprochements entre les citoyens et les œuvres artistiques, les centres culturels peuvent, à long terme, assurer la diversification de leurs publics et, par le fait même, une augmentation des taux de fréquentation de leurs lieux et événements. Ce virage vers la médiation culturelle permet notamment aux centres culturels de favoriser l'approche de la démocratisation culturelle, en valorisant l'ensemble des goûts artistiques et des formes d'arts.

Par ailleurs, la médiation culturelle permet de répondre à plusieurs défis actuels vécus dans les centres culturels. Selon McCarthy et al. (2001), qui soutiennent qu'avec l'arrivée des nouvelles technologies, les individus ont accès à des produits artistiques auxquels ils n'avaient pas accès auparavant, elle rend davantage accessible l'offre culturelle. De plus, elle impose le besoin d'une forme d'intermédiaire entre les artistes et les publics (McCarthy et al., 2001). Cet intermédiaire a pour mandat de fournir aux publics des clés de lecture qui leur permettent d'interpréter le type et la qualité de l'art qui leur sont présentés, afin de mettre en valeur les œuvres de l'esprit et la démarche artistique des artistes qui les ont créées. En ce sens :

Une œuvre peut s'imposer avec force et frapper l'individu comme l'éclair [...]. Il est pourtant probable que ce surgissement soudain soit le résultat d'un long travail de sensibilisation inconsciente [...]. La sociologie de la culture montre combien les environnements, les rencontres et les socialisations invisibles sont déterminants dans le parcours des individus. (Chaumier & Mairesse, 2013, p. 33)

La médiation culturelle répond ainsi au besoin d'inclure socialement les publics dans les institutions culturelles, telles que les centres culturels du domaine des arts de la scène. Elle permet notamment d'accompagner les publics néophytes pour leur permettre d'apprécier les œuvres de l'esprit à leur juste valeur et mieux se les approprier, tout en

n'entravant pas l'expérience optimale (Csikszentmihalyi, 1990; 1994; 1996) des publics de la haute culture, par une interprétation à leurs yeux nécessairement réductrice du sens de ces œuvres.

Si les institutions culturelles sont souvent perçues comme excluant des pans entiers de la population (Mörsch, 2017), la médiation culturelle propose des outils qui permettent d'amener ceux-ci à prendre part à la vie culturelle. Dans le même ordre d'idées, en adoptant la médiation culturelle, les centres culturels du domaine des arts de la scène s'ouvrent à de nouvelles collaborations, à une diversification des points de vue et à la création d'un nouveau lien avec les publics, notamment auprès des exclus de la culture. Qui plus est, les écrits de plusieurs auteurs (Chaumier & Mairesse, 2013; Garon, 2016; Julien, Lafourture & Nadeau, 2016; Lafourture, 2013; Lamoureux, 2008; Montoya, 2008; Paquin, 2015) témoignent tous que la médiation culturelle s'impose comme une solution à préconiser pour favoriser l'accessibilité et la participation des publics aux œuvres de l'esprit. À cet égard, Julien, Lafourture & Nadeau (2016) conduisent des projets de recherche et des études de cas, entre autres, auprès de publics scolaires et de publics d'art contemporain, qui leur permettent d'affirmer que :

En somme, la médiation culturelle constitue l'un des outils les plus susceptibles d'accroître le taux de participation de la population québécoise à la culture en augmentant le nombre de personnes participantes et en diversifiant leurs profils sur le plan ethnoculturel et social. (p. 7)

Dans le même sens, les résultats de l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois, de 2014, permettent à Roy (2016) d'affirmer que :

Le développement des publics ne se fait pas par des opérations de marketing qui souvent ont des finalités instrumentales, la vente de billets et le financement des compagnies ou des organismes. Il faut plutôt miser sur des actions d'éducation, d'initiation et de médiation qui auront des effets durables [...]. (p. 60)

Les travaux de multiples chercheurs témoignent de la présence de défis liés à l'accès et à la participation dans de nombreuses institutions culturelles (Bakhshia & Throsby, 2012; Kemp & Poole, 2016; Illien, 1999). C'est pourquoi, dans le cadre de la présente recherche, nous nous intéressons aux centres culturels du domaine des arts de la scène tournés vers la médiation culturelle.

1.2.2. Des centres culturels tournés vers la médiation culturelle

À ce titre, plusieurs centres culturels mettent sur pied des pratiques de médiation culturelle. À titre d'exemple, le Lincoln Center (LC), de New York, a pour mission de partager les arts avec les plus larges publics possible (LC, 2016). Pour ce faire, l'institution fait appel à des stratégies de médiation culturelle qui prônent des partenariats avec les enseignants et les écoles, afin de permettre aux jeunes d'entrer en relation avec les œuvres, les objets culturels et les artistes (LC, 2016). Pour sa part, le Centre national des Arts (CNA), d'Ottawa, possède également une mission semblable. À ce titre, le CNA déploie quatre principaux types d'activités de médiation culturelle, soit des causeries, des représentations scolaires, des classes de maîtres, des ateliers pour le grand public, ainsi que la formation et la résidence d'artistes (CNA, 2016).

Néanmoins, à notre connaissance, aucun inventaire raisonné des pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène n'est réalisé, à ce jour.

Cette situation peut s'expliquer, d'une part, par le fait que les pratiques de médiation culturelle sont très diversifiées et sont souvent liées à des réalités singulières et locales (Jacob & Le Bihan-Youinou, 2008) et, d'autre part, par le fait que la médiation culturelle est un concept relativement récent, s'étant développée au cours des années 1990, en France (Bordeaux, 2008), et dans la décennie qui a suivi celle-ci, au Québec (Paquin, 2015).

Dans le cadre de la présente recherche, nous nous intéressons plus particulièrement aux pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle. La section suivante présente les objectifs et les questions de recherche qui en découlent.

1.3. Les objectifs et les questions de recherche

En vue de favoriser l'accessibilité et la participation aux diverses formes d'art de la scène et de promouvoir la vie artistique et culturelle sous toutes ses formes, la médiation culturelle peut s'avérer une stratégie gagnante. L'objectif de cette recherche est d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle, de même que d'évaluer les effets obtenus par celles-ci aux yeux des acteurs institutionnels. Dans le cadre de la présente recherche, nous nous intéressons plus particulièrement à six centres culturels du domaine des arts de la scène situés en Amérique du Nord.

Pour atteindre cet objectif, nous formulons une question principale de recherche, à savoir : quelles sont les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle? Nous formulons également une question de recherche secondaire, soit : quels sont les effets obtenus aux yeux des acteurs institutionnels par les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène? En d'autres termes, nous désirons savoir quelles sont les pratiques de médiation culturelle aux yeux des acteurs institutionnels qui sont les plus susceptibles d'atteindre les objectifs que les acteurs se sont fixés lorsqu'ils les ont mis en œuvre.

En vue de répondre à ces deux questions de recherche, principale et secondaire, le prochain chapitre présente le contexte théorique, soit les concepts à l'étude, les résultats de recherches et de travaux, ainsi que des modèles se rattachant au sujet de la présente recherche.

Chapitre 2

Contexte théorique

Le présent chapitre aborde, tout d'abord, le concept de centre culturel et présente les principales recherches effectuées sur ce sujet. Par la suite, le concept de démocratisation culturelle est précisé, de même que son pendant, la démocratie culturelle. Également, la situation du domaine des arts de la scène est examinée. La notion de publics y est abordée. Conséquemment, le concept de médiation culturelle et les résultats de recherches s'y rattachant sont mis de l'avant. Enfin, l'accès et la participation à la culture sont présentés, de même que leurs déterminants sociaux, démographiques, technologiques et politiques.

2.1. Le centre culturel : fonctions, définition, rôles et impacts

Depuis leur création, les centres culturels ont évolué et se sont transformés au fil des changements sociaux, démographiques, technologiques et politiques. Wolf (2017) entrevoit quatre générations de transformation des centres culturels, en Amérique du Nord. La première génération est celle des centres culturels créés dans les années 1960. Cette génération a pour but principal d'être le lieu de résidence d'orchestres symphoniques, de compagnies d'opéra et de ballet et, parfois, de compagnies de théâtre (Wolf, 2017). La programmation des centres culturels de première génération met de l'avant quasi uniquement des œuvres de la haute culture (Wolf, 2017). De plus, l'une des caractéristiques prédominantes des centres culturels de première génération est leur rôle de locateur des lieux. Par la suite, les centres culturels dépassent leur rôle de lieu de résidence pour des compagnies artistiques de renom. Cette transformation donne lieu à la deuxième génération de centres culturels qui débute au cours des années 1980 (Wolf, 2017). Celle-ci est caractérisée par une programmation plus éclatée. Les centres culturels

de deuxième génération intègrent des productions issues de la culture populaire à leur programmation. Les centres culturels élargissent leur horizon et commencent, entre autres, à recevoir des artistes internationaux en tournée et des comédies musicales (Wolf, 2017). Face à la croissance de la compétition, dans le milieu du divertissement, les centres culturels voient le besoin de repositionner leur offre culturelle. En ce sens, les centres culturels de troisième génération ont des visées d'inclusion et une programmation davantage axée sur la communauté (Wolf, 2017). Quant aux centres culturels de troisième génération, ils aspirent à créer des liens avec la communauté (Wolf, 2017). Toutefois, aujourd'hui, selon Dewey Lambert & Williams (2017), les centres culturels semblent entrés dans une quatrième génération, en se définissant comme étant :

Des organisations multifonctionnelles et généralement de grandes envergures qui comprennent des théâtres, des salles de concert et des scènes qui sont conçues pour accueillir des productions artistiques variées. Les centres culturels peuvent également comprendre des espaces publics prévus pour la tenue de conférence, de réceptions ou d'autres types d'événements. [Traduction libre] (p. 104)

À ce titre, « les centres culturels agissent comme des producteurs, des présentateurs et des diffuseurs d'une programmation de plus en plus diversifiée et inclusive » [traduction libre] (Wolff, 2017, p. 35). Pour opérer avec succès, ils cumulent huit rôles qui se rapportent aux termes suivants : « Place/Brand, Showcase, Partner, Incubator, Thought Leader, Educator, Home, Innovator » (Wolff, 2017, p. 35) Les huit rôles d'un centre culturel de quatrième génération sont présentés à la Figure 1.

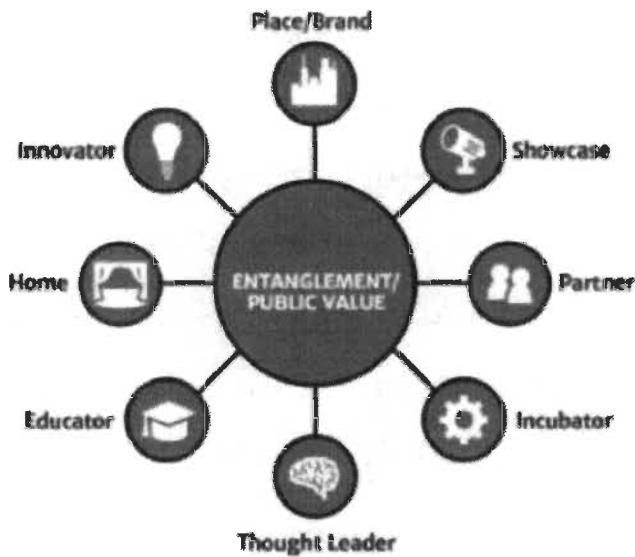


Figure 1. Les huit rôles d'un centre culturel de quatrième génération [traduction libre] (Wolfe, 2017, p. 35; illustration par Skye Goulde).

Tout d'abord, le rôle de « Place/Brand » désigne l'image de marque associée au centre culturel comme destination ou en tant que lieu offrant une programmation culturelle d'exception. Les centres culturels possèdent également le rôle de vitrine sur toutes formes d'art, aussi appelée « Showcase ». Cette vitrine sert à légitimer et à faire rayonner une programmation qui présente des formes artistiques nouvelles, traditionnelles et diversifiées. De plus, les centres culturels ont un rôle de « Partner » ou de partenaire, en créant des liens avec la communauté. Par ailleurs, le terme « Incubator » ou incubateur renvoie au rôle de soutien des centres culturels face à l'élaboration de nouveaux contenus artistiques. De surcroît, les centres culturels doivent assumer un rôle de « Thought Leader » ou de leader d'opinion dans le développement du secteur artistique sous toutes ses formes, incluant des modèles d'affaires innovants, de même que des stratégies efficaces de développement et de fidélisation des publics. Les centres culturels ont également un rôle d'« Educator » ou d'éducateur à jouer, en étant un lieu qui favorise

l'apprentissage et qui célèbre la découverte, la curiosité intellectuelle et la diversité. Quant au terme « Home », il peut se traduire par « résidence », tel un rôle d'hébergement d'artistes pour la création, la production et la diffusion d'œuvres du domaine des arts de la scène. Enfin, les centres culturels possèdent un rôle d'« Innovator » ou d'innovateur, pour encourager la prise de risques et l'exploration, tout en maintenant une gouvernance et un leadership forts.

Par ailleurs, Dewey Lambert & Williams (2017) proposent une division des activités artistiques des centres culturels du domaine des arts de la scène en quatre principales catégories. La première catégorie est constituée des spectacles produits par les compagnies résidentes de l'institution⁸. Ces compagnies résidentes sont des organisations artistiques locales qui produisent et présentent des productions artistiques (Dewey Lambert & Williams, 2017). Communément, les compagnies résidentes sont des organisations qui produisent des opéras, des ballets ou, encore, des orchestres symphoniques locaux. Elles peuvent également produire du théâtre ou de la danse contemporaine. Les compagnies résidentes ont un impact majeur sur la programmation des centres culturels, car leurs productions constituent une grande partie de celle-ci. C'est pourquoi les centres culturels priorisent les compagnies résidentes dans leur calendrier culturel, en leur offrant généralement des avantages financiers et du soutien opérationnel pour le réaliser. La deuxième catégorie est constituée de productions artistiques non produites par les compagnies résidentes, mais qui sont présentées par le centre culturel lui-même (ex. : concerts commerciaux). Ces productions leur permettent de diversifier

⁸ Les centres culturels en région urbaine possèdent généralement des compagnies résidentes (Dewey Lambert & Williams, 2017).

leur programmation et de répondre à des exigences d'autofinancement. La troisième catégorie est composée d'activités et d'événements à saveur communautaire ou éducative (ex. : programmation familiale, événements communautaires, etc.). Cette programmation vise à s'acquitter de la responsabilité sociale intrinsèque à la mission des centres culturels. Enfin, la quatrième catégorie d'activités et d'événements présentés dans les centres culturels du domaine des arts de la scène se veut à but uniquement lucratif (ex. : événements privés, mariages, réceptions, banquets, conférences, etc.). Étant donné le contexte financier précaire dans lequel évoluent les centres culturels, ce type d'activités et d'événements, dits corporatifs, vise à dégager des revenus autonomes pouvant aider à renflouer les coffres des centres culturels ou à réaliser d'importants profits essentiels, notamment au financement des productions davantage pointues.

Selon Webb (2017), qui relate plusieurs facteurs favorisant le succès d'un centre culturel, il y a importance de porter une attention particulière aux besoins de la communauté et de mettre en place des manières concrètes d'y répondre. L'auteur relate également, comme facteur de succès, l'importance d'accompagner les publics dans leur préparation à l'activité culturelle à laquelle ils projettent d'assister. Tous ces facteurs contribuent à favoriser une expérience artistique optimale (Csikszentmihalyi, 1990; 1994; 1996), chez l'ensemble des publics qui fréquentent les centres culturels du domaine des arts de la scène (Webb, 2017). De surcroît, les centres culturels génèrent plusieurs impacts sociaux, économiques et culturels. Tout d'abord, ils vitalisent la communauté dans laquelle ils évoluent en offrant une programmation culturelle riche et comportant des activités d'éducation artistique (Dewey Lambert & Williams, 2017). Ils remplissent également un

rôle social en servant de lieux de préservation et de mise en valeur de l'histoire et du patrimoine artistique (Dewey Lambert & Williams, 2017). Les centres culturels sont également des vecteurs importants de tourisme culturel (Dewey Lambert & Williams, 2017). Ils jouent aussi un rôle prépondérant dans le soutien au secteur artistique, en encourageant la créativité et la vivacité de celui-ci. En ce sens, les centres culturels permettent, entre autres, à des compagnies artistiques sans but lucratif de présenter des œuvres inédites aux publics (Dewey Lambert & Williams, 2017) et, par le fait même, de les démocratiser en les mettant à la portée de tous. La section qui suit traite du concept de démocratisation culturelle, ainsi que de son évolution à travers le temps.

2.2. La démocratisation culturelle

Apparue au cours des années 1960, la démocratisation culturelle est, au départ, conçue comme une approche visant à rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres de la haute culture. Plusieurs auteurs relatent, cependant, de l'échec ou de l'illusion de la réussite de la démocratisation culturelle dans sa conception première (Caune, 2006; Coulangeon, 2004; Martin, 2014; Donnat, 2003). En effet, l'accessibilité présente dans sa définition initiale correspond plutôt au fait de les rendre disponibles par l'entremise, entre autres, de grands équipements culturels (Donnat, 2003). À titre d'exemple, André Malraux, ministre d'État des Affaires culturelles en France au cours des années 1960, conçoit la « culture basée sur un objectif de démocratisation [...] comme une volonté de popularisation des chefs-d'œuvre de l'art savant » (Coulangeon, 2004, p. 60). Cependant, la démocratisation culturelle, telle que conçue au départ, ne considère pas l'importance de l'éducation dans l'appropriation et l'appréciation des œuvres de l'esprit. Il s'agit de

permettre un accès au grand public à la haute culture sans, toutefois, encadrer ce contact (Martin, 2014). L'inefficacité de la démocratisation culturelle, dans sa conception première, est également perceptible grâce aux résultats des enquêtes sur les pratiques culturelles, tant du côté français que québécois. Celles-ci témoignent des inégalités grandissantes, en termes d'accès et de participation des publics aux arts de la scène (Coulangeon, 2004; Martin, 2014), car, au départ, les instances gouvernementales françaises ne prévoient pas de moyens de démocratiser la culture populaire. Ils la considèrent, par définition, déjà disponible et accessible (Looseley, 2003). Cependant, l'État se rend rapidement compte qu'il est nécessaire d'inclure la culture populaire dans ses politiques culturelles, puisqu'elle regroupe une multitude de formes créatives (Looseley, 2003). Aujourd'hui,

L'ensemble des pratiques artistiques, qu'elles relèvent des arts dits savants ou classiques (comme la musique classique, la danse, la littérature, les musées d'art, l'opéra, le théâtre, etc.) ou dits populaires (comme la chanson, l'humour, le cinéma d'action, les téléromans, etc.), forme un continuum dans la production et la consommation culturelle, dont les œuvres les plus achevées enrichissent les uns et les autres. (Courchesne & Colbert, 2014, p. 2)

Ainsi, l'approche de la démocratisation culturelle s'étend, dorénavant, à l'accroissement de l'accès et de la participation à l'ensemble des œuvres de l'esprit et non seulement à celles de la haute culture. De plus, de par sa portée sociale importante, la démocratisation culturelle vise à réduire les inégalités et la division face à la culture, car, selon Caune (2006), « la culture se présente toujours sous ses deux aspects : d'un côté, elle est un facteur d'unification et d'identification, de l'autre, elle est vécue comme un principe de division au sein du corps social » (p. 57). Pour toutes ces raisons, la démocratisation culturelle, dans sa conception deuxième, est aujourd'hui perçue comme étant un :

Modèle d'intervention de l'action culturelle né au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, [qui] poursuit deux grands objectifs de production, de diffusion et de réception. Il s'agit, d'abord, de favoriser, pour le plus grand nombre, l'accès aux œuvres d'art et aux trésors du patrimoine; ensuite, de stimuler et soutenir la création artistique contemporaine. (Fourcade, 2014, p. 4)

Pour leur part, Donnat & Octobre (2001) soulignent que pour qu'il y ait démocratisation culturelle, il est impératif de retrouver à la fois une augmentation de la fréquentation totale des publics, ainsi qu'une augmentation de la fréquentation chez les publics moins enclins à fréquenter le milieu des arts. Ainsi, la démocratisation culturelle s'impose comme étant le concept-clé qui soutient la présente recherche, au sens où elle est au cœur de la mission des centres culturels de quatrième génération, en favorisant l'accès et la participation à l'ensemble des œuvres de l'esprit, chez l'ensemble des publics. Pour atteindre cette mission, les centres culturels font également appel à l'approche de la démocratie culturelle, soit le pendant de la démocratisation culturelle.

2.3. Un parallèle entre démocratisation et démocratie culturelles

Selon Santerre (1999), la démocratie culturelle est :

Ainsi nommée pour la distinguer du premier modèle, [elle] appelle une définition plus large de la culture, défend la diversité des formes d'expression et prône leur intégration au quotidien. L'approche, qui prend appui sur un mode d'intervention plus décentralisé, favorise une plus large participation des citoyens à la vie culturelle et à la fréquentation des œuvres, mais également au processus de création et à l'exercice des pouvoirs culturels. (Santerre, 1999, p. 5)

Découlant toutes deux de l'animation culturelle, ces deux approches s'avèrent complémentaires au sens où leur intervention favorisent « [...] une vision beaucoup plus inclusive de la culture » (Fourcade, 2014, p. 5), en visant « [...] la reconnaissance de la

différence et l'expression culturelle autonome » (Lafortune, 2008, p. 50).

« Concrètement, les deux se posent [...] en continuité plus qu'en opposition, l'un[e] s'appuyant sur les acquis de l'autre » (Santerre, 1999, p. 11). L'ouverture à la démocratie culturelle des centres culturels a contribué à faire évoluer les pratiques de médiation en démocratisation culturelle.

Pour toutes ces raisons, tant la démocratisation que la démocratie culturelle s'inscrivent dans le concept de médiation culturelle, car : « Centrées sur la transmission de la culture [...] et l'élargissement des publics, la médiation culturelle s'est imposée comme stratégie privilégiée d'intervention dans les milieux institutionnels de l'art avant de s'étendre aux autres lieux culturels » (Lafortune, 2008, p. 49). Toutefois, pour mieux distinguer les deux approches, Lafortune (2008) associe la démocratisation culturelle à la médiation, alors qu'il utilise le concept de *médi'action* pour désigner la démocratie culturelle. À ce titre, la « médiation culturelle est utilisée pour remédier à la fracture qui sépare les couches de la population et [...] la *médi'action* est requise pour parer à la fragmentation sociale » (Lafortune, 2008, p. 50). En ce sens, les institutions culturelles se doivent « [...] désormais de favoriser l'accessibilité en déployant des médiations [...] » (Chaumier & Mairesse, 2013, p. 59).

Bref, qu'elles relèvent de la démocratisation ou de la démocratie culturelles, ces médiations ont pour but d'éliminer les barrières et les obstacles qui freinent, voire entravent l'accès et la participation des publics à la culture. Ceux-ci sont des enjeux de taille pour les centres culturels de quatrième génération.

2.4. Les barrières et les obstacles à l'accès et à la participation à la culture

Plusieurs barrières et obstacles freinent, voire entravent l'accès et la participation des publics à la culture. Les motivations et les contraintes ressenties chez les publics sont également examinées, de même que les déterminants d'ordre sociodémographique, technologique et politique, qui viennent également influer sur l'accès et la participation des publics aux arts de la scène.

2.4.1. Les motivations et les contraintes qui freinent, voire entravent l'accès et la participation des publics aux arts de la scène

L'accès et la participation des publics aux arts de la scène sont grandement influencés par les motivations et les contraintes vécues par les publics. L'accessibilité correspond « [...] à la levée des obstacles qui entravent la participation culturelle [...] » (Lafortune, 2012, p. 68). Quant à la participation culturelle, elle renvoie aux « [...] différents degrés d'activité (ou de passivité) qui peuvent être convoqués lors d'une expérience culturelle » (Fourcade, 2014, p. 6). Les résultats d'une étude du NEA (2012), basée sur des données de l'Enquête sociale générale des États-Unis, relèvent huit facteurs qui motivent les publics à assister à des performances artistiques du domaine des arts de la scène. À ce titre, 72,9% des répondants indiquent y avoir assisté dans le but de socialiser avec des amis ou de la famille (NEA, 2015b). La socialisation constitue ainsi la raison première qui motive les publics à assister à des spectacles du domaine des arts de la scène. En second lieu, avec 65,8%, apparaît le désir d'assister à la performance d'un artiste en particulier dans un lieu particulier. À moins grande échelle, les répondants déclarent également assister à une performance d'arts de la scène dans le but d'acquérir de nouvelles connaissances

(64,1%), de vivre une expérience artistique de haute qualité (63,2%), de soutenir l'art communautaire (51,2%), de profiter de la gratuité ou du faible coût de la prestation (40,9%) et, finalement, de célébrer le patrimoine culturel (24,2%).

À l'opposé, plusieurs contraintes viennent freiner, voire entraver l'accès et la participation des publics aux arts de la scène. Dans la même étude, le NEA (2012) présente les six principales contraintes qui découragent les répondants ayant à la base un intérêt envers l'activité artistique, d'assister à une performance des arts de la scène. Les contraintes citées sont, dans l'ordre, le coût trop élevé (44%), le manque de temps ou une contrainte liée à l'emploi (44%), la difficulté à se rendre sur les lieux (33%), l'impossibilité de trouver un accompagnateur (22%), le refus de se rendre sur les lieux (11 %) et le désintérêt face à la programmation (6,9%). De son côté, Cultural Track, une étude américaine par sondage, réalisée auprès de 4 035 personnes, en 2017, relève que la plus grande contrainte liée à l'accès et à la participation culturelles est le fait de ne pas se sentir concerné par l'activité (LaPlaca Cohen, 2017). Outre les motivations et les contraintes, les déterminants sociodémographiques influencent également l'accès et la participation des publics aux arts de la scène.

2.4.2. Les déterminants sociodémographiques

Au-delà des motivations et des contraintes, le modèle de la distinction, de Bourdieu (1979), validé à maintes reprises par les résultats d'enquêtes sur les pratiques culturelles des Français relate que les goûts culturels sont fortement corrélés à la structure sociale des individus. Quant aux résultats d'enquêtes sur les pratiques culturelles des Québécois

(1979; 1989; 1994; 1999; 2004; 2009; 2014), ils vont dans le même sens, en corroborant ce modèle (Luckerhoff, Lemieux & Paré, 2008). Il semble aussi que le degré de participation culturelle demeure similaire dans l'ensemble des pays industrialisés (Schuster, 2008), en étant relativement analogues dans les pays d'Europe. Les résultats de l'Eurobaromètre, une enquête par sondage réalisée dans 34 pays européens, montrent que « [...] les personnes les plus instruites en ayant un statut social élevé ou qui ne connaissent pratiquement jamais de difficultés financières sont les plus susceptibles de participer à des activités culturelles » (Tobelem, 2016, p. 53). Les enquêtes du NEA montrent également que l'influence de ces déterminants sociaux est observable aux États-Unis (Tepper & Gao, 2008). Les personnes possédant un statut socioéconomique plus élevé participent ainsi davantage à la culture, car la participation requiert des compétences et un sentiment de confiance (ex. : habiletés à communiquer, littératie générale et connaissances). La participation culturelle est également corrélée à l'étendue du réseau social d'une personne (Tepper & Gao, 2008, p. 30).

Bref, « [I]es taux de fréquentation des spectacles professionnels des arts de la scène augmentent généralement avec le niveau de scolarité et le niveau de revenu » (Roy, 2016, p. 40). Cela dit, l'éducation demeure le principal déterminant de l'accès et de la participation culturelles (Tepper & Gao, 2008). Ces constats vont de pair avec l'hypothèse de l'omnivorisme (Peterson, 1992), à l'effet que les personnes ayant un statut socio-économique plus élevé ont tendance à avoir des goûts culturels davantage variés (Lapointe & Lemieux, 2013; Warde, Wright & Modesto, 2007). Ceux-ci sont alors qualifiés d'omnivores. À l'opposé, les personnes possédant un statut socio-économique

plus faible ont tendance à avoir des goûts culturels plus limités (Lapointe & Lemieux, 2013; Warde, Wright & Modesto, 2007). Ces personnes sont ainsi qualifiées d'univores.

À ce titre,

[L]es travaux de Peterson ont été testés à maintes reprises dans plusieurs pays (Canada, Angleterre, Pays-Bas, Finlande, France, etc.) et les résultats montrent effectivement que les personnes ayant un statut social élevé ont davantage tendance à avoir des pratiques culturelles omnivores, voire diversifiées. (Lapointe & Lemieux, 2013, p. 4)

« Il semble en effet aujourd’hui que le style de vie des classes supérieures se caractérise moins par la légitimité culturelle des préférences et des habitudes que par l’éclectisme des goûts et des pratiques » (Coulangeon, 2004, p. 60). En outre, les enquêtes sur les pratiques culturelles des Québécois montrent que « beaucoup de citoyens restent indifférents à la production artistique, soit à cause de leur lieu de résidence, de leur exposition aux arts ou non pendant leur enfance ou de leurs pratiques culturelles » (Garon, 2007; cité dans Courchesne & Colbert, 2014, p. 4). Quant à Fridman & Ollivier (2002), à la suite d’une analyse des travaux qui marquent la sociologie du goût, au cours des trente dernières années, ils identifient l’âge, le sexe, le revenu, le niveau d’éducation, l’origine ethnique et le lieu de résidence comme des facteurs déterminants de l’accès et de la participation culturelles. Selon Illien (1999), « [...] le public des centres culturels est demeuré [...] majoritairement privilégié de par ses revenus et son éducation » (p. 51).

Par ailleurs, dans la définition du concept de démocratisation culturelle, « les arts dits majeurs s’opposent aux arts mineurs » (Lafortune, 2012, p. 68). C’est dans cette optique que Skaliotis & Pilos (2003; cités dans Courchesne & Colbert, 2014) montrent à partir de « l’enquête Eurobaromètre 2001 portant sur la fréquentation des arts de 16 200 Européens

dans les 15 pays membres », que « [...] l'art savant attire en majorité des personnes scolarisées, alors que l'art populaire recrute son public dans toutes les strates de la société » (p. 5). C'est à ce titre que, depuis 1989, une baisse d'intérêt pour les arts classiques chez la population québécoise et américaine est observée par de nombreux chercheurs (Pronovost, 2002; Bellavance, Valex & Ratté, 2004; Garon, 2004; DiMaggio & Mukhtar, 2004). Cependant, tel que mentionné précédemment, une grande partie de la programmation des centres culturels est constituée d'œuvres de la haute culture, ce qui accentue le besoin de démocratisation culturelle dans ces institutions. En somme, encore de nos jours, les facteurs sociodémographiques jouent un rôle prépondérant dans l'accès et la participation des publics aux arts de la scène dans les centres culturels de quatrième génération.

2.4.3. Les déterminants technologiques

Plusieurs facteurs d'ordre technologique influencent également l'accès et la participation des publics à la culture. À ce sujet, Fridman & Ollivier (2002) mentionnent que :

[...] si l'on a davantage accès au monde de l'art, cette « démocratisation » de la culture n'est qu'apparente, car elle place tout sur un pied d'égalité. L'impossibilité d'établir des hiérarchies dans le domaine de la production et de la consommation culturelles marque alors une nouvelle frontière dans l'accès à la culture, car si aujourd'hui tout produit culturel est en principe disponible de manière égale à tout le monde, l'inégale distribution des compétences permettant de faire un « choix éclairé » signifie qu'on reste submergé devant l'énorme quantité de possibilités offertes. (p. 48)

En d'autres mots, ces auteurs relatent que sans détenir les clés de lecture ou les outils nécessaires au décodage et à la compréhension des œuvres artistiques, favoriser l'accès et la participation des publics néophytes est inutile (Fridman & Ollivier, 2002). Ce

phénomène se rattache à une définition plus contemporaine de la démocratisation culturelle qui renvoie à la médiation culturelle en visant non seulement à favoriser l'accès et la participation aux œuvres de l'esprit, mais, aussi, à éduquer les publics face aux créations artistiques, afin qu'ils détiennent les codes culturels nécessaires à leur compréhension, en vue de se les approprier (Lafortune, 2015). De plus, pour y parvenir, les facteurs technologiques doivent dorénavant être considérés au même titre que les facteurs sociodémographiques, puisqu'ils influencent l'accès et la participation des publics à la culture (Lapointe & Lemieux, 2013). En effet, les hypothèses basées sur les données recueillies auprès de 6 878 répondants, dans le cadre de l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois, de 2010, vérifiées à partir du modèle linéaire généralisé (MLG), permettent à Lapointe & Lemieux (2013) de constater que plus une personne utilise l'Internet pour des usages liés à la culture, plus sa fréquentation des lieux culturels et ses sorties au spectacle sont « diversifiées et intenses » (p. 16). Les institutions culturelles doivent ainsi travailler en amont pour tirer profit des nouvelles technologies, en faisant de « la fréquentation des mondes virtuels [...] une stratégie gagnante pour augmenter la participation culturelle » (Colbert, 2009; cité dans Courchesne & Colbert, 2014, p. 8). Ces conclusions rejoignent celles de Swerdlow (2008) qui, basées sur les enquêtes réalisées par le NEA, aux États-Unis, lui permettent d'affirmer que les nouvelles technologies sont dorénavant à préconiser pour attirer et fidéliser de nouveaux publics. En ce sens, l'étude Culture Track, réalisée par LaPLaca Cohen (2017), recense quatre principales raisons pour lesquelles le numérique s'agence bien avec les activités culturelles. Notamment, il : 1) permet aux publics d'accéder à de l'information plus détaillée; 2) facilite le partage de l'expérience (ex. : à travers les

médias sociaux); 3) permet d'approfondir la compréhension du contenu présenté et, enfin, 4) crée un sentiment de nouveauté chez les publics.

2.4.4. Les déterminants politiques

Pour sa part, Caune (2006) témoigne du fait que « l'État ne peut pas se contenter de susciter et d'accompagner une offre de productions artistiques qui ne répond qu'à la demande d'un public cultivé » (p. 55). Qui plus est, les orientations gouvernementales en matière de culture, en France et en Suisse, témoignent que la « médiation culturelle et l'accès à la culture sont devenus des notions essentielles de la politique culturelle » (Sutermeister, 2010, p. 5). Quant au Québec,

C'est [...] le rôle de l'État de s'assurer que les Québécois, quelles que soient leur origine et la région où ils habitent, puissent avoir accès à une vie culturelle et artistique. Autrement dit, il s'agit non seulement d'atténuer les obstacles qui risquent d'éloigner le citoyen de la vie culturelle, mais aussi de faire en sorte que nul ne se sente exclu, a priori, de la fréquentation de la culture et de la pratique culturelle. (Ministère de la Culture et des Communications, 2016, p. 16)

De plus, selon un sondage réalisé auprès de 2 045 Canadiens, en 2016-2017, près de neuf personnes sur 10 « indiquent que les gouvernements devraient accorder une importance moyenne ou élevée à l'appui de ce secteur, ce qui demeure quasiment inchangé depuis 2012 » (Groupe de recherche Environics, 2017, p. 3). Ces écrits impliquent que le monde politique joue un grand rôle dans l'accès et la participation des publics aux arts de la scène dans six centres culturels d'Amérique du Nord, en vue de générer des retombées sociales, économiques, éducationnelles, etc., propres au domaine.

2.5. Le domaine des arts de la scène dans les centres culturels d'Amérique du Nord

Le domaine des arts de la scène, dans les centres culturels d'Amérique du Nord, comprend généralement les secteurs et ses déclinaisons suivants : le théâtre (théâtre de création, de répertoire, vaudeville, contes, etc.), la danse (classique, contemporaine, jazz, folklorique, etc.), la musique (classique, populaire, rock, métal, etc.) et les variétés (humour, cirque, magie, comédie musicale, etc.) (Fortier, 2017).

Au Québec, selon l'Observatoire de la culture et des communications (OCCQ), en 2016, plus de sept millions d'entrées sont enregistrées pour les spectacles payants, dans l'ensemble des centres culturels du Québec, selon l'Enquête québécoise sur la fréquentation des spectacles⁹ (Fortier, 2017).

Au Canada, un sondage réalisé par Ekos, en 2012, auprès de 1 031 personnes révèle que « les trois quarts des Canadiens ont assisté à au moins un événement des arts de la scène au cours des douze derniers mois, dans l'ensemble des centres culturels du Canada » (Ekos, 2012, p. iii). Sur le plan économique, le spectacle vivant représente, en 2014, pour le Canada, un produit intérieur brut de 2,5 milliards de dollars (Statistique Canada, 2016). En plus de leur importance économique, les arts de la scène ont également une portée sociale. À ce titre, neuf Canadiens sur 10 estiment qu'il est bénéfique pour eux d'assister à des spectacles professionnels (Ekos, 2012). Les arts de la scène procurent également

⁹ Dans le cadre de l'Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec « recueille tous les deux mois des données au sujet des représentations payantes en arts de la scène offertes par les établissements qui diffusent des spectacles ou qui sont propriétaires de salles » (OCCQ, 2017, p. 2).

plusieurs bienfaits, dont le divertissement, la stimulation affective, spirituelle et intellectuelle, ainsi que l'apprentissage (Ekos, 2012). De plus, 86% des Canadiens croient que les salles de spectacle contribuent à la qualité de vie de la collectivité (Phoenix Strategic Perspectives, 2012). À ce titre, une étude portant sur la relation entre les arts et le bien-être des Canadiens, réalisée par Hill Stratégie, en 2010, montre que les personnes qui assistent à des pièces de théâtre, à des concerts de musique populaire ou à des festivals culturels sont jusqu'à 32% plus susceptibles de déclarer être en très bonne ou en excellente santé (Hill Stratégie, 2013).

Par ailleurs, aux États-Unis, c'est 51% des adultes américains qui assistent à un spectacle d'arts de la scène, en 2012 (NEA, 2015a). Les Américains dépensent ainsi, en 2009, 14,5 milliards de dollars en coûts d'entrée pour les arts de la scène, selon les données du U.S. Department of Commerce's Bureau of Economic Analysis (NEA, 2011). Une étude de l'Université de l'Illinois, de Chicago, basée sur les données du General Social Survey reposant sur un échantillon de 2 765 adultes, souligne que la participation aux arts, surtout en tant que publics, prédit l'engagement communautaire, la tolérance et l'altruisme (Ranello, 2012).

L'ensemble des publics des centres culturels d'Amérique du Nord, qui accèdent et participent au domaine des arts de la scène est toutefois loin d'être homogène. Une première segmentation permet d'en dégager trois catégories : les publics, les publics potentiels et les non-publics.

2.6. Les publics, les publics potentiels et les non-publics

Les trois catégories que sont les publics, les publics potentiels et les non-publics font rapidement apparaître que le concept est pluraliste en ce qu'il englobe un « [...] ensemble de personnes susceptibles de recevoir les messages envoyés par le milieu culturel et d'avoir un intérêt pour une institution » (Fourcade, 2014, p. 7). Dans la présente recherche, le concept de public est central, car,

Parler de démocratisation culturelle exige [...] de s'intéresser d'abord à la composition sociale des publics puisqu'elle suppose une évolution vers une plus grande diversité et surtout une meilleure représentation de ceux qui ne fréquentent pas les institutions culturelles de façon habituelle. (Levy, 2001, p. 65)

Selon Jacobi & Luckerhoff (2010a), « Est public l'ensemble de ceux qui, par goût ou par habitude, lisent de la grande littérature, vont au théâtre, fréquentent les salles de cinéma d'art et d'essai, écoutent de l'opéra, visitent plusieurs musées ou monuments par an » (p. 101). Une part d'entre eux « manifestent cet intérêt par la fréquentation ou la consommation d'une activité culturelle » (Fourcade, 2014, p. 7). Cependant, dès 1993, « les chercheurs ont fait ressortir le caractère arbitraire et très conventionnel de la notion de public » (Dayan, 1993; cité dans Jacobi & Luckerhoff, 2010b, p. 11). Puisqu'il semble impossible de considérer homogène la réunion d'un ensemble d'individus, à mi-chemin entre les publics et ceux qui en sont absents, soit les non-publics, il est possible de trouver les publics potentiels. Ceux-ci répondent à la définition suivante :

[...] somme de publics spécifiques, qui peuvent entretenir un intérêt pour un domaine culturel ou pour un thème particulier, sans pour cela placer la culture au centre de leurs loisirs. La fréquentation des équipements culturels se trouve souvent pour eux en concurrence avec d'autres formes d'usage du temps libre [...]. (Donnat & Octobre, 2000, p. 184)

Quant aux non-publics, ils peuvent être définis comme étant « [...] l'ensemble des personnes que des institutions ou des équipements culturels n'arrivent pas à atteindre par le biais de leurs activités » (Fourcade, 2014, p. 7). Cependant, « Les non-fréquentants des établissements culturels ne sont pas tous, par conséquent – tant s'en faut –, des exclus de la culture » (Donnat & Octobre, 2000, p. 183). En effet, la catégorisation des publics est poreuse et non définitive, puisque la simple participation d'un individu à une activité culturelle vient modifier la catégorie à laquelle il appartient (Donnat & Octobre, 2000, p. 184). C'est ainsi que les publics doivent être étudiés comme un « [...] continuum entre le pôle public et le pôle non-public » (Azam, 2004, p. 3). C'est également « en glissant de la notion de public potentiel à celle du “non-public”, qu'on passe imperceptiblement d'un univers probabiliste à un univers investigable (Fleury, 2004; cité dans Jacobi & Luckerhoff, 2010a, p. 12).

Par ailleurs, Lamizet (1999) rappelle que les publics sont au cœur des actions de médiation culturelle. Celle-ci se distingue cependant des autres modes de transmission culturelle, car elle se veut interdisciplinaire et bidirectionnelle. La section suivante présente la médiation culturelle, en y abordant sa définition, ses rôles et ses impacts chez les publics.

2.7. La médiation culturelle : définition, rôles et impacts chez les publics

La médiation culturelle peut être définie comme suit :

Située à l'intersection du culturel, de l'éducation, de la formation continue et du loisir, [elle] s'inscrit dans le champ [de] ce qu'on appelle l'éducation informelle. À la différence de l'éducation, au sens usuel du terme, l'éducation informelle n'est ni obligatoire, ni contrainte par un programme

exhaustif à dispenser, ni par une validation des acquis à organiser. Ces visées sont tout à la fois éducatives (sensibilisation, initiation, approfondissement...), récréatives (loisir) et citoyennes (être acteur de la vie de la cité). [...] La médiation culturelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations. (Jammet, 2003, p. 224)

La médiation culturelle propre au domaine des arts de la scène comporte, cependant, des caractéristiques particulières. Elle se distingue notamment de la médiation muséale, puisqu'elle est souvent réalisée en l'absence de l'œuvre (Bordeaux, 2016). En ce sens, « nombre de médiations se mettent en place sans [que les médiateurs] aient vu les spectacles; ce qui les conduit à se servir de textes d'intention, de critiques déjà publiées, ou plus simplement d'information orale disponible dans leur[s] réseaux » (*Ibid.*, p. 137).

Dans le cadre d'institutions culturelles, l'approche de démocratisation culturelle sous-jacente à la médiation culturelle permet de faciliter la rencontre entre les publics et les œuvres ou les objets culturels (Paquin, 2015). En développant les compétences des publics, à l'aide d'activités d'éducation non formelle, « la médiation culturelle a la cote dans les milieux institutionnels, préoccupés par la qualité de la rencontre avec les œuvres » (Caillet, Fradin & Rock, 2000; cités dans Lafortune, 2008, p. 50). Également, Montoya (2008) s'appuie sur les résultats d'entrevues qualitatives réalisées auprès de professionnels de la médiation culturelle pour témoigner que celle-ci permet de fidéliser les publics, en créant une relation entre eux et l'institution concernée. D'autant plus, les rapprochements entre les publics et le domaine des arts de la scène sont susceptibles de permettre une programmation plus avant-gardiste et aventureuse, en donnant aux publics les outils dont ils ont besoin pour se familiariser avec confiance avec les œuvres de

l'esprit (Conner, 2008, p. 119). En répondant au besoin d'information des publics néophytes, la médiation culturelle permet ainsi de concilier leurs besoins avec ceux des non-publics (Luckerhoff & Velez, 2015). Plus précisément, la médiation culturelle offre « des clés aux divers publics pour leur permettre [...] de pénétrer les codes de l'art » (Lacerte, 2017, p. 203). Dans le même ordre d'idées, la médiation culturelle permet de développer, de diversifier et de renouveler les publics des institutions culturelles et, par le fait même, d'accroître l'accès et la participation à la culture. Plus récemment, Jacobi & Marchis-Mouren (2017) s'entendent pour dire que « la fidélisation et l'attachement à l'identité sont les deux ressorts qui permettent à une pratique culturelle, qu'elle soit de nature savante ou populaire, de maintenir la fréquentation ou de la développer »¹⁰.

Par ailleurs, la médiation culturelle comporte des visées sociales. À ce titre, les résultats d'une étude qualitative basée sur un modèle d'évaluation réalisée auprès de six projets de médiation culturelle, à Montréal, permettent de constater qu'elle favorise le développement de compétences culturelles et sociales (Jacob & Bélanger, 2014). Cette même étude souligne qu'en plus de renforcer l'estime de soi, la médiation culturelle stimule le développement identitaire et la création d'un sentiment d'appartenance à la communauté (Jacob & Bélanger, 2014). Cela dit, le travail de médiation s'effectue généralement avec des publics moins éduqués, moins nantis et davantage éloignés des grands centres urbains (Luckerhoff & Velez, 2015). « [...] c'est sur cet écart que s'appuient toutes les politiques dites de médiation culturelle visant à rendre certaines formes de culture plus accessibles » (Luckerhoff & Velez, 2015, p. 23). Par ailleurs, à la

¹⁰ Fidélisation. Repéré à <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/fidelisation/>

suite d'une étude de cas sur la médiation culturelle au Centre Pompidou, Fleury (2008) affirme que :

[...] loin d'être impuissante devant les déterminants classiques des pratiques culturelles, la médiation culturelle possède une capacité à façonner la relation des individus à l'art et à produire des effets sociaux dont celui de confirmer ou, à l'inverse, d'infléchir les effets de l'*habitus* cultivé. (p. 21)

Selon les recherches de Hooper-Greenhill (2007), réalisées à l'Université de Leicester, la médiation culturelle a également des effets positifs sur l'apprentissage. Plus précisément, elle favorise le développement des capacités cognitives, ainsi que l'intelligence émotionnelle, sociale, visuelle-spatiale et physique-kinesthésique (Mörsch, 2017, p. 92). Bref, la médiation culturelle est constituée de deux axes : l'un horizontal, « lié à la participation et à l'expression culturelles des citoyens » (Quintas, 2014, p. 4), visant à améliorer le vivre-ensemble, l'autre vertical, « lié à la transmission des œuvres et des productions élaborées dans la sphère institutionnelle » (*Ibid.*), visant à accroître le sens des œuvres chez ceux-ci. La Figure 2 présente le modèle de la médiation culturelle en deux axes (*Ibid.*).

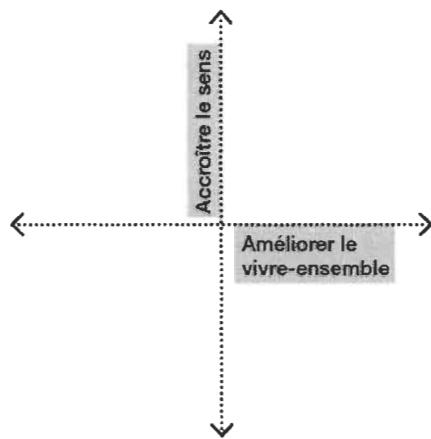


Figure 2. Modèle de la médiation culturelle en deux axes (Quintas, 2014, p. 4)

Puisque la médiation culturelle se veut d'abord et avant tout une action ayant une visée éducative non formelle, nous référons à des modèles puisés dans le domaine des sciences de l'éducation, en vue de mieux en comprendre les fondements. L'un de ces modèles, le modèle de la situation pédagogique (Legendre, 2005, p. 1240), peut être transposé, par analogie, à la médiation culturelle, pour devenir le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène.

2.8. Le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

Le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène est basé sur le modèle de Paquin (2015), ayant trait à la médiation dans les musées. Ce dernier est lui-même adapté du modèle de la situation pédagogique (Legendre, 2005, p. 1240), en comprenant les quatre composantes, nommées SOMA : « L'acronyme SOMA réfère au Sujet, à l'Objet, au Milieu et à l'Agent » (Legendre, 2005; cité dans Paquin, 2015, p. 111), propre à toute situation éducative, qu'elle soit formelle ou non formelle. La Figure 3 présente le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène.

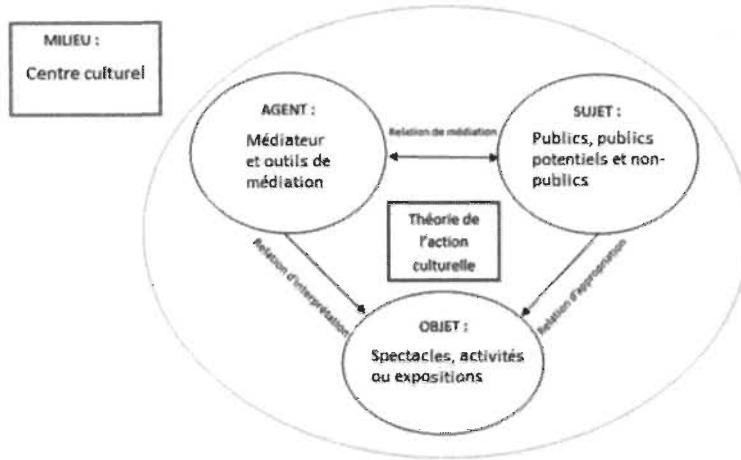


Figure 3. Modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène.

Dans ce modèle, le sujet est représenté par les trois catégories de publics (publics, publics potentiels et non-publics). L'objet est un spectacle, une activité ou une exposition se déroulant dans le centre culturel. Le milieu est représenté par l'infrastructure intérieure et extérieure qu'est le centre culturel. Enfin, l'agent est le médiateur culturel ou les stratégies de médiation déployées par celui-ci, dans le centre culturel. Quelquefois, l'artiste peut être présent comme agent dans ce modèle, mais dans des circonstances exceptionnelles, car il ne fait généralement pas partie de la relation de médiation. Le médiateur culturel (Agent) entretient une relation d'interprétation avec l'œuvre ou l'objet culturels (Objet), en vue de vulgariser et d'expliquer le spectacle, l'activité ou l'exposition, afin d'en accroître le décodage et la compréhension chez les publics (Sujet). Par la suite, les publics (Sujet) développent une relation d'appropriation avec l'œuvre ou l'objet culturels (Objet). Une fois que les publics ont acquis des connaissances sur ceux-ci, ils peuvent les comprendre, les apprécier et, par la suite, mieux se les approprier. Puis, le médiateur culturel (Agent) entretient une relation de médiation avec les publics (Sujet), puisqu'il agit à titre d'intermédiaire entre le contenu présenté (Objet) et les publics.

(Sujet). Des flèches à double sens illustrent la bidirectionnalité qui s'installe entre le Sujet, l'Objet et l'Agent dans un Milieu culturel donné. Par conséquent, ce modèle illustre les différentes composantes et les diverses relations qu'elles entretiennent entre elles. Au cœur de ces relations se situe la Théorie de l'action culturelle, de Jeanson (1973). Cette théorie réfère à « l'ensemble des moyens à mettre en œuvre pour créer « des rapprochements entre le milieu culturel et la population » (Fourcade, 2014, p. 4). L'action culturelle est « l'ensemble des actions mises en œuvre pour mettre en relation la création et l'ensemble des richesses patrimoniales avec l'ensemble des populations d'un territoire, afin de permettre aux individus et aux groupes de maîtriser la réalité culturelle qui les environne » (Jeanson, 1973, p. 18). La Théorie de l'action culturelle découle elle-même de la Théorie de l'action de Touraine (1965). Tout comme le modèle SOMA, celle-ci place les relations comme objet central de l'analyse sociologique (Touraine, 1978). Malgré son apport indéniable à l'accès et à la participation culturelles des publics, dans le cadre d'une approche de démocratisation culturelle, la médiation culturelle comporte des limites.

2.9. Les limites de la médiation culturelle

Malgré ses nombreux avantages, la médiation culturelle comporte des limites. La plus importante est la difficulté des institutions culturelles à mesurer les effets qu'elle induit chez les publics. À ce titre, « [l']impact réel et effectif de la médiation est insaisissable, puisqu'il s'agit d'une démarche s'initiant chez un individu et se développant selon un rythme imprévisible ou inégal, à plus ou moins long terme » (Langevin-Tétrault & Martineau, 2007; cités dans Lafourture, 2008, p. 54). Dans le même ordre d'idées, à la

suite de la revue de la littérature dans le cadre d'une évaluation de programmes de médiation culturelle, Bellavance & Dansereau (2007) soulignent le peu d'information existant sur l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle, au niveau international. Bien que le Québec adopte de plus en plus la médiation culturelle et artistique comme stratégie pour favoriser l'accès et la participation des publics à culture, à l'instar de la France, des États-Unis et de l'Angleterre, « il reste difficile d'évaluer l'impact de telles pratiques » (Bellavance & Dansereau, 2007, p. 10). À cet effet,

Les expériences d'évaluation demeurent néanmoins encore peu standardisées et plusieurs philosophies s'affrontent au sein de la communauté internationale des chercheurs. Le problème tient ici non pas tant au choix de la bonne méthodologie qu'aux objectifs et au cadre conceptuel de ces évaluations. (Bellavance & Dansereau, 2007, p. 9)

De plus, la médiation culturelle est souvent décrite comme une notion floue (Rasse, 2000). Elle est même qualifiée de « mot-valise » (Chaumier & Mairesse, 2013) ou, encore, de « concept parapluie » (Bélanger & Bélanger, 2017). Cette critique est associée à la multiplicité des formes, des pratiques et des activités que la médiation culturelle peut revêtir (Casemajor, Dubé, Lafortune & Lamoureux, 2017).

Par contre, bien que les effets de la médiation culturelle soient difficiles à évaluer, plusieurs écrits révèlent l'efficacité de celle-ci (Chaumier & Mairesse, 2013; Garon, 2016; Julien, Lafortune & Nadeau, 2016; Lafortune, 2013; Paquin, 2015). Qui plus est, ces auteurs ne mettent de l'avant essentiellement que des effets positifs. Cependant, les pratiques de médiation culturelle ne sont pas, à tous coups, positives et efficaces. À ce titre, « [I]es pratiques culturelles et artistiques sont toujours expérimentales. [...] Elles comportent une bonne part de prise de risques et d'incertitudes » (Quintas, 2014, p. 6).

Par contre, peu de recherches mettent en lumière les échecs des pratiques de médiation culturelle. C'est pourquoi, dans le cadre de la présente recherche, nous nous intéressons aux pratiques de médiation culturelle et à leurs effets dans les centres culturels du domaine des arts de la scène.

2.10. Les pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

Les pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène évoluent grandement au fil des années (Aboudrar & Mairesse, 2016). Dans leur ouvrage, intitulé : *La médiation culturelle*, Chaumier et Mairesse (2013) tentent d'élaborer une classification des activités de médiation culturelle organisées par et au sein des établissements culturels. Tout d'abord, il est possible de retrouver la catégorie « visites guidées et conférences ». Cette catégorie d'activités est généralement organisée dans un but d'éducation non formelle ou, même, en poursuivant une visée pédagogique lorsqu'elle s'adresse aux groupes scolaires, mais également aux adultes désirant accéder à une éducation libre ou à une initiation volontaire (*Ibid.*). Cette catégorie représente une grande partie des activités de médiation dans les établissements culturels (*Ibid.*). La seconde catégorie d'activités de médiation organisées par les établissements culturels, telle que relevée (*Ibid.*), regroupe « les supports de médiation sans intermédiaire » (p. 8). Cette catégorie comprend « l'ensemble des dispositifs d'aide à la compréhension d'une œuvre [...] souvent réalisés par des équipes de médiation qui n'apparaissent pas nécessairement face au public » (*Ibid.*, p. 8). À titre d'exemple, il est possible de retenir des cartels, des panneaux explicatifs ou, encore, des audioguides ou des supports

informatiques de type tablette. Une troisième catégorie d'activités de médiation réalisée par les établissements culturels comprend les activités de type « atelier » (*Ibid.*). Passant par la découverte et le perfectionnement, ceux-ci se déroulent généralement dans des locaux spécifiques de l'établissement ou même conçus à cet effet (*Ibid.*). Contrairement aux conférences ou aux visites guidées, les ateliers engagent généralement tous les sens et non seulement la vue et l'ouïe : « Le niveau de participation, dans les ateliers, est souvent plus élevé que pour la plupart des médiations orales [...] » (Aboudrar & Mairesse, 2016, p. 89). Malgré le nombre souvent plus restreint de participants, leur contribution est davantage notable, lors des ateliers que lors d'une conférence ou une visite guidée (Aboudrar & Mairesse, 2016). Enfin, la quatrième catégorie d'activités de médiation culturelle est de type « initiation de masse » (Chaumier & Mairesse, 2013). Celles-ci correspondent aux mêmes activités comprises dans les trois autres catégories, mais sont présentées à de larges pans de publics (*Ibid.*). À cet effet, il est possible de penser aux activités de médiation culturelle mises sur pied dans le cadre des Journées de la Culture ou de festivals culturels.

Au Québec, la Ville de Montréal publie un répertoire raisonné des activités de médiation culturelle, à la suite d'une étude réalisée par Jacob & Bélanger (2009). L'étude est basée sur l'analyse des dossiers de projets financés dans le cadre de l'Entente de développement culturel, de la Ville de Montréal, entre 2005 et 2008, pour trois programmes relevant de la Direction du développement culturel. La recherche permet d'identifier huit types d'outils de médiation culturelle qui sont utilisés dans ces projets sur le territoire

montréalais. Le tableau I présente les huit types d'outils de médiation culturelle et leurs définitions (*Ibid.*).

Tableau I

Les huit types d'outils de médiation culturelle utilisés sur le territoire montréalais et leurs définitions (Jacob & Bélanger, 2009)

Types d'outils	Définitions
Activités d'animation pédagogique	« Activités d'apprentissage comprenant outils, ateliers ou trousseaux pédagogiques, et visant à donner aux participants un bagage de connaissances culturelles générales, ou encore certaines clefs d'interprétation et/ou repères historiques à propos d'un médium, d'un courant, d'un genre culturel ou artistique, etc. » (p. 57)
Ateliers d'animation	« Ateliers visant à introduire les participants aux différentes dimensions d'une pratique culturelle ou artistique » (p. 57)
Ateliers de création	« Ateliers d'éveil à l'acte de création offrant aux participants une expérience concrète de mise en pratique artistique ou expressive » (p. 57)
Activités d'accompagnement	« Projets impliquant une activité d'animation (spécifiques ou grand public) ou, encore, l'accompagnement adapté de publics ou de groupes ciblés, de manière à leur rendre accessible le contenu d'une œuvre, d'une exposition, d'un spectacle, etc. De manière générale, il s'agit d'interventions guidant les publics au niveau de l'interprétation ou de la compréhension des formes et des contenus culturels qui leur sont présentées, en tenant compte des difficultés particulières, des spécificités, de l'origine ou du bagage de ces derniers » (p. 57)
Discussions	« Activités fournissant l'occasion d'échanges, de rencontres ou de discussions personnalisées avec les acteurs de la culture. Il peut s'agir de la visite d'ateliers d'artistes, de l'organisation de groupes de discussions ou de rencontres plus ou moins 'intimistes' avec les artistes, etc. » (p. 58)
Invitation à une sortie culturelle	« Projets comprenant une invitation ou un accueil particulier, relatif à une offre culturelle existante préalablement ou indépendamment de la médiation en elle-même. Par exemple, une activité de médiation peut être arrimée ou conçue en fonction de la tenue d'un événement culturel, ou encore d'un spectacle ou d'une résidence d'artiste présentée ou planifiée de manière autonome par une maison de la culture, un centre d'artiste, un organisme culturel, etc. » (p. 57)

Promotion de l'offre culturelle	« Projets impliquant la mise en œuvre d'outils de promotion ou de visibilité relatifs à la tenue d'un événement, au calendrier ou encore à la programmation (régulière ou extraordinaire) d'un organisme, d'un collectif, d'un centre d'artistes, d'une institution de la culture, etc. Sont compris dans cette catégorie certains projets qui visent directement (i.e. « en soi ») l'élaboration et la mise en œuvre d'une programmation nouvelle ou adaptée aux besoins d'une clientèle spécifique » (p. 57)
Diffusion proprement dite d'un événement ou d'une œuvre artistique	« Projets où la médiation implique une phase de diffusion, qu'elle soit en amont (l'activité s'arrime à une sortie culturelle, par exemple) ou en aval (on diffuse les résultats de l'activité de médiation réalisée par les participants, par exemple) de l'activité proposée. Il est à noter que la présence d'une activité de diffusion, lorsqu'on la recoupe avec la présence d'une promotion ou d'une offre culturelle existante, est presque systématiquement présente, sous une forme ou une autre, à l'intérieur des activités de médiation » (p. 58)

Bref, plusieurs concepts fondamentaux soutiennent la présente recherche. Le concept de démocratisation culturelle est à la base de la problématique. Celui-ci sous-entend deux concepts soit ceux de l'accès et de la participation à la culture. Principaux intéressés de l'approche de démocratisation culturelle, les publics dans toutes leurs déclinaisons sont également au cœur de la présente recherche. Les centres culturels représentent également un concept important puisqu'ils sont l'objet de la présente recherche. Finalement, le concept de médiation culturelle lie l'ensemble des concepts mentionnés ci-dessus.

Rappelons que dans le cadre de la présente recherche, nous cherchons à explorer et à décrire des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation culturelle, dans six centres culturels du domaine des arts de la scène, d'Amérique du Nord, de même qu'à évaluer les effets de telles pratiques aux yeux des acteurs

institutionnels. Le chapitre suivant présente le cadre méthodologique qui guide le processus de recherche, en vue de répondre aux questions de recherche.

Chapitre 3

Cadre méthodologique de la recherche

Le présent chapitre expose le cadre méthodologique utilisé dans la présente recherche. La méthodologie sert à effectuer la collecte de données pour, ensuite, analyser et interpréter les résultats, afin d'atteindre les objectifs et de répondre aux deux questions de recherche, principale et secondaire. Le type d'étude est présenté, de même que l'approche choisie, la stratégie de recherche privilégiée, la méthode et l'instrument de collecte de données, la population à l'étude, la stratégie d'échantillonnage, les dimensions et les thèmes à l'étude, les procédures d'analyse des données, les précautions éthiques et, enfin, la stratégie de validité du devis de recherche.

3.1. Le type d'étude, l'approche et la stratégie de recherche

La présente recherche est qualitative de type descriptif. Selon Fortin & Gagnon (2016), la recherche de type descriptif vise à explorer des thèmes peu analysés en décrivant les caractéristiques d'un phénomène. Les pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène et leurs effets sont des thèmes de recherche qui sont peu étudiés jusqu'à maintenant. Pour atteindre ces deux objectifs, la stratégie de recherche privilégiée est descriptive simple, telle que définie par Fortin & Gagnon (2016). À ce titre, celle-ci s'applique à la description complète d'un concept lié à une population, afin de déterminer les caractéristiques de cette dernière (Fortin & Gagnon, 2016). Dans le cadre de la présente recherche, la stratégie de recherche descriptive simple permet de fournir de l'information sur les caractéristiques des pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène.

La présente recherche comporte également une stratégie exploratoire portant sur les effets des pratiques culturelles dans les centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. Selon Fortin & Gagnon (2016), la stratégie exploratoire sert « à documenter les relations concernant le phénomène » (p. 250).

3.2. La méthode et l'instrument de collecte de données

Pour explorer et décrire les pratiques de médiation culturelle, de même qu'évaluer les effets de celles-ci aux yeux des acteurs institutionnels, la méthode choisie dans le cadre de la présente recherche est qualitative. La méthode de collecte des données est l'entrevue semi-dirigée, en vue d'obtenir des informations particulières sur un sujet (Fortin & Gagnon, 2016). À cet effet, les entrevues semi-dirigées permettent aux participants d'explorer et de décrire de façon détaillée lesdites pratiques et le savoir qui y est lié, de même que d'évaluer leurs effets. En ce sens, l'interaction qui s'installe entre le chercheur et l'interviewé permet de produire « des données riches en détail et en descriptions » (Savoie-Zajc, 2009, p. 356).

Un guide d'entrevue a été conçu, afin de réaliser les entrevues semi-dirigées. Celui-ci découle des concepts de la recherche et se rapporte aux objectifs et aux questions de recherche, générale et secondaire (Appendice A). Dans un premier temps, le guide d'entrevue vise à explorer et à décrire les pratiques de médiation culturelle de six centres culturels du domaine des arts de la scène en Amérique du Nord. Dans un deuxième temps, il vise à évaluer les effets de ces pratiques de médiation culturelle dans ces centres culturels. Le guide d'entrevue est conçu de telle sorte qu'il permet au chercheur

d'aborder les deux thèmes à l'étude, de façon souple, tout en se laissant guider par le rythme et le contenu de l'échange avec le participant (Savoie-Zajc, 2009). Dans la mesure où chaque centre culturel est unique, cet outil de collecte de données permet une flexibilité lors des entrevues. Ainsi, le guide d'entrevue est composé de questions semi-ouvertes, afin que le participant profite d'une liberté dans la direction et l'élaboration de ses propos (Savoie-Zajc, 2009). Les questions du guide d'entrevue découlent des concepts suivants : médiation culturelle, publics et démocratisation culturelle. Ceux-ci sont développés dans le contexte théorique. Dans le cadre de la présente recherche, les entrevues semi-dirigées sont d'une durée approximative de 60 minutes. À la suite de la réalisation de la première entrevue semi-dirigée, une discussion avec la directrice de recherche permet de valider la démarche. Après cette discussion, des corrections finales sont apportées au guide d'entrevue. Par exemple, l'ordre des questions est modifié, afin d'assurer un déroulement fluide et logique des thèmes abordés. Cette étape permet d'assurer la qualité de l'instrument de collecte de données.

3.3. La population à l'étude et la stratégie d'échantillonnage

D'une part, l'objectif de la présente recherche est d'explorer et de décrire des pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord, de même que d'évaluer les effets de telles pratiques aux yeux des acteurs institutionnels. En ce sens, la population à l'étude se compose de centres culturels œuvrant dans le domaine des arts de la scène, au Canada et aux États-Unis. Plus précisément, ceux-ci doivent produire et/ou diffuser des spectacles d'arts vivants. D'autre part, les centres culturels participants doivent préconiser une approche de démocratisation

culturelle, des moyens et des stratégies, de même que des outils et des pratiques de médiation culturelle. En raison des contraintes de temps et de budget, les centres culturels participants doivent également être situés à une distance raisonnable de Montréal. Ces critères d'inclusion permettent d'identifier un échantillon qui répond aux objectifs et aux questions de recherche. Ainsi, l'échantillon se compose de six centres culturels, soit de trois situés au Canada : le Centre national des Arts¹¹, d'Ottawa, le Sony Center for Performing Arts¹², de Toronto et la Place des Arts¹³, de Montréal, et de trois situés aux États-Unis : le John F. Kennedy Center for the Performing Arts¹⁴, de Washington, le Lincoln Center for Performing Arts¹⁵, de New York et le Boston Center for the Arts¹⁶, de Boston.

Dans une recherche qualitative, le choix de l'échantillon est intentionnel (Savoie-Zajc, 2011). De plus, dans le cadre d'une entrevue semi-dirigée, « les personnes sont choisies en fonction de leur expertise, pertinentes par rapport à l'objet d'étude et parce qu'elles acceptent de verbaliser celle-ci » (Savoie-Zajc, 2009, p. 348). L'échantillon de la présente recherche est non-probabiliste, puisqu'il est effectué par choix raisonné. Cette stratégie d'échantillonnage est privilégiée, car elle permet une sélection de participants qui possèdent les caractéristiques recherchées (Fortin & Gagnon, 2016). Le principal avantage de ce type d'échantillonnage est qu'il permet de choisir des participants susceptibles de répondre à l'objet d'étude (Beaud, 2009). À cet effet, l'organigramme de

¹¹ Centre national des Arts. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/>

¹² Sony Center for the Performing Arts. Repéré à <http://www.sonycentre.ca/>

¹³ Place des Arts. Repéré à <https://placedesarts.com/fr>

¹⁴ John F. Kennedy Center for the Performing Arts. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/>

¹⁵ Lincoln Center for the Performing Arts. Repéré à <https://www.lincolncenter.org/>

¹⁶ Boston Center for the Arts. Repéré à <http://www.bcaonline.org/>

chacun des centres culturels participants est consulté, afin d'identifier l'acteur clé y détenant la responsabilité de la médiation culturelle. Un courriel est ensuite envoyé à l'acteur en question, en lui expliquant le but et les objectifs de la recherche, le tout accompagné de la lettre d'information et du formulaire de consentement libre, éclairé et continu, l'invitant à participer à la recherche (Appendice C). Par la suite, dans certains cas, un suivi téléphonique est effectué jusqu'à l'obtention d'un échantillon de participants reflétant le plus fidèlement possible les centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. À ce titre, Mongeau (2011) considère qu'un échantillon restreint est suffisant, puisqu'il ne s'agit pas de rendre compte d'une population entière, mais bien d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle et d'évaluer leurs effets dans les centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. En vue de recueillir les données nécessaires, en lien avec l'objectif et les questions de recherche, un échantillon de six centres culturels est sélectionné, à partir des critères d'inclusion mentionnés ci-dessus. La taille de l'échantillon retenu s'avère pertinente, puisque c'est à partir de la sixième ou de la septième entrevue que l'information s'en dégageant est riche en significations (Mongeau, 2011). En ce sens, c'est après de six à dix entrevues que la saturation de l'information est la plus susceptible d'être atteinte (Fortin & Gagnon, 2016). De surcroît, Guest, Bunce & Johnson (2006) mentionnent que la tenue de six entrevues est généralement suffisante, afin d'effectuer une interprétation pertinente des résultats. Cette situation justifie, d'autant plus, la taille du présent échantillon.

3.4. Les dimensions, les thèmes et les auteurs à l'étude

Les dimensions à l'étude et les thèmes qui en découlent, ayant permis d'élaborer les questions du guide d'entrevue, sont présentés au Tableau 2.

Tableau 2

Dimensions, thèmes et auteurs à l'étude

Dimensions à l'étude	Thèmes et auteurs
1) Les caractéristiques des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène	Définition de la médiation culturelle (Chaumier & Mairesse, 2013; Lafortune, 2008; Montoya, 2008; Paquin, 2015);
	Historique de la médiation culturelle dans l'institution (Bordeaux, 2008; Donnat, 2003; Illien, 1999);
	Motifs de recourir à la médiation culturelle (Garon, 2016; Julien, Lafortune & Nadeau, 2016; Lafortune, 2012; Paquin, 2015);
	Types de pratiques de médiation culturelle (Jacob & Bélanger, 2009; Quintas, 2014);
	Publics visés par les pratiques de médiation culturelle (Lafortune, 2008; Luckerhoff & Velez, 2015);

<p>2) Les effets des pratiques de médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène</p>	<p>Effets des pratiques de médiation culturelle (Chaumier & Mairesse, 2013; Garon, 2016; Julien, Lafontaine & Nadeau, 2016; Lafontaine, 2013; Paquin, 2015);</p> <p>Facteurs de succès et d'échec des pratiques de médiation culturelle (Bellavance & Dansereau, 2007; Jacob & Le Bihan-Youinou, 2008; Quintas, 2014).</p>
---	--

Dans le cadre de la présente recherche, les facteurs de succès sont les éléments qui permettent de mener à bien les pratiques de médiation culturelle. À l'opposé, les facteurs d'échec sont les éléments qui freinent la réussite des pratiques de médiation culturelle.

3.5. Le traitement, l'analyse et l'interprétation des données

Pour atteindre les objectifs de la recherche qui sont d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle dans six centres culturels du domaine des arts de la scène, situés en Amérique du Nord, de même que d'évaluer leurs effets, les données sont soumises à une stratégie d'analyse qualitative, telle que décrite par Savoie-Zajc (2011). À la suite de la réalisation des entrevues semi-dirigées, dont la plupart sont en anglais, une transcription partielle en français des discours des participants est effectuée. La transcription partielle permet d'éliminer les redondances, les digressions et les parties qui ne sont pas liées avec la présente recherche (Savoie-Zajc, 2009). Celle-ci est adéquate dans le cadre de la présente recherche, puisque l'objet d'étude ne nécessite pas la précision d'un verbatim complet. Une fois les discours transcrits, l'analyse des données qualitatives consiste, tout d'abord, en la réduction des données, c'est-à-dire en la

codification des divers segments de transcription de données (Savoie-Zajc, 2011). Par la suite, une stratégie de visualisation des données, telle qu'énoncée par Miles & Huberman (1991; cités dans Savoie-Zajc, 2011) est utilisée. Savoie-Zajc (2011) recommande l'utilisation de cette stratégie puisqu'elle propose d'avoir recours à des « matrices » (Miles & Huberman, 1994, p. 429), afin d'établir plus facilement des liens entre les catégories d'analyse. Les matrices sont réalisées à partir de tableaux, à l'aide du logiciel Microsoft Word. La catégorisation des matrices est conçue à partir des thèmes identifiés à la section 4.4. D'autres catégories sont également ajoutées au cours de l'analyse des données, afin de refléter le plus fidèlement possible les propos des participants. Par ailleurs, pour identifier les caractéristiques des pratiques de médiation culturelle, dans le verbatim, selon l'approche de médiation culturelle dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord, des critères sont établis à partir des définitions présentées dans le chapitre du contexte théorique. Les critères pour l'identification des pratiques de médiation culturelle sont présentés au Tableau 3.

Tableau 3

Critères pour l'identification des pratiques de médiation culturelle
selon une approche de démocratisation culturelle
dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord

I) Critères pour être considérés comme de la médiation culturelle	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir une visée éducationnelle, récréative ou citoyenne (Jammet, 2003) - S'il y a une visée éducationnelle, celle-ci doit être de l'ordre de l'éducation non formelle (sensibilisation, initiation ou approfondissement) (<i>Ibid.</i>) o Pour être non formelle, l'éducation doit s'adresser à un public non captif (Jacobi et Schiele, 1999) o Les contenus, les méthodes et les objectifs sont choisis indépendamment des instructions officielles (<i>Ibid.</i>) o Ne permet pas l'obtention d'une certification sociale (ex. : diplôme) (<i>Ibid.</i>) - Réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations (Jammet, 2003) - Faciliter la rencontre entre les publics et les œuvres ou les objets culturels (Paquin, 2015)
---	---

<p>2) Critères pour être considérés comme de la médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Favoriser l'accès du plus grand nombre (Fourcade, 2014) - Augmenter la fréquentation totale des publics, ainsi qu'une augmentation de la fréquentation chez les publics moins enclins à fréquenter le milieu des arts (Donnat et Octobre, 2001) - Ne pas viser un groupe spécifique de personnes exclues de la culture (Lafortune 2008) - Ne pas prendre avant tout appui sur la participation active des citoyens (logique ascendante) - Se concrétiser, entre autres, par l'éducation artistique et la création de résidences artistiques (Fourcade, 2014)
<p>3) Critère d'effets des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre une appropriation du domaine des arts de la scène chez les publics (Joli-Coeur, 2007; Martin, 2014; Lafourture, 2015)

Cette stratégie d'analyse de données permet ainsi d'explorer et de décrire les pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène, de même que d'évaluer leurs effets.

3.6. Les précautions éthiques

Plusieurs précautions éthiques doivent être mises en place et respectées lors de la recherche. Dans un premier temps, préalablement aux entrevues, les participants reçoivent une lettre d'information comprenant une description de la recherche et de ses objectifs, ainsi que l'ensemble des modalités de participation, comprenant un formulaire de consentement libre, éclairé et continu (Appendice C). Cette lettre assure un traitement juste et équitable aux participants en leur présentant la nature, le but, les objectifs et la durée de l'entrevue (Fortin & Gagnon, 2016). Quant au formulaire de consentement, il contient les coordonnées d'une personne-ressource que les participants peuvent joindre en tout temps. Par ailleurs, le consentement des participants doit non seulement être libre et éclairé, mais également continu. D'une part, les participants sont informés qu'ils peuvent à tout moment décider de se retirer de la recherche, même une fois débutée, et ce, sans avoir à fournir de justifications. D'autre part, dans une visée de respect de la vie privée et de la confidentialité, l'ensemble des informations est conservé sur un ordinateur personnel, verrouillé avec un mot de passe. Celles-ci seront détruites au plus tard cinq ans après la sanction du mémoire de maîtrise. Les seules personnes qui ont accès à ces informations sont l'étudiante et la directrice de recherche. Celles-ci se sont engagées à maintenir leur confidentialité. De plus, aucune donnée identificatoire n'est demandée aux participants lors de l'entrevue. De cette façon, ils ne peuvent pas être identifiés personnellement lors de la publication des résultats. Il est à noter qu'aucun certificat éthique n'est requis dans le cadre de la présente recherche, étant donné que celle-ci porte sur les pratiques de médiation culturelle des centres culturels et leurs effets, et non sur l'expérience personnelle des participants. En effet, « la recherche auprès d'employés

autorisés à communiquer des renseignements ou des données, dans le cours normal de leur travail, de l'information au sujet d'organisations, de politiques, de méthodes, de pratiques professionnelles ou de rapports statistiques » (UQTR, 2015, p. 20) est exemptée d'une évaluation au Comité d'éthique de la recherche auprès des êtres humains.

3.7. La validité du devis

Bien que les avantages d'effectuer cette étude surpassent les inconvénients, il existe, toutefois, certaines limites à cette étude. En effet, l'échantillon visé est restreint. En ce sens, l'étude des pratiques de médiation culturelle recensées dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord, et leurs effets, est limitée par les propres recherches mises en place par les participants retenus. Il est donc difficile d'atteindre une saturation des données. Par ailleurs, lors de la conduite d'entrevue, « [...] l'interviewé peut être mû par un désir de rendre service ou d'être bien vu par le chercheur, limitant ainsi la crédibilité des messages communiqués » (Savoie-Zajc, 2009, p. 357). Pour éviter ce biais, la chercheuse tente de développer une relation de confiance avec le participant en lui fournissant l'ensemble de l'information relative à la recherche (Savoie-Zajc, 2009). L'instauration d'une relation de confiance est d'autant plus importante puisque « la qualité de l'échange [au cours de l'entrevue semi-dirigée] dépend de la qualité de la relation qui s'établit entre les deux personnes » (Savoie-Zajc, 2011, p. 133).

Pour surmonter les biais et les limites inhérents à la recherche, quatre critères de rigueur de la recherche qualitative sont identifiés, afin d'assurer la validité du devis de recherche

(Savoie-Zajc, 2011; Fortin & Gagnon, 2016). Il y a, tout d'abord, le critère de crédibilité qui « consiste à vérifier la plausibilité de l'interprétation du phénomène étudié » (Savoie-Zajc, 2011, p. 140). En vue de respecter ce critère, nous avons recours à une stratégie de triangulation, en « [...] confrontant les points de vue de plusieurs chercheurs » (Savoie-Zajc, 2011, p. 140). En effet, la directrice de recherche est consultée tout au long de la recherche, afin d'assurer la crédibilité de celle-ci. Le deuxième critère de rigueur est celui de la transférabilité. Celui-ci correspond à la possibilité d'adapter les résultats de l'étude à d'autres contextes (Savoie-Zajc, 2011). Dans le cadre de la présente recherche, un journal de bord est utilisé, ce qui permet d'avoir une description détaillée du contexte organisationnel de chaque centre culturel à l'étude. Cette description, riche du contexte de l'étude, assure la transférabilité des résultats à d'autres institutions de même nature. Troisièmement, le critère de fiabilité peut, quant à lui, également être assuré par la stratégie de triangulation, ainsi que par la tenue d'un journal de bord, puisque la fiabilité consiste à assurer la cohérence entre les résultats obtenus et le déroulement de l'étude (Savoie-Zajc, 2011). Enfin, le quatrième critère est celui de la confirmation qui renvoie à la production de données objectives (Savoie-Zajc, 2011). Pour assurer le respect du critère de confirmation, l'instrument de collecte de données et les méthodes d'analyse sont validés par la directrice de recherche.

Bref, les bienfaits découlant de la présente recherche visent à faire une différence dans les six centres culturels du domaine des arts de la scène à l'étude. Pour cette raison, les avantages de la mener apparaissent plus grands que les inconvénients, ce qui en justifie la

pertinence à la fois sociale et scientifique. Le prochain chapitre présente les résultats de la présente étude.

Chapitre 4

Résultats et discussion

Le présent chapitre aborde, tout d'abord, les étapes qui ont servi au traitement des données issues des transcriptions de discours (verbatim), puis à l'analyse de celles-ci. Par la suite, les résultats sont présentés en trois parties : le portrait des différents centres culturels, le répertoire de leurs pratiques de médiation culturelle et, enfin, les effets de leurs pratiques de médiation culturelle. L'analyse des données est suivie d'une discussion portant sur les résultats. Celle-ci comprend les grands constats découlant de l'analyse.

4.1. Traitement des données

À la suite de la réalisation des entrevues, le verbatim de celles-ci est transcrit grâce aux enregistrements sonores. À l'aide des dimensions identifiées au Tableau 1, une matrice est développée, afin de permettre la catégorisation de l'information recueillie. À cet effet, 11 sous-dimensions émergent du verbatim. Celles-ci sont détaillées en Appendice E. Des matrices sont, par la suite, élaborées pour présenter les résultats de l'analyse des données. Une fois les résultats analysés, leur interprétation est présentée sous forme de discussion. Cette étape permet de faire ressortir les grands constats qui émergent des résultats de la recherche, de même que de faire des liens avec la littérature présentée au chapitre 2.

4.2. Portrait des centres culturels répondants

Nous dressons le portrait des différents centres culturels ayant participé à la présente recherche. Le contexte organisationnel, l'origine de la médiation culturelle, ainsi que leur vision et leurs valeurs sont abordées pour chacun d'entre eux. Du côté du portrait des centres culturels, la présente recherche permet de mettre en lumière l'unicité de chacun des centres culturels, malgré les caractéristiques communes qui les définissent en tant que

centre culturel. En ce sens, chacun d'eux évolue dans un contexte organisationnel et social qui comporte ses particularités. De plus, les ressources dont ils disposent, la terminologie utilisée pour nommer la médiation culturelle, ainsi que l'implication des compagnies résidentes diffèrent également.

4.2.1. Portrait du Centre national des Arts (CNA)

4.2.1.1. Contexte organisationnel au CNA

Le CNA est créé, à Ottawa, en 1967 dans la foulée des festivités entourant le centenaire du Canada (CNA, 2018b). Après des retards liés à la construction, le CNA ouvre ses portes, en 1969. Depuis lors, il participe à la vitalité de la scène culturelle nationale, en collaborant avec des artistes et des organisations artistiques canadiens, établis et émergents (CNA, 2016). Le CNA « agit comme catalyseur de la diffusion, de la création et de la transmission des savoirs d'un bout à l'autre du pays » (*Ibid.*, p. 2). Le CNA se veut également un leader en programmation éducative et jeunesse, ainsi que dans l'utilisation des nouveaux médias. De plus, « Le CNA est le seul centre d'arts de la scène multidisciplinaire bilingue au Canada, et l'un des plus grands établissements du genre au monde » (*Ibid.*, p. 2). Le centre compte quatre salles de spectacles. Au CNA, les pratiques de médiation culturelle sont mises sur pied par les différents services. À cet effet, la direction musicale du CNA met en place ses propres pratiques de médiation culturelle, de même que le théâtre anglais, le théâtre français et le secteur de la danse.

Au cours de l'année 2016-2017, d'importants travaux de rénovation ont lieu au CNA. Ces travaux ont, entre autres, pour but de créer de nouveaux espaces publics pour la tenue d'activités éducatives (CNA, 2015). En effet, la rénovation a pour but de créer un espace

accessible et inclusif qui ressemble au « salon des Canadiens ». Le CNA souhaite ainsi créer un espace où tout un chacun puisse se reconnaître. Par ailleurs, Peter Herrndoff, président-directeur général du CNA, en poste depuis septembre 1999, annonce qu'il se retire de ses fonctions, au mois de juin 2018 (The Ottawa Citizen, 2017). Un nouveau PDG reprend ainsi le flambeau dès l'été 2018 (The Ottawa Citizen, 2017).

4.2.1.2. Origine de la médiation culturelle au CNA

Selon Jennings (2009), à la suite de l'ouverture de ses portes, en 1969, le CNA bénéficie du support financier gouvernemental pour assumer ses opérations. Au départ, l'éducation et les activités jeunesse font partie de la mission du centre. Celle-ci se traduit surtout par des visites du centre et des matinées scolaires. Cependant, à partir de 1977, le soutien budgétaire de l'État commence à décliner. Les années subséquentes sont marquées par une instabilité financière importante. C'est à partir des années 1990 que le CNA commence à remonter la pente, alors que le nouveau dirigeant du centre, John Cripton, se tourne vers des sources de financement privées. À la suite de cet élan de renouveau, au cours des années 1990, le CNA se dote d'une nouvelle équipe de direction, dont Pinchas Zuckerman, un musicien émérite, fait partie. Son dévouement pour la jeunesse et l'éducation permet le développement d'une variété de programmes éducatifs. Voulant jouer un rôle important en matière d'éducation artistique, ses initiatives sont, pour le CNA, au cœur de ses préoccupations. Aujourd'hui, le CNA « est à l'avant-garde en matière de programmation jeunesse et d'activités éducatives, soutenant de nombreux programmes pour artistes en herbe et émergents et pour jeunes publics, et produisant des outils et du matériel pédagogique pour les enseignants » (Gouvernement du Canada, 2017, 3^e par.).

Selon le participant 3, le CNA offre des pratiques de médiation culturelle à travers les différents intervenants de son centre. À ce titre, l'Orchestre, le Théâtre français, le Théâtre anglais et Dance CNA offrent chacun des activités de médiation culturelle à leurs publics. L'évolution des pratiques de médiation culturelle au CNA est également fortement marquée par l'arrivée des technologies numériques. En effet, celles-ci sont intégrées aux pratiques de médiation culturelle du CNA.

4.2.1.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au CNA

Au CNA, l'objectif de démocratisation culturelle est bien présent. À travers ses activités de médiation culturelle, le CNA souhaite rejoindre les publics les plus larges possible. Le CNA développe une programmation destinée aux publics jeunesse et des activités éducatives, entre autres, en procurant de la formation aux artistes et des ressources aux enseignants des quatre coins du pays (CNA, 2018a). « Il fait aussi œuvre de pionnier dans l'utilisation des nouveaux médias en offrant du téléenseignement à des élèves et des jeunes artistes du monde entier » (*Ibid.*, 5^e par.). Par sa programmation, le CNA souhaite également diffuser une diversité de points de vue. Par le fait même, il met en lumière des invités et des artistes intéressants provenant d'organisations peu connues. Le CNA se veut le reflet de la communauté (Participant 3).

4.2.2. Portrait du Sony Centre for the Performing Arts (SCPA)

4.2.2.1. Contexte organisationnel au SCPA

Au départ, le centre culturel est connu sous le nom de O'Keefe Center. Il ouvre ses portes le 1^{er} octobre 1960, à Toronto (SCPA, 2018a). En 1996, le centre est renommé le Hummingbird Center (*Ibid.*). Ce n'est qu'en 2007, à la suite de travaux majeurs de

rénovation, que le centre est finalement nommé le Sony Center for the Performing Arts (*Ibid.*). Le terrain du SCPA s'étend sur 2,5 acres (Murray, Church & Spier, 2013). Il renferme la plus grande salle de spectacles comportant des sièges coussinés, au Canada (SCPA, 2018a). Le SCPA n'est le lieu de résidence d'aucune organisation artistique. La mission du SCPA est de « divertir, d'éduquer et de réunir les citoyens du monde à travers de grandes expériences artistiques » [traduction libre] (*Ibid.*). Le Département d'éducation et d'engagement communautaire est responsable des pratiques de médiation culturelle. Jusqu'à tout récemment le SCPA opère sur une base indépendante. Cependant, en 2015, le centre connaît une fusion avec le St-Lawrence Center for the Arts et le Toronto Center for the Arts. Les trois centres culturels sont, dorénavant, sous la même juridiction (Knelman, 2017).

4.2.2.2. Origine de la médiation culturelle au SCPA

Selon le participant 5, au Sony Center for the Performing Arts (SCPA), la médiation culturelle est très récente. En effet, c'est en 2014 que la direction du SCPA crée le Département d'éducation et d'action communautaire (*Education and outreach department*). Cette initiative provient de Mark Hammond, alors en poste à titre de président-directeur général du SCPA. En créant le Département d'éducation et d'action communautaire, Hammond souhaite permettre l'accès et la participation aux ressources du centre aux publics les plus larges possible. En effet, celui-ci trouve que ses ressources sont sous-utilisées. Il veut ainsi que les publics soient les plus nombreux possible à fréquenter le bâtiment pour profiter de l'espace et des ressources disponibles. Depuis sa création, le Département développe une programmation variée, dont la popularité des activités ne cesse de croître (Participant 5).

4.2.2.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au SCPA

Au SCPA, l'éducation et l'engagement communautaire font partie de la vision globale du centre culturel. En effet, à travers ses activités éducatives et communautaires, le SCPA souhaite montrer un engagement envers la communauté artistique, ainsi qu'envers la population de la grande région de Toronto (SCPA, 2018a). Par ses pratiques de médiation culturelle, le centre culturel aspire à être plus inclusif, plus diversifié, plus tolérant et plus acceptable socialement. À l'heure actuelle, le Département d'éducation et d'engagement communautaire ne possède pas sa propre vision et son propre plan stratégique. Cependant, l'adoption de ceux-ci fait partie des plans futurs de l'organisation (Participant 5).

4.2.3. Portrait de la Place des Arts (PDA)

4.2.3.1. Contexte organisationnel à la PDA

Le 21 septembre 1963 marque la soirée d'inauguration de la Grande Salle (aujourd'hui salle Wilfrid-Pelletier) de la PDA (Duval, 1988). Appartenant au départ à la Corporation George-Étienne-Cartier, la PDA s'en détache rapidement et devient, en 1964, la Régie de la PDA (Duval, 1988). Ce n'est qu'en 1982 que la PDA obtient son statut de Société de la Place des Arts (SPDA), comme nous le connaissons aujourd'hui (Duval, 1988). L'année 1967 marque, quant à elle, l'ouverture de l'édifice des théâtres regroupant aujourd'hui le Théâtre Jean-Duceppe et le Théâtre Maisonneuve (Fournier, 2015). La PDA compte aujourd'hui six salles de spectacles, au cœur du Quartier des spectacles, de Montréal. De plus, elle est responsable de l'Amphithéâtre Fernand-Lindsay, de Joliette, au Québec. Celle-ci est également le lieu de résidence de trois organisations artistiques majeures, soit Les Grands ballets canadiens, Duceppe et l'Opéra de Montréal (SPDA, 2017, p. 5). Lors

de la saison 2016-2017, la PDA accueille plus d'un million de personnes (SPDA, 2017, p. 2). Elle a pour mission : « de procurer un lieu de résidence aux organismes artistiques majeurs, de favoriser l'accessibilité aux diverses formes d'arts de la scène et de promouvoir la vie artistique et culturelle au Québec » (PDA, 2018c). Le Service de la programmation est responsable des pratiques de médiation culturelle. Le développement du programme éducatif est lié aux orientations du plan stratégique 2015-2018¹⁷. Actuellement, en ce qui a trait à la médiation culturelle, le développement de la programmation éducative est le principal point de mire.

4.2.3.2. Origine de la médiation culturelle à la PDA

Selon le participant 4, bien qu'à ses débuts, la PDA connaît des controverses liées à l'accessibilité de ses lieux, assez tôt elle démontre une sensibilité face à la démocratisation culturelle. À cet effet, depuis plus de 40 ans, la PDA rend accessible des œuvres jeunesse à petits prix. À titre d'exemple, le programme Place des Arts Junior offre une programmation jeunesse à faible coût. En 2006, la Fondation de la Place des Arts est créée. Celle-ci a pour mission d'« accroître l'accessibilité aux arts et à la culture en soutenant des projets de sensibilisation, d'éducation et de création initiés par la Place des Arts » (PDA, 2018b). Cette mission est concrétisée par un appui financier important au Programme d'accessibilité aux arts de la scène (PAAA)¹⁸ (PDA, 2018c). Le PAAA « a pour mandat d'offrir une programmation distinctive unique en ajoutant de la valeur à la participation culturelle traditionnelle et vise à positionner davantage la Place des Arts comme lieu d'expériences inspirantes » (PDA, 2015, p. 3). Par ailleurs, la PDA s'est

¹⁷ Plan stratégique 2015-2018 de la PDA. Repéré à <https://placedesarts.com/sites/default/files/spdam-planstrategic.pdf>

¹⁸ Programme d'accessibilité aux arts de la scène. Repéré à https://placedesarts.com/sites/default/files/20052015-regles-programme-accessibilite-aux-arts-scene-spdam_0.pdf

lancée, récemment, dans la refonte de son programme éducatif. Le format du programme éducatif actuel est en place depuis quatre ans et la PDA souhaite le pérenniser.

4.2.3.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics à la PDA

Pour la PDA, la médiation culturelle se définit comme la mise en relation de publics avec une œuvre. L'objectif des activités d'accessibilité développées à la PDA « est de sensibiliser et initier un large public à l'art, et de créer des liens entre les artistes et les spectateurs, de tous âges et de tous horizons en favorisant l'accessibilité aux diverses formes d'arts de la scène » (PDA, 2018a, 2^e par.). Outre cet objectif, la PDA souhaite faire en sorte que les publics les plus larges possible ait accès à une œuvre. Pour développer davantage son programme éducatif, la PDA s'inspire de la vision mise en place par le LCE. En effet, tout comme le LCE, la PDA s'intéresse au processus créatif. L'accent du programme éducatif est ainsi mis sur le processus de création et non sur la finalité de l'œuvre (Participant 4).

4.2.4. Portrait du Kennedy Center (KC)

4.2.4.1. Contexte organisationnel au KC

Selon le participant 6, l'initiative de la construction de ce qui deviendra le KC prend racine, en 1958, dans la volonté du Président Dwight David Eisenhower d'ériger un centre culturel national, The John F. Kennedy Center for the Performing Arts (TJFKCPA, 2008). Cette volonté donne lieu à une législation créant le KC. Bien que la construction du centre culturel débute en 1964, celui-ci n'ouvre ses portes aux publics qu'à partir de septembre 1971 (TJFKCPA, 2008). Le centre culturel est nommé en l'honneur du Président John F. Kennedy, assassiné en 1964 (TJFKCPA, 2008). La vocation du centre culturel est double. En plus d'être un centre culturel d'importance, le KC est un lieu

commémoratif pour le Président Kennedy. Le KC compte neuf scènes (TJFKCPA, 2008). Le centre culturel accueille plus de trois millions de visiteurs annuellement (TJFKCPA, 2008). La mission du KC se divise en trois axes : 1) présenter et produire une grande variété de spectacles pour tous les âges; 2) soutenir les artistes émergents; et 3) être un leader national dans l'éducation aux arts (KC, 2018a). Le Département d'éducation est principalement responsable de la mise sur pied d'activités de médiation culturelle. Cependant, les organisations artistiques résidentes jouent également un rôle prépondérant dans l'offre d'activités de médiation culturelle.

4.2.4.2. Origine de la médiation culturelle au KC

L'éducation a toujours été une valeur importante au KC. L'éducation fait même partie de la législation responsable de la création du centre. En effet, dès le départ, le KC est mandaté par le Congrès américain pour être un chef de file dans les politiques et les programmes nationaux d'éducation artistique (KC, 2018e). À ce titre, cela fait plus de « 40 ans que le Kennedy Center offre des expériences artistiques de qualité pour les étudiants, les enseignants, les familles et le grand public de partout aux États-Unis » [traduction libre] (KC, 2016).

L'offre éducative proposée par les compagnies résidentes du KC s'ajoute à celle mise en place par le centre lui-même. À cet effet, le National Symphony Orchestra (NSO) et le Washington National Opera (WNO) ont également leur propre programme éducatif, imbriqué à celui du centre culturel (KC, 2018c). Depuis les dernières années, le KC élargit considérablement son offre éducative, de manière à rejoindre les jeunes, les enseignants et les familles à travers les États-Unis (KC, 2018c). À ce titre, lors de la

saison 2015-2016, les activités éducatives ont un impact direct sur 10 millions de personnes (KC, 2016).

4.2.4.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au KC

Le KC ancre d'abord sa vocation éducative au cœur de sa mission. En effet, le centre culturel se donne pour mandat d'offrir une programmation éducative captivante, au travers du Kennedy Center Education (KCE). Pour le KC, « une éducation artistique complète s'appuie sur l'expertise des spécialistes des arts et des enseignants, ainsi que sur l'expérience et les ressources des artistes professionnels et des ressources communautaires en culture » [traduction libre] (KC, 2018e). De plus, le Département d'éducation du KC est doté de sa propre mission d'éducation artistique. La mission du KCE se lit comme suit :

En tant que centre national des arts de la scène, le Kennedy Center s'engage à multiplier les occasions pour tous de participer et de comprendre les arts. Pour remplir cette mission, le Centre s'efforce de produire et de présenter des spectacles reflétant les normes d'excellence et de diversité les plus élevées du monde dans lequel nous vivons, et de rendre ces spectacles accessibles aux publics les plus larges possibles par l'éducation artistique. [Traduction libre] (KC, 2018e).

Selon le participant 6, le KCE se fixe des objectifs spécifiques, soit d'accroître la collecte de données pouvant influencer le processus décisionnel, créer des partenariats et les maintenir, diversifier la programmation et les artistes, mettre en valeur des formes d'art innovatrices et, enfin, explorer l'art contemporain en plus du répertoire classique. Le KC a la ferme conviction que c'est à travers les arts que nous partageons les plus grands accomplissements de chaque culture et que nous trouvons un langage universel qui permet la communication entre tous les peuples (KC, 2018e). Le KC juge que les arts sont une composante essentielle d'une éducation dans une perspective planétaire (*global*

education). À ce titre, le KCE déploie beaucoup d'efforts pour rendre accessible la programmation du centre à la communauté locale et aux publics enclins et moins enclins à fréquenter celui-ci. De surcroît, des initiatives sont prises dans le but d'enrayer les barrières physiques qui entravent l'accès et la participation des publics à la programmation du centre. Le KCE s'attarde aux facteurs socioéconomiques et démographiques, ainsi qu'aux aspects géographiques qui séparent les publics de la culture. Le KCE tente, dans ses interventions, de prioriser les milieux qui en ont le plus besoin. Par ailleurs, le KCE croit en l'importance de conscientiser les jeunes aux arts dans les salles de classe. Pour ce faire, le KCE tente d'incorporer le plus tôt possible les arts dans les salles de classe (Participant 6).

4.2.5. Portrait du Lincoln Center (LC)

4.2.5.1. Contexte organisationnel au LC

Le 14 mai 1959, le président américain Dwight David Eisenhower inaugure le LC (About Lincoln Center, s.d.c). Ce centre culturel new-yorkais s'étale aujourd'hui sur 16,3 acres de terrain. Il comprend 13 espaces de concerts et accueille annuellement près de 5 millions de visiteurs. Le LC est également le lieu de résidence de 11 organisations artistiques, dont le Metropolitan Opera, le National Philharmonic Orchestra et le New York City Ballet. Le LC se donne pour mission de remplir trois principaux rôles. Tout d'abord, le LC se veut un leader mondial dans l'offre d'une prestigieuse programmation artistique. Le deuxième rôle du LC est d'être un leader national pour l'éducation et les relations communautaires. En troisième lieu, le LC se doit gérer le campus du centre culturel. Le LC est une organisation artistique majeure qui comporte plusieurs divisions. À ce titre, le Lincoln Center for the Performing Arts (LCPA) est l'entité qui fait le lien

entre les différentes branches du LC. Le Lincoln Center Education (LCE) compte une branche qui s'occupe de l'accès physique des publics. Celui-ci offre, par exemple, des formations visant à sensibiliser le personnel de l'accueil aux besoins particuliers des publics ayant des limitations fonctionnelles. Au LC, les pratiques de médiation culturelle sont sous la responsabilité du Département d'éducation.

4.2.5.2. Origine de la médiation culturelle au LC

Depuis la création du LC, dans les années 1960, la volonté de favoriser l'accès et la participation des publics aux arts de la scène est bien présente. L'éducation aux arts fait ainsi partie de ses fondements. Pour réaliser ses pratiques de médiation culturelle, le LC compte, depuis 1973, sur son département nommé *Lincoln Center Education*. En plus de la portion éducative, celui-ci compte une section axée sur l'intervention communautaire. Le département d'éducation du LC possède sa propre mission. Celle-ci vise à « enrichir la vie des élèves, des enseignants et des apprenants tout au long de la vie, en créant des opportunités pour qu'ils puissent participer à la vie culturelle que ce soit sur scène, dans les salles de classe, à l'aide du numérique ou directement dans des lieux communautaires » [traduction libre] (About Lincoln Center, s.d.a).

Par ailleurs, plusieurs études et recherches sont réalisées au fil du temps, afin de développer une approche d'éducation artistique unique. En effet, il est possible de retenir les travaux de Schubart (1972), intitulé : Performing Arts Institutions and Young People: Lincoln Center's Study. The Hunting of the Squiggle. Les recherches effectuées dans le cadre du Harvard Project Zero sur l'éducation artistique ont également un effet sur l'approche utilisée par le LCE. Cependant, ce sont les travaux de Maxine Greene

(philosophe en résidence au LCE, entre 1976 et 2012) qui donnent réellement le ton à la vision de l'éducation artistique au LCE (The Maxine Greene Institute, 2014). En effet, l'auteure conçoit l'éducation aux arts comme un éveil, ce qui sert de point d'appui à la vision de l'éducation artistique au LCE :

Philosophiquement, l'idée de Maxine Greene est d'offrir aux élèves la possibilité d'avoir une expérience significative avec les œuvres d'art en les guidant à travers leur propre processus de réflexion. À travers cette conscientisation, vous leur donnez la possibilité de remarquer les détails qui leur auraient échappé autrement [traduction libre] [Participant 1].

C'est également à partir des recherches de Greene que le LC crée le concept de « teaching-artist ». Ce concept est également vital à la vision de l'éducation artistique du LC. Les « teaching-artists » sont des artistes professionnels qui sont formés par le LCE, en vue de l'épauler dans la réalisation de sa mission éducative, en assurant le lien entre les publics et les œuvres lors de l'animation de diverses activités.

4.2.5.3. Vision et valeurs sur l'accès et la participation des publics au LCE

Selon le participant 1, l'approche du LCE prend ses racines dans la capacité innée de chaque individu à réagir à une œuvre (LCE, 2017). Le LCE souhaite ainsi favoriser une expérience significative entre les publics et les œuvres présentées. Pour y parvenir, le LCE met l'emphase sur le processus de création et non sur la finalité de l'œuvre. En ce sens, la compréhension du processus de création s'avère plus importante que le résultat final. Dans un contexte scolaire, le processus d'appropriation est guidé par l'élève et non par l'enseignant. Il est donc important que les élèves explorent le processus créatif par eux-mêmes, afin de créer un moment de découverte lors de la présentation de l'œuvre. Une réflexion plus approfondie permet ensuite aux participants de se l'approprier. Le LCE cherche aussi à fournir aux publics des outils qui leur permettent d'explorer les arts.

Le LCE désire que ses publics développent leur capacité à porter attention aux détails qu'ils ne remarqueraient pas autrement. Par ailleurs, le LCE ne préconise pas une transmission magistrale, mais bien la transmission d'un sentiment de confiance face à leur expérience personnelle avec l'œuvre. En ce sens, « le processus ne repose pas sur un enseignement magistral, mais donne aux élèves la possibilité de s'approprier les œuvres à partir de leur propre expérience » [traduction libre] (Participant 1). Qui plus est, à travers l'ensemble de ses pratiques de médiation culturelle, le LCE tente de créer un échange entre le centre culturel et les publics. Le LC considère ce que tout un chacun peut lui apporter, et non seulement ce que le LC peut apporter aux individus (Participant 1).

4.2.6. Portrait du Boston Center for the Arts (BCA)

4.2.6.1. Contexte organisationnel du BCA

À la fin des années 1960, le *Boston Redevelopment Authority* achète un terrain classé patrimonial, de quatre acres, dans le quartier South End, de Boston. Cet achat est fait dans le but d'y créer un centre artistique (BCA, 2017a). C'est dans ce contexte que le BCA entre en opération au début des années 1970. Au fil du temps, le BCA évolue de manière à opérer de façon plus ouverte. Aujourd'hui, le BCA compte quatre salles de spectacles qui accueillent plus de 200 000 personnes annuellement. Ce centre culturel est le lieu de résidence de quatre organisations artistiques. Le BCA est un organisme sans but lucratif doté d'une mission qui se décline en trois axes (BCA, 2017b), dont le premier est de soutenir les artistes des arts de la scène et des arts visuels dans leur processus créatif. Le deuxième axe consiste à offrir un lieu de diffusion et d'exposition pour des œuvres nouvelles et innovantes. Quant au troisième axe, il consiste à mettre en contact les arts et

la communauté. Au BCA, les pratiques de médiation culturelle sont sous la responsabilité du Département des relations communautaires.

4.2.6.2. Origine de la médiation culturelle au BCA

Selon le participant 2, dès sa fondation, le BCA est dirigé par des personnes engagées envers la communauté et les arts. Depuis ses débuts, le BCA a comme préoccupation l'aspect communautaire. Au départ et encore aujourd'hui, le BCA offre aux artistes des espaces de création accessibles et peu dispendieux qui leur servent de lieu de résidence. C'est d'abord par l'entremise de cette initiative que le BCA développer ses premiers programmes communautaires. De nos jours, le BCA tente d'intégrer des éléments communautaires au travers de toute sa programmation régulière.

4.2.6.3. Vision et valeurs sur l'accessibilité et la participation des publics au BCA

Les pratiques de médiation culturelle présentes au BCA s'appuient sur deux valeurs principales, soit l'inclusion et la diversité. En effet, ces deux valeurs sont des priorités pour le centre : « Au BCA, l'accent est mis sur l'inclusion et la diversité. Ce sont des aspects qui sont à l'avant-plan dans tous les aspects des arts de la scène aux États-Unis » [traduction libre] (Participant 2). L'inclusion au BCA renvoie à la volonté de joindre les publics les plus larges possible, en plus de le diversifier. La composition de ses publics se reflète, quant à elle, dans ses efforts pour créer des liens durables avec les différentes communautés culturelles qui entourent le BCA (Participant 2).

4.3. Présentation des résultats

La section suivante présente les principaux résultats de recherche en ce qui a trait aux pratiques de méditation et aux effets obtenus par celles-ci aux yeux des acteurs institutionnels.

4.3.1. Les résultats au CNA

4.3.1.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au CNA

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle au CNA, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 4.

Tableau 4

Répertoire des pratiques de médiation culturelle au CNA
selon une approche de démocratisation culturelle

Nom ou type de pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
Aventures familiales	<ul style="list-style-type: none"> - Prestations musicales précédées d'activités interactives (CNA, 2018c) - Ont lieu en après-midi à Southam Hall - Met en scène l'orchestre du CNA en compagnie d'invités - Séries de 4 concerts annuellement - Durant 45 minutes avant le début du spectacle, il y a des activités dans les foyers de la salle (ex. : Tune Town qui est un zoo à instruments ou des jeux durant lesquels les enfants associent le musicien à son instrument) 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfants d'âge scolaire (5 ans et plus) (CNA, 2018c)

Aventures musicales à mon école	<ul style="list-style-type: none"> - Concert instrumental offert dans les écoles (CNA, 2018d) - Durée de 90 minutes ou deux fois 35 minutes (CNA, 2018d) - Le concert permet aux élèves de parfaire leurs connaissances musicales, de développer une écoute critique, de poser des questions aux musiciens et de se familiariser avec l'étiquette de concert (CNA, 2018d) 	<ul style="list-style-type: none"> - Groupe de 200 élèves d'âge scolaire (CNA, 2018d)
Baladodiffusions	<ul style="list-style-type: none"> - NAC-O-CAST : <ul style="list-style-type: none"> o En anglais seulement o Format de courte durée (20-30 minutes) o Entrevues avec des artistes portant sur la personne, et non, sur l'œuvre - Univers symphonique (français) et Explore the Symphony (anglais) : <ul style="list-style-type: none"> o Même baladodiffusion diffusée en français et en anglais o Durée de 60 minutes (CNA, 2018i) o Animé par Marjolaine Fournier et Jean-Jacques Vendlaiser (CNA, 2018i) o Environ 6 podcasts par année (CNA, 2018i) o Traite de manière approfondie des œuvres musicales qui sont présentées pendant la saison - Danse CNA (français et anglais): <ul style="list-style-type: none"> o Durée de vingt minutes environ (CNA, 2018j) o Propose des entretiens entre Cathy Levy (productrice de Danse CNA) et des artistes de renom du monde de la danse qui se produiront prochainement au CNA (CNA, 2018j) - Plus que du théâtre : <ul style="list-style-type: none"> o Chaîne de baladodiffusion du Théâtre français (CNA, 2018f) o Propose des entrevues avec des artistes de la saison (CNA, 2018f) o Elle est diffusée de façon éparses suivant les spectacles de la programmation du Théâtre français (CNA, 2018f) 	<ul style="list-style-type: none"> - NAC-O-CAST : grand public plus accessible - Univers Symphonique : grand public plus connaisseur - Danse CNA, Plus que du théâtre, Points of view, Au cœur de la musique d'ici (français) ou We love Canadian music (anglais) : Publics adultes

	<ul style="list-style-type: none"> - Points of view : <ul style="list-style-type: none"> o Chaîne de baladodiffusion du Théâtre anglais (CNA, 2018e) o Animé par Jillian Keiley (CNA, 2018e) o Propose des entrevues avec des invités offrant leur regard unique sur les pièces présentées au Théâtre anglais (CNA, 2018e) - Au cœur de la musique d'ici (français) ou We love Canadian music (anglais) : <ul style="list-style-type: none"> o Animée en français par Xavier Forget et en anglais par Heather Gibson (CNA, 2018t) o Est diffusée aux deux semaines en anglais et sur une base mensuelle en français (CNA, 2018t) o Propose des entrevues avec des musiciens sur des sujets musicaux variés (CNA, 2018t) 	
Café avec un chorégraphe	<ul style="list-style-type: none"> - Discussion entre un chorégraphe et un petit groupe d'artistes émergents ou de créateurs autour d'une tasse de café (CNA, 2018g) 	<ul style="list-style-type: none"> - 10 à 12 personnes (artistes émergents ou créateurs) (CNA, 2018g)
Classe de maître en danse	<ul style="list-style-type: none"> - Le département de la Danse du CNA offre divers ateliers, sous forme de classes de maître (CNA, 2018i) - Les classes de maîtres sont animées par des artistes renommés de passage au CNA (CNA, 2018i) - Activité gratuite (CNA, 2018i) 	<ul style="list-style-type: none"> - Enseignants et étudiants en danse, interprètes préprofessionnels et professionnels (CNA, 2018i)
Matinées scolaires	<ul style="list-style-type: none"> - Matinées scolaires offertes par l'orchestre, le Théâtre anglais, le Théâtre français et la danse au CNA (CNA, 2018k) - Présentation d'un spectacle - Le but est de rendre accessibles les arts aux jeunes (CNA, 2018k) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves et étudiants de niveau primaire, secondaire, collégial et universitaire (CNA, 2018k) - Des âges cibles sont indiqués pour chaque représentation (CNA, 2018k)
Musicopains	<ul style="list-style-type: none"> - Activités ou prestations musicales pour enfants - Petit groupe de musiciens - Ambiance informelle - Ont lieu dans une petite salle 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfants d'âge scolaire

Parlons musique	<ul style="list-style-type: none"> - Gratuit (aucun billet nécessaire pour y assister) (CNA, 2018m) - Série de causeries publiques - Ont lieu avant, à l'entracte ou après un spectacle (Participant 3) - Le sujet touche des œuvres de la programmation (CNA, 2018m) - Un intervieweur présente un invité (ex. : chef d'orchestre, soliste, journaliste et critiques musicaux) - Temps réservé aux questions de l'auditoire environ 1 ou 2 questions chaque soir - A lieu depuis plus de 10 ans 	<ul style="list-style-type: none"> - La majorité des publics qui y assiste ont des billets pour le spectacle en question - Grand public francophone et anglophone
Préparation à un festival de musique	<ul style="list-style-type: none"> - A lieu tout au long de l'année - Préparation d'harmonie de concert ou d'ensembles musicaux pour épreuves régionales, MusicFests, concours ou concerts (CNA, 2018n) - Conseils et encadrement offert par les musiciens de l'Orchestre du CNA (CNA, 2018n) - Un membre de l'Orchestre du CNA se rend à l'école et assiste à des répétitions d'ensemble, par pupitre ou individuelles et offre de la rétroaction (CNA, 2018n) - Coût de 100\$ par heure plus taxes (CNA, 2018n) - Des frais de déplacement peuvent s'appliquer dans certains cas (CNA, 2018n) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves du primaire et du secondaire inscrits dans un programme de musique instrumentale (CNA, 2018n)
Préparation aux matinées scolaires pour le volet musique	<ul style="list-style-type: none"> - Visite en classe d'un musicien de l'Orchestre du CNA pour un atelier de préparation à la prochaine matinée scolaire (CNA, 2018o) - Le musicien explique le répertoire qui est au programme pour la matinée scolaire (CNA, 2018o) - Le musicien joue des extraits du concert qui sera vu par les élèves (CNA, 2018o) - Activité gratuite (CNA, 2018o) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves d'âge scolaire (CNA, 2018o)
Programme Vive la musique	<ul style="list-style-type: none"> - En place depuis 2006 (CNA, 2018p) - Le programme envoie des artistes dans les écoles et les communautés de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba, du Nunavut et dans les provinces de l'Atlantique (Martin, 2018) 	<ul style="list-style-type: none"> - Artistes, élèves et grand public (CNA, 2018p)

	<ul style="list-style-type: none"> - Le programme a depuis peu été étendu aux Maritimes - Le CNA et ses partenaires locaux organisent une centaine d'activités incluant des ateliers et des prestations musicales pour des enfants dont l'accès aux arts est restreint (CNA, 2018p) - Du mentorat aux artistes émergents est aussi offert (Martin, 2018) - Puisque le CNA ne peut intervenir partout, de la formation est offerte aux musiciens afin qu'ils puissent partager leur passion avec leur communauté 	
Répétitions ouvertes aux étudiants	<ul style="list-style-type: none"> - 3 à 4 fois par année - Gratuit pour les étudiants - Ont lieu généralement le mercredi ou le jeudi en matinée (CNA, 2018k) - Présente une ou deux pièces du programme (CNA, 2018k) - Lorsque possible, des bénévoles présentent brièvement les pièces au programme et les musiciens (CNA, 2018k) 	<ul style="list-style-type: none"> - Étudiants
Swap Shop : ateliers pour élèves avec des professionnels des arts	<ul style="list-style-type: none"> - Théâtre anglais du CNA propose des ateliers éducatifs donnés par des artistes-enseignants reconnus sur la scène nationale (CNA, 2018q) - Les ateliers portent par exemple sur la voix, la gestuelle, l'improvisation, le théâtre musical, le théâtre gestuel, l'humour, le répertoire classique, etc. (CNA, 2018q) - Ces ateliers ont lieu dans les écoles ou au CNA (CNA, 2018q) - Les ateliers peuvent être adaptés aux besoins particuliers des élèves (CNA, 2018q) - Les ateliers sont en anglais seulement (CNA, 2018q) - Coût de 130\$ plus taxes pour l'atelier (CNA, 2018q) - Convient à un maximum de 30 élèves (CNA, 2018q) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves du niveau primaire, secondaire et postsecondaire (CNA, 2018q)
Thé avec une ballerine	<ul style="list-style-type: none"> - Rencontre entre des jeunes participants et un membre de la compagnie de ballet professionnel autour d'une tasse de thé (CNA, 2018r) - Permet d'en apprendre davantage sur la vie et le parcours de la ballerine (CNA, 2018r) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves (environ 8 à 10 par saison) (CNA, 2018r)
Tournée de l'orchestre	<ul style="list-style-type: none"> - Activités éducatives organisées dans les villes visitées durant la tournée - Ex. : ateliers dans les écoles 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public et publics scolaires

Visites de l'arrière-scène	<ul style="list-style-type: none"> - A lieu tout au long de l'année - Préparation d'harmonie de concert ou d'ensembles musicaux pour épreuves régionales, MusicFests, concours ou concerts (CNA, 2018n) - Conseils et encadrement offert par les musiciens de l'Orchestre du CNA (CNA, 2018n) - Un membre de l'Orchestre du CNA se rend à l'école et assiste à des répétitions d'ensemble, par pupitre ou individuelles et offre de la rétroaction (CNA, 2018n) - Coût de 100\$ par heure plus taxes (CNA, 2018n) - Des frais de déplacement peuvent s'appliquer dans certains cas (CNA, 2018n) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves du primaire et du secondaire inscrits dans un programme de musique instrumentale (CNA, 2018n)
----------------------------	---	--

4.3.1.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au CNA

Pour le CNA, l'un des effets importants de la médiation culturelle est la création d'un intérêt pour les arts (Participant 3). En effet, à travers sa programmation éducative, le CNA souhaite éveiller chez ses publics un intérêt pour le domaine artistique. Par ailleurs, le CNA crée des expériences enrichissantes chez les jeunes (Participant 3). Sur le plan des activités éducatives de musique, un enthousiasme marqué est observé lors des visites de l'orchestre aux écoles (Participant 3). Les élèves s'en déclarent très impressionnés (Participant 3) :

Ce sont des jeunes de 12 à 14 ans qui ne viennent pas nécessairement à des concerts, mais quand il [Alexandre Shelly, chef d'orchestre du CNA] est dans leur école, il devient une superstar. Les jeunes sont excités d'être en sa compagnie et d'apprendre de lui. C'est assez formidable! [traduction libre] (Participant 3).

Par ailleurs, lors des causeries préspectacles, les publics se montrent satisfaits que celles-ci soient offertes en anglais et en français; le bilinguisme de cette activité répondant à un besoin de la communauté (Participant 3).

4.3.1.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au CNA

Le Département d'éducation musicale du CNA recueille une rétroaction verbale chez les publics qui assistent aux différentes activités (Participant 3). De plus, au CNA, les assistances aux différentes activités sont compilées et notées (Participant 3). Les assistances permettent de générer des statistiques (Participant 3). Par la suite, celles-ci se retrouvent dans le rapport annuel du CNA (Participant 3). À l'heure actuelle, c'est ce que l'effectif en place permet de recueillir comme statistiques (Participant 3).

4.3.1.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au CNA

Pour le CNA, le nombre de personnes atteintes par une activité est un facteur de succès (Participant 3). De plus, l'obtention d'une rétroaction positive de la part des publics, à la suite de pratiques de médiation culturelle, est également un gage de succès (Participant 3). Dans le même ordre d'idées, lorsque des publics font part de critiques ou de commentaires négatifs au CNA, un facteur de succès consiste à y répondre et à tenter d'adapter les activités en conséquence et au besoin (Participant 3) : « La manière dont nous envisageons le succès, c'est d'accueillir des gens heureux qui reviennent et amènent des amis » [traduction libre] (Participant 3). Le CNA souhaite également avoir des publics qui parlent en bien du centre culturel, non seulement dans la région de la Capitale nationale, mais à l'extérieur d'Ottawa et du Canada, afin d'accroître son rayonnement (Participant 3). Les gens qui partagent les baladodiffusions et les *tweets* du CNA sur les réseaux sociaux sont également un signe d'implication qui témoigne d'une réussite (Participant 3).

4.3.1.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au CNA

Dans certains cas, le financement peut s'avérer un facteur d'échec pour des activités de médiation culturelle au CNA (Participant 3). Dans le passé, certaines activités ont dû être retirées, en raison de changements au plan du soutien financier (Participant 3). Par ailleurs, le CNA a également vécu des enjeux d'ordre technologiques, légaux et logistiques qui compliquent le lancement de certaines initiatives de médiation culturelle (Participant 3). À titre d'exemple, ces enjeux s'appliquent à la diffusion en direct de spectacles du CNA (Participant 3).

4.3.2. Les résultats au SCPA

4.3.2.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle au SCPA selon une approche de démocratisation culturelle

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle au SCPA, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 5.

Tableau 5

Répertoire des pratiques de médiation culturelle au SCPA
selon une approche de démocratisation culturelle

Nom ou type de la pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
Behind the Curtain	<ul style="list-style-type: none"> - Causeries préspectacle - Ont lieu dans les foyers de la salle - Offertes par des experts de leurs sujets (SCPA, 2018b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Détenteurs de billets

	<ul style="list-style-type: none"> - Des fois celles-ci sont données par la production, des fois le centre engage des gens à l'externe pour les animer - Le but est de divertir et d'éduquer les publics (SCPA, 2018b) 	
Classes de maître	<ul style="list-style-type: none"> - Classes de maître portant sur une variété de sujets en lien avec la programmation - Activité gratuite. Ex. : Cirkopolis ont animé des classes de maître avec leurs artistes Basheva Danse Compagny a organisé des classes de maîtres animés par un instructeur gaga 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public
Cours communautaires	<ul style="list-style-type: none"> - Cours communautaires qui abordent différentes disciplines artistiques (danse, poésie, cirque, etc.) - Très populaire - A lieu dans les salles de répétition du centre - Activité gratuite 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public adulte
Discover Danse	<ul style="list-style-type: none"> - Activité offerte depuis janvier 2018 - Durée d'une heure - A lieu le midi - Démonstrations, prestations et discussions sur la thématique de la danse (SCPA, 2018c) - Activité gratuite (SCPA, 2018c) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public de tous âges (SCPA, 2018c)
Participation au festival Doors Open Toronto * Événement ponctuel	<ul style="list-style-type: none"> - Festival annuel d'architecture d'une durée de deux jours - A attiré 3000 visiteurs au SCPA en 2017 - Le but est de faire découvrir le bâtiment au grand public - Une exposition sur l'histoire du bâtiment du SCPA a eu lieu - Une conférence sur l'architecture du bâtiment a eu lieu - Les participants peuvent visiter les salles du SCPA - Partenariat avec Lego pour offrir une activité pour les familles - Memory Wall : les gens ont été encouragés à partager sur un mur leurs moments préférés au SCPA (artistes préférés, spectacles préférés, activités préférées, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public - Amène des gens qui ne viennent pas normalement

4.3.2.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au SCPA

Plusieurs effets de la médiation culturelle sont observés par le Département d'éducation et d'engagement communautaire du SCPA. Dans le cadre des cours communautaires, il est possible de noter un haut taux d'engagement et de satisfaction chez les participants par rapport à l'activité. En effet, selon un sondage effectué par le SCPA, 90% des participants accordent la mention « excellent » au contenu des cours (Participant 5). De plus, les causeries préspectacles permettent aux publics d'avoir une compréhension supplémentaire, ainsi que de nouvelles perspectives sur la prestation qu'ils s'apprêtent à voir (Civic Theatres Toronto, s.d.). Par ailleurs, la participation du centre culturel à l'événement Doors Open Toronto attire des publics qui ne fréquentent pas normalement l'institution à venir visiter le bâtiment (Participant 5). La série de spectacles Discover Dance a aussi pour effet de donner accès aux publics à des prestations professionnelles, tout en permettant, par la suite, un dialogue avec l'artiste (Civic Theatres Toronto, s.d.).

4.3.2.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au SCPA

Au SCPA, plusieurs méthodes d'évaluation des effets sont utilisées. En effet, des sondages en ligne sont envoyés aux participants de certaines activités, dont ceux qui participent aux cours communautaires (Participant 5) : « Les sondages sont efficaces, car ils permettent aux publics de retourner à la maison et de vivre une introspection par rapport à leur expérience » [traduction libre] (Participant 5). Dans plusieurs cas, le nombre de personnes présentes est comptabilisé. Cependant, le participant 5 fait remarquer que ce n'est pas uniquement une question de quantité, mais de qualité. Pour ce qui est des causeries préspectacles, outre le fait de compter le nombre de sièges occupés,

aucune autre forme d'évaluation n'est réalisée. Cependant, de la rétroaction orale est recueillie auprès des publics (Participant 5) : « Nous essayons d'interpeler les participants lorsqu'ils sont présents. [...] Ça nous permet d'obtenir de la rétroaction orale » [traduction libre] (Participant 5). L'évaluation n'est pas effectuée avec une rigueur scientifique (Participant 5). Cependant, celle-ci serait nécessaire pour obtenir une hausse de budget pour le Département (Participant 5).

4.3.2.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au SCPA

Parmi les facteurs de succès de la médiation culturelle au SCPA, il est possible de retrouver de hauts taux de participation accompagnée de rétroactions positives (Participant 5). En effet, la participation des publics est grandissante, ainsi que leur rétroaction positive, obtenue par le biais de sondages et de commentaires verbaux. Celles-ci montrent le succès de la programmation offerte. Par ailleurs, afin de continuer à offrir et à développer l'offre d'activités d'éducation et d'engagement communautaire, un budget adéquat est essentiel au succès de la programmation (Participant 5). Qui plus est, la reconnaissance de l'importance du Département d'éducation et d'engagement communautaire est également un facteur de succès. Le développement de relations à long terme avec les partenaires est aussi un facteur de succès pour le SCPA : « C'est très important [...] que tous nos liens avec la communauté se développent dans une relation que nous batissons à long terme et que nous devons intégrer à tout ce que nous faisons » [traduction libre] (Participant 5).

4.3.2.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au SCPA

Pour ce qui est des facteurs d'échec de la médiation culturelle au SCPA, il existe une difficulté à concilier la programmation du Département d'éducation et d'engagement communautaire avec la location corporative (Participant 5). À ce titre, il est déjà arrivé par le passé qu'un événement communautaire soit déplacé pour faire place à une location corporative (Participant 5). Cette situation est liée à l'enjeu d'autofinancement du centre culturel et, plus particulièrement du Département, puisque celui-ci n'est pas rentable : « Si nous avions un budget illimité, nous pourrions faire un nombre illimité de projets. Puisque nous ne sommes pas un Département qui génère des revenus, [...] il est déjà arrivé que nous devions déménager une activité, mais nous arrivons toujours à trouver une solution » [traduction libre] (Participant 5). D'autre part, le SCPA reconnaît comme facteur limitant le succès de ces activités, la difficulté à les faire connaître (Participant 5). En effet, une meilleure communication avec le Département de communication et de marketing permettrait de mieux diffuser la programmation (Participant 5). Enfin, il serait souhaitable de faire connaître davantage le Département et sa programmation, particulièrement auprès des écoles (Participant 5).

4.3.3. Les résultats à la PDA

4.3.3.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle à la PDA selon une approche de démocratisation culturelle

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle à la PDA, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 6.

Tableau 6

Répertoire des pratiques de médiation culturelle à la PDA
selon une approche de démocratisation culturelle

Nom ou type de la pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
Activités ponctuelles sur l'Esplanade	<ul style="list-style-type: none"> - Des activités gratuites ponctuelles ont lieu sur l'Esplanade extérieure - Programmation qui varie annuellement. Ex. : Dansons Montréal pour les Journées de la Culture 	- Grand public
Expositions dans la Salle d'exposition	<ul style="list-style-type: none"> - Entrée gratuite à la Salle d'exposition - Les expositions ont des thématiques en lien avec les arts de la scène - La PDA produit, elle-même, au moins deux expositions par année, dont une à Noël - Les compagnies résidentes organisent aussi des expositions 	- Grand public
Participation aux Journées de la Culture	<ul style="list-style-type: none"> - Programmation gratuite offerte à la PDA - Les activités varient d'année en année 	- Grand public
Place des Arts Junior	<ul style="list-style-type: none"> - Spectacles à petits prix pour les familles - Ont lieu généralement le dimanche matin - Programmation variée - Les spectacles Sons et brioches de la série Place des Arts Junior ont lieu au Piano Nobile de la Salle Wilfrid-Pelletier. Avant chaque spectacle, des muffins, des croissants, des jus et du café sont offerts aux enfants et aux parents (PDA, 2018d) 	- Familles Enfants d'âge primaire
Programme éducatif	<ul style="list-style-type: none"> - Les projets tournent autour du spectacle de l'artiste - Chaque projet a une durée de vie de 3 ans - En 2017-2018, les artistes sont Queen Ka, Patrice Michaud et Dramatik 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves du secondaire - Le programme éducatif vise le secondaire, car au primaire il y a le programme

	<ul style="list-style-type: none"> - Une formation de deux jours est donnée aux enseignants pour leur expliquer le projet afin qu'ils soient préparés à la rencontre des artistes-médiateurs - Les artistes-médiateurs ont trois jours de formation - Il y a une journée de formation conjointe entre les enseignants et les artistes-médiateurs - Auprès des élèves, deux ateliers sont donnés en amont par des artistes-médiateurs (le premier est axé sur la création, en classe, et le deuxième est axé sur la performance, à la PDA) - Tous les groupes de participants viennent voir le spectacle à la PDA - Les élèves, sur une base volontaire, sont également invités à présenter leur création dans l'espace culturel de la PDA 	Culture à l'école
Programmation jeunesse pour la semaine de relâche	<ul style="list-style-type: none"> - Activités gratuites offertes dans le cadre de la semaine de la relâche - Une exposition spéciale est présentée dans la salle d'exposition - Des activités culturelles sont présentées dans l'espace culturel 	<ul style="list-style-type: none"> - Pour le primaire
Résidences et co-productions	<ul style="list-style-type: none"> - Les artistes ont accès aux locaux de répétition de la PDA - Un soutien technique est, parfois, offert. - Quand il y a un soutien technique, le projet devient une coproduction - Une résidence ou une coproduction mène toujours à une prestation à la PDA 	<ul style="list-style-type: none"> - Artistes

4.3.3.2. Présentation des effets de la médiation culturelle à la PDA

Plusieurs effets sont observés sur le plan des activités de médiation culturelle dans l'axe Éducation de la Place des Arts. Le programme éducatif destiné aux élèves du secondaire est notamment mis en place pour combler un vide sur le plan des arts dans le milieu scolaire, chez cette tranche d'âge : « La raison pour laquelle ils ont choisi le secondaire [c'est] parce qu'ils trouvaient qu'au primaire, il y a le programme Culture à l'école [...].

Au secondaire, il n'y a pas grand-chose! » (Participant 4). Ce programme permet le développement d'un sentiment de confiance en soi chez les élèves (Participant 4). De plus, les élèves participants développent leurs compétences artistiques, ainsi que leur créativité (Participant 4). Les élèves vivent une transformation qui s'échelonne sur toute l'année scolaire (Participant 4). Qui plus est, en guise de clôture du programme éducatif, les élèves sont invités, sur une base volontaire, à performer dans l'Espace culturel George-Émile-Lapalme. Cette opportunité leur donne la chance de vivre une expérience artistique dans un milieu professionnel (Participant 4).

4.3.3.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets à la PDA

Plusieurs méthodes d'évaluation des effets de la médiation culturelle sont utilisées à la Place des Arts. À ce titre, des statistiques sont compilées concernant les assistances aux différentes activités de la programmation (Participant 4). Ces statistiques servent, entre autres, à la rédaction du rapport annuel de la PDA (Participant 4). La PDA se dote également de cibles d'achalandage à atteindre pour chacun de ses programmes (Participant 4). À titre d'exemple, pour mesurer l'achalandage dans la salle d'exposition, un compteur de passages est installé sur la porte (Participant 4). Par ailleurs, la rétroaction verbale des participants aux activités est également recueillie et considérée (Participant 4). Outre ces méthodes d'évaluation, le Service de la programmation collabore également à une recherche sur son programme éducatif, pour la saison 2016-2017 (Participant 4). Celui-ci a pour titre : Projet de médiation culturelle Queen Ka – De la poésie au SLAM. Les résultats de cette recherche sont obtenus à la suite d'entretiens semi-dirigés avec des enseignants, avec la coordonnatrice à la programmation et à

l'accessibilité culturelle de la Place des Arts, ainsi qu'avec Queen Ka, de même que deux artistes-médiateurs (Hébert, Crêtes-Reizes & Roy, 2017). Le rapport mentionne trois principaux effets obtenus à la suite de cette activité de médiation culturelle, soit la croissance de l'estime de soi chez les élèves participants, une plus grande ouverture sur le monde et un rayonnement à travers la communauté par la poursuite d'activités culturelles à l'extérieur des murs de la Place des Arts (Hébert, Crêtes-Reizes & Roy, 2017).

4.3.3.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle à la PDA

Pour la Place des Arts, une activité de médiation culturelle est réussie lorsque les publics entrent en contact avec une œuvre (Participant 4). Le fait de réussir à aller chercher les publics est aussi un gage de succès pour les activités de médiation culturelle (Participant 4). En ce sens, « [c]’est sûr que, comme objectif, c’est de faire entrer en contact un public avec une œuvre. On considère que c’est réussi, quand le public est rentré en contact avec l’œuvre » (Participant 4). L’atteinte des objectifs et des cibles pour chacun des programmes témoignent également d’une forme de succès de l’activité (Participant 4). Les activités qui se démarquent par leurs succès sont celles qui sont réalisées lors de la semaine de relâche, en mars de chaque année. En effet, celles-ci connaissent une forte popularité auprès des publics (Participant 4) : « La relâche scolaire, on a vraiment senti que ça répond à un besoin. [...] Les gens s’y présentent. On a des bons commentaires » (Participant 4).

4.3.3.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle à la PDA

Parmi les facteurs qui ont un effet négatif sur les pratiques de médiation culturelle à la Place des Arts, nous trouvons la faible implication chez les enseignants qui participent au programme éducatif (Participant 4). En effet, la réussite du projet est tributaire de l'implication de l'enseignant. Souvent, ce sont les enseignants de français qui s'impliquent davantage, car ce sont eux qui disposent du plus de temps de classe avec les élèves (Participant 4). Par ailleurs, la PDA vit également des enjeux sur le plan de la diffusion de sa programmation en médiation culturelle (Participant 4).

[...] le défi aussi que je voudrais te donner par rapport à la médiation culturelle, c'est qu'en général, c'est de faire connaître le programme. [...] comme par exemple, le programme d'accessibilité aux arts de la scène, on constate que c'est encore un secret bien gardé. Il y a quand même un défi au niveau marketing pour faire connaître le programme. [...] il y a des artistes qui ne sont pas encore au courant qu'on fait de la coproduction, qu'on a des résidences. Le programme éducatif, on fait vraiment des démarches pour le faire connaître. [...] les activités gratuites dans l'Espace culturel, il y a probablement beaucoup de gens qui passent à côté tous les jours sans trop savoir comment, ce que c'est, ce que ça représente. Pour que la rencontre [avec l'œuvre] ait lieu, il faut que les gens soient au courant (Participant 4).

De plus, la PDA considère comme un échec lorsque l'œuvre n'a pas d'effets ou lorsqu'elle n'est pas vue (Participant 4). Par ailleurs, chaque année, la PDA modifie certains aspects des activités de manière à les améliorer de façon continue (Participant 4).

4.3.4. Les résultats au KC

4.3.4.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle au KC selon une approche de démocratisation culturelle

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle au KC, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 7.

Tableau 7

Répertoire des pratiques de médiation culturelle au KC
selon une approche de démocratisation culturelle

Nom ou type de la pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
ArtsEdge	<ul style="list-style-type: none"> - Depuis 1971 (ArtsEdge, 2018) - Site Internet qui contient des ressources pédagogiques pour apprendre et enseigner les arts - Contient des leçons, des boîtes à outils et des entrevues - Le site Internet est visité quotidiennement par plus de personnes que la capacité totale de l'ensemble des salles du KC (ArtsEdge, 2018) 	<ul style="list-style-type: none"> - Éducateurs, élèves et familles (ArtsEdge, 2018)
Coffee Concerts	<ul style="list-style-type: none"> - Concerts réguliers ayant lieu plus tôt en journée pour accommoder l'horaire des personnes âgées - Ont lieu les vendredis à 11h30 (KC, 2018m) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public (KC, 2018m) - Formulé pour répondre aux besoins des personnes âgées et retraitées
Explore the Arts Program	<ul style="list-style-type: none"> - Ce programme vise à donner l'opportunité aux publics adultes de participer, de s'impliquer et d'explorer des activités artistiques (KC, 2018c) - Les activités prennent la forme de classes de maîtres, d'ateliers, de cours, de conférences, de répétitions ouvertes au public, etc. (KC, 2018c) 	<ul style="list-style-type: none"> - Publics adultes (KC, 2018c)
Exploring ballet with Suzanne Farrell	<ul style="list-style-type: none"> - Trois semaines de formation pour les jeunes ballerines avec une ballerine senior - Participation à des activités culturelles connexes (visites au musée, visites de sites historiques, spectacles, etc.) (KC, 2018d) 	<ul style="list-style-type: none"> - Étudiants en danse classique (KC, 2018d)

Get On the Bus Program	<ul style="list-style-type: none"> - Programme qui vise à soutenir les écoles de milieux plus défavorisés, afin qu'elles puissent assister à des spectacles (KC, 2018i) - Le programme paye pour le transport et les billets de 50 élèves de chaque école (KC, 2017b) - Les spectacles ont lieu durant la journée (KC, 2018i) 	<ul style="list-style-type: none"> - Publics scolaires (KC, 2017b) - Provenant d'écoles en milieux défavorisés (KC, 2018i) - Les écoles doivent être situées dans un rayon de 50 km du KC (KC, 2017b)
Kennedy Center Council	<ul style="list-style-type: none"> - Groupe de 20 adolescents qui conseille le KC sur sa programmation et sur ce qui est pertinent pour leur group d'âge 	<ul style="list-style-type: none"> - Adolescents
Instrument petting zoo National Symphony Orchestra	<ul style="list-style-type: none"> - Activité dédiée aux familles (KC, 2018g) - Offerte avant les spectacles du National Symphony Orchestra (KC, 2018g) - Les enfants ont la chance de toucher les instruments qu'ils entendront durant le spectacle (KC, 2018g) 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfants et parents (KC, 2018g) - Âge variable selon le spectacle présenté (KC, 2018g)
Millennium stage	<ul style="list-style-type: none"> - Scène sur laquelle sont présentés tous les soirs à 18h00 des spectacles gratuits (KC, 2018f) - Les spectacles peuvent être de l'ensemble des disciplines des arts de la scène (danse, musique, théâtre) (KC, 2018f) - Les artistes sont d'origine locale, nationale ou internationale (KC, 2018f) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public (KC, 2018f)
MyTix Community Group	<ul style="list-style-type: none"> - Programme qui vise à soutenir financièrement des écoles et des organisations communautaires qui souhaitent assister à un spectacle le soir ou la fin de semaine au KC et qui n'aurait pas les moyens autrement (KC, 2018i) 	<ul style="list-style-type: none"> - Publics au profil socio-économique plus faible (KC, 2018i) - Groupes scolaires ou organisations communautaires (KC, 2018i)

National Symphony Orchestra for Young audiences	<ul style="list-style-type: none"> - Une série de prestations de l'orchestre national de Washington (KC, 2018j) - Inclus l'orchestre au complet ou de petits ensembles (KC, 2018j) - Concerts familiaux (KC, 2018j) - Vise à initier les jeunes publics à la musique classique dans une atmosphère ludique (KC, 2018j) 	<ul style="list-style-type: none"> - Familles (KC, 2018j) - Enfants de 3 ans et plus jusqu'à l'adolescence (KC, 2018j)
National Symphony Orchestra Summer Institute	<ul style="list-style-type: none"> - A lieu tous les étés (KC, 2018n) - Programme gratuit (KC, 2018n) - Rassemble environ 60 étudiants de partout aux États-Unis et à travers le monde au KC (KC, 2018n) - Programme visant à préparer les étudiants à une carrière au sein d'un orchestre (KC, 2018n) - Le programme comprend, entre autres, des cours privés enseignés par des musiciens du National Symphonic Orchestra, des formations en musique de chambre, des classes de maîtres, le droit d'assister à des répétitions de l'orchestre ainsi qu'à des concerts exclusifs, des opportunités de performer dans la région métropolitaine du Washington D.C. et des rencontres avec des chefs d'orchestre et des musiciens de renom (KC, 2018n) 	<ul style="list-style-type: none"> - Participants entre 15 et 20 ans (KC, 2018n)
Opera Look-In Program	<ul style="list-style-type: none"> - Vise à initier les jeunes publics à l'opéra (KC, 2018h) - A lieu depuis 20 ans (KC, 2018h) - Durée de 75 minutes (KC, 2018h) - Des artistes de la relève du Washington National Opera présentent des scènes tirées des opéras les plus connus (ex.: Les noces de Figaro de Mozart) (KC, 2018h) - Un atelier d'introduction à divers éléments scéniques (ex. : mise en scène, éclairage, astuce scénique, etc.) reliés à l'opéra est aussi offert (KC, 2018h) - Du matériel pédagogique est disponible en lien avec la présentation (KC, 2018h) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pour les élèves de 9 à 14 ans (KC, 2018h)

Programmation pour les jeunes publics	<ul style="list-style-type: none"> - Spectacles variés qui combinent éducation et divertissement (KC, 2018j) - Offerts par le Kennedy Center Theater for Young Audiences, le National Symphony Orchestra, l'organisation Very Special Arts (VSA) et le Washington National Opera (KC, 2018j) 	<ul style="list-style-type: none"> - Jeunes publics (KC, 2018j)
Programme de répétitions ouvertes aux publics scolaires	<ul style="list-style-type: none"> - Accès aux répétitions finales en costumes du Washington National Opera (KC, 2018l) - Des pauses ont lieu occasionnellement afin d'effectuer des ajustements de dernière minute (KC, 2018l) - Du matériel pédagogique est offert pour aider la compréhension de l'œuvre (KC, 2018l) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves de 12 à 18 ans (KC, 2018l)
Programme National Symphony Orchestra in your neighborhood	<ul style="list-style-type: none"> - Programme qui fournit des spectacles et des activités éducatives gratuites du National Symphony Orchestra à travers l'ensemble de la région de Washington D.C. (KC, 2018b) - Ces activités peuvent inclure des concerts de l'orchestre, des visites scolaires, des échanges artistiques, des zoos d'instruments et des formations (KC, 2018b) - Ces activités ont lieu dans des écoles, des églises, des clubs ou encore dans des salles de spectacles (KC, 2018b) - Le programme vise à bâtir des relations plus fortes avec les publics et à créer un engouement et une appréciation pour les prestations de musique classique (KC, 2018b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public (KC, 2018b) -
Spectacles pour les groupes scolaires	<ul style="list-style-type: none"> - Série de concerts dans toutes les disciplines des arts de la scène dédiée aux groupes scolaires (KC, 2018k) - Le KCE commande, produit et présente des spectacles pour les publics scolaires. (KC, 2018k) - Les spectacles sont présentés au KC ou ils peuvent être exportés dans divers lieux (KC, 2018k) 	<ul style="list-style-type: none"> - Groupes scolaires d'âge varié (KC, 2018k) -

The American College Theater Festival	<ul style="list-style-type: none"> - Programme national de théâtre en place depuis 1969 (KC, 2014) - En collaboration avec plus de 600 collèges et universités à travers le pays (KC, 2014) - A lieu tout au long de l'année (KC, 2014) - Les participants se rassemblent et partagent leur passion pour le théâtre (KC, 2014) - Permet aux participants de développer leurs compétences (KC, 2014) - Rejoint des milliers d'étudiants annuellement 	<ul style="list-style-type: none"> - Étudiants de niveau collégial et universitaire s'intéressant au théâtre (KC, 2014)
---------------------------------------	---	--

4.3.4.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au KC

Avec ses programmes, le Département d'éducation du KC note plusieurs effets positifs.

En outre, les programmes ont des effets sociaux et émotionnels sur les élèves participants (Participant 6). Un accroissement des compétences artistiques est également observé chez les élèves participants (Participant 6). En effet, ceux-ci développent leur pensée créative et créent des liens entre les œuvres et leur vie personnelle (Participant 6). La participation au programme du KC permet également le développement de l'intérêt des jeunes face aux arts (Participant 6). De plus, des changements dans l'environnement scolaire et chez le personnel de l'école, à la suite de la participation à un programme artistique, sont observés. À ce titre, « nous avons des données sur l'effet des arts à l'école et le changement qui s'opère au sein de l'environnement scolaire, de même que sur la façon dont le personnel et les élèves interagissent » [traduction libre] (Participant 6). Les différents programmes du KC ont également pour effet de réduire les barrières d'accès et de participation aux arts de la scène en créant une relation durable avec les publics qui fréquentent peu ou pas le KC (Participant 6).

4.3.4.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au KC

Le KC possède son propre Département de recherche et d'évaluation (Participant 6). Celui-ci est responsable de l'évaluation des effets de 23 programmes du Département d'éducation, au KC, ainsi que de la recherche dans le secteur des arts, en général (KC, 2017a). Le Département de recherche et d'évaluation collabore également avec les équipes du KCE, en fournissant des données significatives qui améliorent l'accès et la participation aux programmes d'éducation artistique (KC, 2017a). Les données recueillies ont aussi pour but le développement d'initiatives locales et nationales, au service des enfants et des jeunes (KC, 2017a). De plus, parmi les méthodes d'évaluation utilisées, le KCE organise des tables rondes, afin de favoriser un dialogue et un partage d'information (Participant 6). Des sondages sont également déployés dans certains cas (Participant 6) : « Nous essayons de faire beaucoup de sondages [...] pour connaître ce que les personnes tirent de ces expériences » [traduction libre] (Participant 6). Des observations sont aussi réalisées, lors des différentes activités (Participant 6). Par ailleurs, le nombre de personnes qui participent aux activités est comptabilisé à des fins statistiques (Participant 6).

4.3.4.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au KC

Au KC, le fait que les différents programmes aient un effet positif sur chaque participant, qu'il s'agisse d'enfants, d'étudiants ou d'adultes, est très important (Participant 6). Le nombre de personnes atteintes par les interventions du KC est également considéré comme un facteur de succès. De plus, le bon déroulement de chaque activité est aussi un gage de succès. Par ailleurs, chacun des 40 programmes du Département d'éducation

visent des objectifs différents (Participant 6). Le résultat obtenu, à la suite de chaque activité, diffère grandement. En ce sens, les facteurs de succès pour chacun d'entre eux sont spécifiques. Qui plus est, un programme qui se démarque particulièrement au KC se nomme Any Given Child :

Il y a un programme, l'Any Given Child, qui est très bien conçu. Il a des effets positifs sur la collectivité. Le programme rassemble des leaders clés de la communauté, afin de dynamiser et de prioriser les arts. Les données montrent un changement positif qui s'opère, à la suite de celui-ci. C'est un programme particulièrement réussi [...] [traduction libre] (Participant 6).

Par ailleurs, en étant un centre culturel d'envergure, le KC bénéficie de ressources importantes, ce qui rend plus facile la mise sur pied d'activités et de programmes :

Nous avons la chance d'avoir de l'influence et une réputation qui nous permet d'allier les problèmes aux meilleures pratiques et de créer des programmes qui se distinguent par leurs modèles et leurs structures. Ils peuvent être partagés avec le secteur. [...] Nous ne faisons pas seulement ça pour le Kennedy Center State, mais aussi pour accroître la présence des arts dans la vie de tout le monde. [...] Nous sommes chanceux d'avoir une grande offre dans plusieurs disciplines artistiques qui s'adressent à beaucoup de personnes [...] [traduction libre] (Participant 6).

4.3.4.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au KC

Parmi les facteurs d'échec des pratiques de médiation culturelle au KC, il est possible de trouver des enjeux liés au financement de celles-ci. En effet, le KC doit jongler avec un financement variable (Participant 6). À ce titre, le centre culturel doit trouver le maximum de financement, en vue de créer le plus d'effets possibles avec les fonds dont il dispose (Participant 6). Aussi, le fait de rejoindre les publics qui ne fréquentent pas le centre culturel et qui ne démontrent pas d'intérêt préalable envers les arts est pour le KC un défi qui doit être surmonté, pour assurer le succès d'une activité (Participant 6). De surcroît, le KC veut s'assurer de rejoindre les publics qui ont la plus grande distance entre

elles et les arts, que ce soit pour des raisons financières, culturelles, géographiques ou institutionnelles (Participant 6). Ainsi, ces barrières représentent des facteurs d'échec pour le KC (Participant 6).

4.3.5. Les résultats au LC

4.3.5.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au LC

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle au LC, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 8.

Tableau 5

Répertoire des pratiques de médiation culturelle
selon une approche de démocratisation culturelle au LC

Nom ou type de la pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
Activités et spectacles gratuits sur le campus extérieur	<ul style="list-style-type: none"> - Origine de la programmation gratuite des années 1960 - Ont lieu principalement durant la saison estivale - La série de concerts extérieurs Young Music Makers a lieu annuellement au printemps et présente les ensembles, les orchestres et les chorales d'écoles à travers les États-Unis et ce depuis plus de 20 ans (LC, 2018) - Le festival Lincoln Center Out of Doors a lieu annuellement et présente des spectacles extérieurs variés (danse, musique, poésie) durant le mois d'août depuis 43 saisons (LC, 2018) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public

Arts in the middle	<ul style="list-style-type: none"> - Créé à l'automne 2013 pour répondre au manque de programmes artistiques dans les écoles new-yorkaises (LCE, s.d.c) - Le programme est offert en partenariat avec le département d'éducation de la Ville de New York (LCE, s.d.c) - Le programme se déroule sur l'ensemble de l'année scolaire et se poursuit sur plusieurs années - Le programme rejoint 15 écoles primaires - A pour but de faire connaître la vision de l'éducation artistique du LC aux écoles participantes (LCE, s.d.c) - Vise à augmenter les expériences artistiques de qualité vécues par les élèves (LCE, s.d.c) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves de 11 ans à 14 ans (Participant 1)
Boot camp program	<ul style="list-style-type: none"> - Deux semaines de formation intensive pour les élèves afin de les aider avec leurs auditions musicales, théâtrales, de danse ou en art visuel pour rentrer dans une école secondaire à vocation artistique - Programme gratuit qui vise les écoles publiques situées dans des quartiers moins bien nantis (LCE, s.d.a) - Les participants sont également invités à des visites au musée ainsi qu'à des classes de maîtres offertes par des artistes de renom (LCE, s.d.a) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élève de <i>middle school</i> (équivalent 6^e année primaire) - 12 ans (Lincoln Center Education, s.d.a)
Borough Linc	<ul style="list-style-type: none"> - Le but est d'exporter les spectacles qui ont lieu au LC dans les cinq quartiers de New York soit : le Bronx, Queens, Brooklyn, Staten Island et Manhattan - Les activités ont lieu dans des centres communautaires de cinq quartiers - Un artiste anime des ateliers dans les centres communautaires - Par la suite, un spectacle est présenté - Les spectacles sont familiaux et sont présentés par les compagnies résidentes du LC ou des artistes locaux (LC, 2017) - Il s'agit de la 3^e année du programme - Programme gratuit (LC, 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public (plus particulièrement les familles) (LC, 2017)

Community Artist Residencies	<ul style="list-style-type: none"> - Identification d'un artiste qui travaille un quartier de New York - L'artiste anime une série d'ateliers dans un centre communautaire d'un quartier donné sur une période de quelques mois - Les ateliers visent un type de création artistique et font participer les publics - Les ateliers incorporent également des liens avec des enjeux propres à la communauté dans laquelle a lieu les ateliers (LC, s.d.a.) - À la suite de la série d'ateliers, un spectacle a lieu - Ce programme offre la possibilité aux artistes locaux de créer et de promouvoir leur art (LC, s.d.a) 	<ul style="list-style-type: none"> - Communauté en général
Family Linc	<ul style="list-style-type: none"> - Programme qui permet aux familles d'assister à des spectacles de la programmation régulière du Lincoln Center à prix fortement réduits - Les participants reçoivent également des invitations pour assister à des activités éducatives et des événements spéciaux sur le campus (LCE, s.d.a) - Les billets sont remis à des organismes communautaires qui en font, par la suite, eux-mêmes la distribution - Le but du programme est d'éliminer les barrières d'accès financières pour les familles (LCE, s.d.a) - Par exemple, les ballets Casse-Noisettes font partie des spectacles disponibles dans le cadre de ce programme 	<ul style="list-style-type: none"> - Personnes au profil socio-économique faible
Focus Schools	<ul style="list-style-type: none"> - Le LC possède un répertoire de spectacles spécialement conçus pour les publics scolaires - Avec les conseils du personnel du LCE, les écoles choisissent le spectacle qu'ils veulent présenter à leurs élèves - Idéalement, le spectacle choisi rejoint le curriculum scolaire des élèves - Avant le spectacle, un « teaching-artist » se rend en classe afin de faire des ateliers préparatoires avec les élèves 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves d'âge scolaire (5 ans à 17 ans)

	<ul style="list-style-type: none"> - Par la suite, le spectacle a lieu au LC ou directement à l'école - Des rencontres post-spectacles sont également prévues avec le « teaching-artist », afin de réfléchir avec les élèves au processus créatif - Le programme est présent dans 10 écoles (LCE, s.d.b) 	
LC Kids	<ul style="list-style-type: none"> - Offre de programmation jeunesse - Faible coût ou gratuite - Spectacles interactifs (d'une durée d'une heure) adaptés aux besoins des publics jeunesse qui présentent des artistes dynamiques (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018b) - A lieu le 1^{er} samedi de chaque mois (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Familles - Des âges précis sont indiqués pour chaque représentation (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018)
Meet the Artist Program	<ul style="list-style-type: none"> - Les élèves se déplacent au Lincoln Center - Ils ont un tour guidé du campus - Ils assistent à un spectacle de théâtre, de danse ou de musique d'une durée approximative d'une heure - À la suite du spectacle, ils ont une session de questions-réponses et une discussion avec les artistes - Les enseignants se font remettre du matériel pédagogique afin de pouvoir faire un retour sur l'activité en classe (About LC, s.d.c) - Environ 15 000 élèves y participent annuellement (LCE, s.d.c) - Les billets sont au coût de 9\$ par élève avec un billet gratuit pour chaque 18 billets achetés (About LC, s.d.b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Élèves d'âge scolaire (5 ans à 17 ans)
Spectacles au David Rubenstein Atrium	<ul style="list-style-type: none"> - Spectacles gratuits (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018a) - Ont lieu chaque semaine (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018a) - Mettent en valeur des artistes nationaux et internationaux de passage à New York ainsi que des artistes locaux de la région métropolitaine de New York (David Rubenstein Atrium at Lincoln Center, 2018a) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public

Visite guidée adaptée du campus	<ul style="list-style-type: none"> - Les visites guidées du LC peuvent être adaptées pour répondre à une variété de besoins avec par exemple, l'interprétation en langue des signes, les appareils d'assistance auditive, la description tactile et verbale ou les supports sensoriels pour les personnes atteintes d'autisme (LC, s.d.b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Personnes ayant une déficience physique ou intellectuelle (Lincoln Center, s.d.b)
Visite guidée du campus	<ul style="list-style-type: none"> - Il existe différentes versions de la visite guidée : <ul style="list-style-type: none"> o Le Grand tour du Lincoln Center o Visite sur l'art et l'architecture o Visite du Radio City Music Hall et du Lincoln Center combinée o Visite accessible adaptée o Visites offertes en langues étrangères (LC, s.d.b) - Une application pour téléphone mobile est également disponible pour faire la visite (LC, s.d.b) - La visite présente le campus du LC (LC, s.d.b) - Le trajet des visites varie en fonction de l'horaire des spectacles de la journée (LC, s.d.b) - Coût entre 20\$ et 25\$ (LC, s.d.b) - Durée de la visite est d'environ 75 minutes (LC, s.d.b) 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public

4.3.5.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au LC

La philosophie derrière la vision du LC permet la création ou le renforcement d'un sentiment de confiance chez leurs publics. L'accomplissement de cette mission a des répercussions non seulement au plan culturel, mais également sociales dans la vie personnelle des publics, en influençant les choix qu'ils font au quotidien (Participant 1).

Du côté des publics scolaires, à la suite de ses interventions, le LC remarque un changement dans le climat scolaire et la culture de l'école. En effet, un changement de perspective des élèves à l'égard des arts est perceptible, car les élèves accordent une place

plus importante aux arts dans leur vie (Participant 1). Ils sont également plus habiles à créer des liens entre les arts et les différents aspects de leur vie (Participant 1). De plus, les parents remarquent que leurs enfants s'impliquent plus d'eux-mêmes dans des activités artistiques (Participant 1). L'apprentissage des arts a aussi des effets sur le succès des élèves dans d'autres matières scolaires (Participant 1).

Du côté communautaire, les résidences d'artistes en milieu communautaire obtiennent des effets qui varient grandement. En effet, étant donné l'unicité de chaque milieu, les effets diffèrent en fonction des sites et des artistes impliqués (Participant 1). Par ailleurs, les résultats d'une recherche de la firme Wolf Brown, portant sur le programme Family-Linc, permettent au LC d'ajuster le tir concernant certains éléments liés au programme (Participant 1). Le programme Family-Linc a pour but de permettre à des familles au profil socio-économique plus faible d'assister à des spectacles. Cette recherche montre que, lors de leur visite au LC, les familles participantes ne se sentent pas toujours à l'aise (Participant 1). Des inquiétudes par rapport à la tenue vestimentaire et à se repérer dans l'espace sont rapportés chez les publics participants (Participant 1). De surcroît, certains publics éprouvent un sentiment d'intimidation face au bâtiment imposant du LC (Participant 1). Pour le LC, cette situation se traduit en un besoin d'accroître le sentiment de confiance des publics face à leur visite au centre culturel. Pour ce faire, le LC a ajusté la formation du personnel en ce sens et songe à procéder à une révision de la signalétique (Participant 1).

4.3.5.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au LC

Le LC utilise plusieurs méthodes, afin d'évaluer les effets de la médiation culturelle. Tout d'abord, il possède plusieurs partenaires de recherche qui évaluent les effets de ses pratiques de médiation culturelle. À ce titre, le LC compte le Metis Associates¹⁹ qui est une firme nationale se spécialisant dans la recherche en éducation, le Wolf-Brown²⁰ qui est une firme effectuant de la recherche sur l'éducation artistique, plusieurs universités, dont le City University of New York (CUNY), ainsi que le Département d'éducation de la Ville de New York (Participant 1). Le LCE collabore étroitement avec le chancelier de l'éducation, de la ville de New York, afin d'évaluer et de planifier des pratiques efficaces de médiation culturelle, s'adressant aux publics scolaires (Participant 1). Par ailleurs, le LC organise des consultations avec d'autres villes américaines et à l'international, afin de faire le point sur les tendances en matière d'éducation artistique, d'accès et de participation à la culture (Participant 1). À ce titre, le LC organise annuellement une conférence, intitulée : Global Exchange. Elle rassemble des leaders du domaine culturel dans le but d'innover et de promouvoir le changement social à l'aide des arts (Lincoln Center Global Exchange, 2016). À l'interne, le LC reçoit également de la rétroaction de la part des différents intervenants impliqués dans leurs programmes (Participant 1). Enfin, le LC tente régulièrement de nouveaux modèles et stratégies éducatives, dans le but d'améliorer ses programmes (Participant 1).

4.3.5.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au LC

Le LC considère que ses pratiques de médiation culturelle ont du succès lorsqu'elles développent les compétences culturelles chez les publics (Participant 1). « D'avoir un

¹⁹ Metis Associates. Repéré à <http://www.metisassociates.com/>

²⁰ Wolf-Brown. Repéré à <http://wolfbrown.com/>

effet sur la perception des arts, chez les élèves, et la façon dont ils peuvent être pertinents dans leur vie personnelle est un facteur de succès, peu importe le programme » [traduction libre] (Participant 1). Le LC souhaite ainsi faire des activités culturelles une habitude chez ses publics (Participant 1). La création d'un sentiment de confiance et d'appartenance des publics au LC est également un gage de succès, selon le centre culturel (Participant 1). Du côté des publics scolaires et jeunesse, le LC souhaite avoir un effet sur la perception des arts chez les élèves (Participant 1). Les activités visent à aider les jeunes à voir la manière dont les arts peuvent être pertinents dans la vie (Participant 1). De plus, il est question de réussite pour le LC, lorsqu'à l'aide des arts, les élèves poursuivent leurs visées académiques (Participant 1). Par ailleurs, l'accès et la participation des jeunes, outre les activités organisées par le LC, est également un facteur de succès pour le centre culturel (Participant 1). Enfin, le LC considère comme un facteur de succès le développement des habiletés cognitives des publics jeunesse à travers les arts. Le LC réfère au concept de « capacities for imaginative thinking », soit le développement de la pensée créative (Participant 1).

4.3.5.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au LC

Certains facteurs d'échec sont recensés par le LC concernant ses pratiques de médiation culturelle. Tout d'abord, au fil du temps, le LCE procède à un resserrement de ses programmes (Participant 1). En effet, le LCE réalise, à travers certains programmes, qu'il est préférable de cibler des milieux spécifiques, afin de concentrer l'effet des programmes que d'avoir des objectifs trop vastes et de ne les atteindre que partiellement (Participant 1). De plus, le LCE éprouve également des difficultés au plan technologique et logistique avec certains programmes. À titre d'exemple, un programme qui a pour but de diffuser

des prestations ayant lieu au LC, dans des bibliothèques et des centres communautaires de la Ville de New York, doit être mis sur pause en raison des enjeux technologiques et logistiques qui rendent impossible la poursuite de cette activité (Participant 1). En effet, il est difficile d'avoir une connexion Internet de qualité, afin d'assurer le visionnement des prestations (Participant 1). De plus, le transport de l'équipement nécessaire est également un enjeu important (Participant 1).

4.3.6. Les résultats au BCA

4.3.6.1. Répertoire des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle au BCA

Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle au BCA, selon une approche de démocratisation culturelle, est présenté au Tableau 9.

Tableau 9

Répertoire des pratiques de médiation culturelle au BCA
selon une approche de démocratisation culturelle

Nom ou type de la pratique de médiation culturelle	Description	Publics visés
Conference of the Birds * Événement ponctuel	<ul style="list-style-type: none"> - A eu lieu en avril 2018 - Chorégraphie de danse basée sur un poème intitulé Conference of the Birds - Les créatrices sont des femmes qui ont été en résidence au BCA qui font partie du ANIKAYA Dance Theatre 	<ul style="list-style-type: none"> - Membres de la communauté religieuse musulmane et grand public (BCA, 2018b)

	<ul style="list-style-type: none"> - Elles font appel à des musiciens et des danseurs en provenance de partout dans le monde - Le sujet de la prestation est l'expérience immigrante musulmane - Des partenariats avec des centres communautaires musulmans ont été créés afin d'offrir des ateliers en lien avec le spectacle - Les participants des ateliers pourront prendre part au spectacle 	
Pride Lights	<ul style="list-style-type: none"> - Événement annuel en juin - Célébration liée à la semaine de la Fierté - Des spectacles, des expositions, des prestations de chorales ont lieu sur le campus extérieur - Illumination d'un arbre avec la présence du maire et d'invités spéciaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Grand public (BCA, 2016)
Programmation gratuite pour enfants	<ul style="list-style-type: none"> - Spectacles et activités pour enfants 	<ul style="list-style-type: none"> - Famille / enfants
Résidence musicale	<ul style="list-style-type: none"> - La saison 2017-2018 est la première année du programme - Le premier résident est un jeune orchestre de chambre - Rabais sur les espaces de répétition et sur les espaces de spectacles - Offre un soutien financier, administratif, marketing et pour la production au besoin - Vise à offrir un soutien aux musiciens ou aux ensembles de musique qui démontrent un engagement continu à la pratique artistique et qui s'impliquent dans la communauté (BCA, 2017c) 	<ul style="list-style-type: none"> - Musiciens passionnés qui s'impliquent dans leur communauté (BCA, 2017c)

Résidences pour les chorégraphes (danse)	<ul style="list-style-type: none"> - Résidence de six semaines qui se termine par une prestation au BCA (BCA, 2018a) - Inclus une retraite créative de trois jours en région (BCA, 2018a) - Rabais sur les espaces de répétition et sur les espaces de spectacles - Possibilité de bénéficier d'un soutien financier, administratif, marketing et pour la production au besoin - Offert en partenariat avec le Boston Dance Alliance (BDA) (BCA, 2018a) - Vise à soutenir les artistes dans leur processus créatif et à favoriser l'innovation artistique (BCA, 2018a) 	<ul style="list-style-type: none"> - Danseurs de la région de Boston qui souhaitent développer, adapter ou réinventer leur processus créatif (BCA, 2018a)
Résidences pour les organisations du domaine des arts de la scène	<ul style="list-style-type: none"> - Résidence sur trois ans - Espace de répétition et de spectacle offert à un prix dérisoire - Des opportunités de développement professionnel et de réseautage sont également offertes (BCA, 2015) - Offre une stabilité aux artistes qui leur permet de se concentrer sur leur art (BCA, 2015) 	<ul style="list-style-type: none"> - Artistes émergents en théâtre et en danse (BCA, 2015)

4.3.6.2. Présentation des effets de la médiation culturelle au BCA

Le BCA note plusieurs effets de la médiation culturelle chez les artistes. En effet, à travers ses résidences artistiques, le BCA remarque que le soutien financier et administratif offert aux artistes leur est bénéfique sur le plan créatif (Participant 2). Par ailleurs, le BCA souligne qu'en créant un but commun et en rassemblant des individus aux intérêts semblables, les pratiques de médiation culturelle permettent d'initier des discussions entre des personnes qui n'échangentraient normalement pas ensemble.

(Participant 2). Par ailleurs, les différentes pratiques de médiation culturelle dans la communauté créent des liens entre les différents groupes ethnoculturels et le BCA (Participant 2). Elles permettent d'accueillir une grande diversité culturelle au sein du BCA (Participant 2).

4.3.6.3. Présentation des méthodes d'évaluation des effets au BCA

Au BCA, l'évaluation des effets de la médiation culturelle s'effectue de façon plutôt informelle (Participant 2). En effet, c'est à l'aide de *bilan*, de *breffages* détaillés et de discussions post-événements que le BCA évalue les points forts et les points faibles de ses pratiques (Participant 2). L'adoption de méthodes d'évaluation plus formelles est dans ses plans futurs (Participant 2). Ce type d'évaluation spécifique est utile au BCA, car elle est souvent exigée, afin d'obtenir des bourses et des subventions (Participant 2). De plus, celle-ci permet une meilleure reddition de comptes à la communauté (Participant 2).

4.3.6.4. Facteurs de succès de la médiation culturelle au BCA

Plusieurs facteurs influencent le succès de la médiation culturelle au BCA. En ce sens, le fait de joindre les publics les plus larges possible est considéré comme un facteur de succès (Participant 2). De plus, le développement d'une relation bidirectionnelle avec la communauté est très important pour le BCA (Participant 2). Le maintien d'une relation à long terme, continue et saine avec les publics, ainsi qu'avec ses partenaires est aussi un facteur de succès (Participant 2). Pour ce faire, le BCA mise sur l'établissement d'une communication soutenue entre les publics et les différents intervenants (Participant 2).

4.3.6.5. Facteurs d'échec de la médiation culturelle au BCA

Pour le BCA, le plus grand facteur d'échec est le manque d'écoute et de communication entre les différents intervenants liés au centre culturel (Participant 2). Pour remédier à la situation, le BCA organise des dîners communautaires, au cours desquels l'ensemble des compagnies résidentes et des intervenants sont invités à participer et à venir partager leurs idées et leurs projets futurs (Participant 2). Cette initiative permet une meilleure cohésion. D'autre part, le BCA note une méconnaissance de la programmation au sein de la communauté (Participant 2). Une fois de plus, une meilleure communication assurerait une plus grande diffusion de la programmation offerte (Participant 2).

4.3.7. Synthèse des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

La section suivante présente une synthèse des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation culturelle, dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. Ces pratiques sont catégorisées selon leur portée, à savoir si elles favorisent l'accès et/ou la participation des publics dans chacun des centres culturels. En effet, l'accès et la participation sont deux concepts qui découlent de la démocratisation culturelle. L'ensemble des pratiques de médiation culturelle recensées fait appel à l'un ou l'autre ou aux deux concepts. En ce sens, elles peuvent uniquement favoriser l'accès à la culture ou elles peuvent également favoriser la participation culturelle en créant, par exemple, une communication bidirectionnelle avec les publics. Le Tableau 10 présente la synthèse des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation culturelle, dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord, selon leur portée.

Tableau 6

Synthèse des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord selon leur portée

Centre culturel	Pratique de médiation culturelle	Favorise l'accès à la culture	Favorise la participation culturelle
CNA	Aventures familiales	✓	✓
CNA	Aventures musicales à mon école	✓	✓
CNA	Baladodiffusions	✓	
CNA	Café avec un chorégraphe	✓	✓
CNA	Classe de maître en danse	✓	✓
CNA	Matinées scolaires	✓	
CNA	Musicopains	✓	
CNA	Parlons musique	✓	✓
CNA	Préparation à un festival de musique	✓	✓
CNA	Préparation aux matinées scolaires pour le volet musique	✓	✓
CNA	Programme Vive la musique	✓	✓
CNA	Répétitions ouvertes aux étudiants	✓	
CNA	Swap Shop : ateliers pour élèves avec des professionnels des arts	✓	✓
CNA	Thé avec une ballerine	✓	✓
CNA	Tournée de l'orchestre	✓	✓
CNA	Visites de l'arrière-scène	✓	✓
SCPA	Behind the Curtain	✓	
SCPA	Classes de maître	✓	✓
SCPA	Cours communautaires	✓	✓
SCPA	Discover Danse	✓	✓
SCPA	Participation au festival Doors Open Toronto * Événement ponctuel	✓	
PDA	Activités ponctuelles sur l'Esplanade	✓	
PDA	Expositions dans la Salle d'exposition	✓	

PDA	Participation aux Journées de la Culture	✓	✓
PDA	Place des Arts Junior	✓	
PDA	Programme éducatif	✓	✓
PDA	Programmation jeunesse pour la semaine de relâche	✓	
PDA	Résidences et co-productions	✓	✓
KC	ArtsEdge	✓	✓
KC	Coffee Concerts	✓	
KC	Explore the Arts Program	✓	✓
KC	Exploring ballet with Suzanne Farrell	✓	✓
KC	Get On the Bus Program	✓	
KC	Instrument petting zoo National Symphony Orchestra	✓	✓
KC	Kennedy Center Council	✓	✓
KC	Millennium stage	✓	
KC	MyTix Community Group	✓	
KC	National Symphony Orchestra for Young audiences	✓	
KC	National Symphony Orchestra Summer Institute	✓	✓
KC	Opera Look-In Program	✓	✓
KC	Programme de répétitions ouvertes aux publics scolaires	✓	✓
KC	Programme National Symphony Orchestra in your neighborhood	✓	✓
KC	Programmation pour les jeunes publics	✓	
KC	Spectacles pour les groupes scolaires	✓	
KC	The American College Theater Festival	✓	✓
LC	Activités et spectacles gratuits sur le campus extérieur	✓	
LC	Arts in the middle	✓	✓
LC	Boot camp program	✓	✓
LC	Borough Linc	✓	✓
LC	Community Artist Residencies	✓	✓
LC	Family Linc	✓	
LC	Focus Schools	✓	✓
LC	LC Kids	✓	
LC	Spectacles au David Rubenstein Atrium	✓	

LC	Meet the Artist Program	✓	✓
LC	Visite guidée adaptée du campus	✓	✓
LC	Visite guidée du campus	✓	✓
BCA	Conference of the Birds * Événement ponctuel	✓	✓
BCA	Pride Lights	✓	
BCA	Programmation gratuite pour enfants	✓	
BCA	Résidences pour les chorégraphes (danse)	✓	✓
BCA	Résidence musicale	✓	✓
BCA	Résidences pour les organisations du domaine des arts de la scène	✓	✓

4.3.8. Synthèse des effets des pratiques de médiation selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

Le tableau suivant présente une synthèse des effets des pratiques de médiation selon une approche de démocratisation culturelle dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. Ceux-ci sont classés par centre culturel.

Tableau 7

Synthèse des effets des pratiques de médiation culturelle selon une approche de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

Centre culturel	Effets
Centre national des Arts	<ul style="list-style-type: none"> - Création d'un intérêt pour les arts (Participant 3) - Création d'expériences enrichissantes pour les jeunes (Participant 3) - Enthousiasme marqué lors des visites de l'orchestre dans les écoles (Participant 3) - Satisfaction face au bilinguisme (Participant 3)

Sony Center for the Performing Arts	<ul style="list-style-type: none"> - Haut taux d'engagement et de satisfaction chez les participants dans le cadre des cours communautaires (Participant 5) - 90% des participants accordent la mention « excellent » au contenu des cours communautaires (Participant 5) - Causeries spectacle permettent une compréhension supplémentaire ainsi que de nouvelles perspectives sur l'œuvre présentée (Participant 5) - Door Open Toronto attire des publics non-fréquentants (Participant 5) - La série Discover Dance donne accès aux publics à des prestations professionnelles (Participant 5) - La série Discover Dance permet un dialogue avec l'artiste (Participant 5)
Société de la Place des Arts	<ul style="list-style-type: none"> - Le programme éducatif permet de combler un vide sur le plan des arts au secondaire (Participant 4) - Développement d'un sentiment de confiance en soi chez les élèves (Participant 4) - développement des compétences artistiques et de la créativité des élèves (Participant 4) - Opportunité pour les élèves de vivre une expérience artistique dans un milieu professionnel (Participant 4)

Kennedy Center	<ul style="list-style-type: none"> - Effets sociaux et émotionnels sur les élèves participants (Participant 6) - Accroissement des compétences artistiques chez les élèves participants (Participant 6) - Développement de la pensée créative (Participant 6) - Création des liens entre les œuvres et la vie personnelle des participants (Participant 6) - Développement de l'intérêt des jeunes face aux arts (Participant 6) - Changements dans l'environnement scolaire et sur le personnel de l'école (Participant 6) - Réduction des barrières d'accès et de participation aux arts de la scène (Participant 6) - Création d'une relation durable avec les publics qui fréquentent peu ou pas le KC (Participant 6)
Lincoln Center	<ul style="list-style-type: none"> - Création ou renforcement d'un sentiment de confiance chez leurs publics (Participant 1) - Influence sur les choix des publics au quotidien (Participant 1) - Changement dans le climat scolaire et la culture de l'école (Participant 1) - Changement de perspective des élèves à l'égard des arts (Participant 1) - Les élèves accordent une place plus importante aux arts dans leur vie (Participant 1) - Création de liens entre les arts et les différents aspects de la vie des participants (Participant 1) - Les élèves s'impliquent plus d'eux-mêmes dans des activités artistiques (Participant 1) - Des effets positifs sur le succès des élèves dans d'autres matières scolaires (Participant 1)

4.4. Interprétation et discussion des résultats

La section suivante propose une interprétation et une discussion des résultats de l'analyse. Divers constats sur le portrait des centres culturels, sur leurs pratiques de médiation culturelle, de même que sur leurs effets, sont mis de l'avant. Enfin, une synthèse des résultats obtenus est présentée.

4.4.1. Constats sur le portrait des centres culturels

À la lumière des informations présentées au chapitre précédent, il est possible de constater que la démocratisation culturelle est une préoccupation bien ancrée au sein des centres culturels du domaine des arts de la scène, d'Amérique du Nord, et ce, depuis leurs premiers balbutiements. En effet, à la lecture des différentes missions de ces centres culturels et à l'aide des informations recueillies lors des entretiens, la volonté de donner accès et de faire participer les publics les plus larges possible à la culture reste un objectif de premier plan. Comme en témoignent plusieurs de leurs initiatives, les centres culturels sont toujours dans une lutte contre les barrières et les obstacles qui entravent l'accès et la participation des publics. Facteurs démographiques, géographiques, technologiques et sociaux sont notamment dans leur mire. Concrètement, cette situation se traduit par des initiatives, telles que le programme Vive la musique du CNA, le programme Get on the Bus du KC, la série Place des Arts Junior de la PDA ou, encore, le programme LC Linc du LC, pour ne nommer que ceux-là. Ces initiatives confirment la présence, encore aujourd'hui, de l'enjeu de démocratisation culturelle et l'importance que les centres culturels lui accordent.

4.4.1.1. L'unicité des centres culturels

Cependant, malgré leurs similitudes, il est possible de constater l'unicité de chacun des centres culturels. Nonobstant leurs caractéristiques communes qui permettent de les distinguer en tant que centre culturel, ces organisations évoluent dans des contextes différents. En effet, les six centres culturels analysés vivent des réalités distinctes et répondent à des besoins qui varient grandement en fonction de la population qui les entourent. Chacun des centres doit adapter ses pratiques de médiation culturelle aux besoins de son milieu. Les milieux d'intervention des centres culturels sont différents. L'unicité des centres culturels ne permet pas la comparaison entre eux, ni même entre les centres canadiens et américains. À ce titre, certains centres culturels ont des visées locales, alors que d'autres ont des visées nationales ou internationales. Par exemple, le CNA et le KC sont des centres qui possèdent, de par leur mission et la législation qui les constituent, des visées nationales. À l'opposé des centres comme le BCA et le SCPA ont, quant à eux, une influence axée localement.

De plus, l'unicité des centres culturels est également perceptible grâce aux ressources dont ils disposent. En effet, certains centres culturels à l'étude disposent de plus ou moins de ressources financières et humaines que d'autres pour réaliser leurs visées de médiation culturelle. Cette réalité dépend, entre autres, de la taille du centre, de l'importance accordée par la direction à la médiation culturelle, de l'ampleur de son influence, ainsi que des sources de financement. Les ressources disponibles ont une influence directe sur le développement des pratiques de médiation culturelle. En ce sens, certains centres culturels ont des pratiques de médiation culturelle très développées et structurées alors

que pour d'autres, elles sont plus arbitraires. En ce sens, le LC et le KC ont des pratiques de médiation culturelle très développées. À l'opposé le SCPA et le BCA ont des pratiques de médiation culturelle plus restreintes en raison des ressources plus limitées.

Dépendamment du centre culturel, les compagnies résidentes sont appelées à jouer des rôles très différents en ce qui a trait à la médiation culturelle. En effet, l'implication des compagnies résidentes varie grandement selon les centres culturels. Par exemple, l'offre d'activités de médiation culturelle de la PDA est indépendante de celle offerte par ses compagnies résidentes. À l'opposé, au KC, l'offre de médiation culturelle est réalisée conjointement avec ses compagnies résidentes. Quant au SCPA, puisque le centre culturel ne possède pas de compagnies résidentes, l'offre de médiation culturelle est, lorsque possible, construite en partenariat avec les producteurs locataires de ses espaces.

Qui plus est, l'unicité des centres culturels est également perceptible en raison de la terminologie utilisée pour décrire la médiation culturelle. En effet, il est possible de remarquer que le terme « médiation culturelle » est principalement utilisé dans les milieux francophones. Du côté anglophone, d'autres termes servent à décrire les pratiques de médiation culturelle. À ce titre, les termes « education », « outreach » et « community services » sont davantage répandus.

Par ailleurs, quant à l'unicité des centres culturels, il est possible de constater que la médiation culturelle relève de services différents au sein des centres. À ce titre, au LC et au KC, celle-ci relève principalement du département d'éducation. Au BCA, la médiation

culturelle est sous la responsabilité du directeur des relations communautaires. Au CNA, les pratiques de médiation sont organisées par chacun des départements artistiques du centre, soit le théâtre, la musique et la danse. Au SCPA, la médiation culturelle est sous la direction d'un service d'éducation et d'engagement communautaire. Tandis qu'à la PDA, elle est sous la charge d'un service de la programmation. Ainsi, la gestion de la médiation culturelle n'est pas toujours assumée par le même service, dépendamment du centre culturel.

4.4.2. Constats sur les pratiques de médiation culturelle

La section suivante aborde différents constats qui émergent de l'analyse des résultats portant sur les pratiques de médiation culturelle. Tout d'abord, ils se rapportent aux différentes composantes du modèle SOMA. À la suite de l'exercice, une nouvelle version du modèle est, d'ailleurs, proposée. Des constats relatifs aux effets des pratiques de médiation culturelle, ainsi qu'à leur évaluation sont également discutés.

4.4.2.1. Constats liés au modèle SOMA dans les centres culturels

Quatre constats liés au modèle SOMA ressortent, soit sur le Sujet (les publics), l'Objet (les pratiques de médiation culturelle : activités et projets), le Milieu (les centres culturels) et l'Agent (le représentant de la médiation culturelle ou dispositif l'incarnant).

4.4.2.1.1. Le sujet

Parmi les pratiques de médiation culturelle analysées, une grande part d'entre elles sont de nature scolaire. Plus particulièrement, de nombreuses pratiques de médiation culturelle organisées par les centres culturels à l'étude s'adressent à un public d'élèves, du primaire

et du secondaire. Certaines d'entre elles s'effectuent même directement dans la salle de classe. Ainsi, il est possible de constater que les centres culturels misent sur les publics scolaires et le milieu formel d'éducation. Cette réalité peut être liée aux études réalisées dans les dernières décennies qui démontrent le lien puissant entre l'éducation et la participation culturelle (Roy, 2016; Tepper & Gao, 2008 et Fridman & Ollivier, 2002). Par ailleurs, en misant sur les publics scolaires, les centres culturels peuvent d'autant plus assurer leur pérennité en éveillant chez ce public jeunesse un goût pour la culture. Outre les pratiques de médiation culturelle visant les publics scolaires, plusieurs pratiques en place sont également ouvertes à tous. Celles-ci prennent place directement au sein des centres culturels ou dans des lieux communautaires (ex. : bibliothèques publiques, centres des loisirs et communautaires).

Par ailleurs, quant à la composante « sujet », le BCA permet de mettre en lumière une situation distincte. En effet, ce centre culturel mise particulièrement, dans ses pratiques de médiation culturelle, sur le rapprochement des différentes communautés culturelles, en favorisant la communication entre elles. Par ses initiatives, le BCA crée un dialogue entre les sujets qui, autrement, n'auraient pas l'opportunité d'interagir. Cette communication a lieu grâce aux pratiques de médiation culturelle qui créent un intérêt commun, soit la réalisation d'un projet artistique collectif.

4.4.2.1.2. L'Objet

Dans le cadre de la présente recherche, afin de répondre à la question de recherche, seules les pratiques de médiation culturelle relevant de l'approche de démocratisation culturelle sont retenues. Cependant, celles-ci ne constituent qu'une partie de l'ensemble des

pratiques de médiation culturelle présentes et réalisées par les centres culturels. En ce sens, il est possible de retrouver de nombreuses pratiques découlant d'une approche de démocratie culturelle. Les centres culturels utilisent donc une combinaison des deux approches, afin de concevoir leur offre de médiation culturelle.

Qui plus est, le concept de démocratisation sous-entend deux sous-concepts, soit l'accès et la participation culturelles. L'analyse des résultats permet de constater que la forte majorité des pratiques de médiation culturelle relevées, dans le cadre de la présente recherche, favorisent l'accès et la participation culturelles. Plus précisément, ce sont 45 sur les 63 pratiques de médiation culturelle recensées qui favorisent l'accès et la participation à la culture. Les 18 autres pratiques de médiation favorisent exclusivement l'accès à la culture. Dans cette catégorie, il est, par exemple, possible d'inclure les expositions et les initiations de masse, tel qu'entendu par Chaumier et Mairesse (2013). Toutefois, la combinaison de l'accès et de la participation culturelles accroît davantage le potentiel de fidélisation des publics. En effet, selon Jacobi & Marchis-Mouren (2017) « la fidélisation et l'attachement à l'identité sont les deux ressorts qui permettent à une pratique culturelle, qu'elle soit de nature savante ou populaire, de maintenir la fréquentation ou de la développer »²¹.

Une autre caractéristique qui ressort du Répertoire des pratiques de médiation culturelle est le format traditionnel des pratiques. Plus précisément, il existe peu de pratiques de médiation culturelle qui utilisent les possibilités offertes par les technologies numériques. La présente recherche permet de recenser quatre pratiques de médiation culturelle

²¹ Fidélisation. Repéré à <http://publitionnaire.huma-num.fr/notice/fidelisation/>

impliquant les technologies numériques. À ce titre, il est possible de retenir l'application mobile qui accompagne les visiteurs du LC dans une visite guidée du campus. Au CNA, les différentes chaînes de baladodiffusion, ainsi que le site Internet éducatif Artsvivants²² font également usage de ressources technologiques. Enfin, le KC possède aussi son site Internet pédagogique appelé ArtsEdge²³. Lors des entretiens, certains participants mentionnent des difficultés techniques, logistiques et légales liées à l'utilisation des technologies numériques. Ce qui peut servir d'explication à leur faible utilisation (Participant 1 et 3). Pourtant, cette faible utilisation des technologies numériques n'est pas le reflet des habitudes des publics de la culture (Dubois-Paradis & Tétu, 2018; Lapointe & Lemieux, 2013). À ce titre, les recherches présentées précédemment montrent que les centres culturels ont tout avantage à tirer profit des technologies numériques pour améliorer l'expérience de leurs publics et d'accroître leur participation, à l'aide de la médiation culturelle (Harlow, 2015; Dewey Lambert & William, 2017; Courchesne & Colbert, 2014). L'utilisation des technologies numériques encourage l'accès et la participation à l'offre culturelle. Elles permettent une plus grande diffusion et une mobilisation accrue des publics. Captation et diffusion hors murs, application mobile et utilisation des réseaux sociaux ne sont que quelques exemples d'utilisation des technologies numériques pouvant être mis à profit en médiation culturelle dans le domaine des arts de la scène.

²²ArtsVivants. Repéré à <http://artsalive.ca/fr/>

²³ArtsEdge. Repéré à <http://artsedge.kennedy-center.org/educators.aspx>

4.4.2.1.3. Le Milieu

À travers les différents entretiens, il apparaît prépondérant de considérer la création de relations comme un facteur important de la médiation culturelle au sein des publics des six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord. À cet effet, les relations sont au cœur du modèle SOMA. Les participants font ressortir plusieurs types de relations qui sont créées lors des pratiques de médiation culturelle. Parmi les relations produites, il est possible de retrouver celles entre le milieu et les sujets. En effet, en invitant les publics en ces lieux et en rendant son expérience positive, le centre culturel est davantage en mesure de créer un lien fort et durable avec les publics. La création d'un tel lien entre les publics et le centre culturel permet notamment leur fidélisation.

Les entretiens permettent également de faire ressortir que le milieu lui-même peut être une barrière qui entrave l'accès et la participation culturelles, et ce, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, comme c'est le cas au LC, le bâtiment peut paraître intimidant pour des publics non-fréquentants. La réputation du centre culturel comme lieu prestigieux et de la haute culture peut ainsi agir comme une entrave à la participation culturelle. De façon encore plus importante, la situation géographique des centres culturels s'avère également un obstacle pour certains publics. Bien que les centres culturels analysés sont situés dans de grands centres urbains canadiens et américains, le transport vers ces centres demeure un défi pour plusieurs. Certaines initiatives des centres culturels dénotent de leurs efforts pour enrayer cette difficulté. Par exemple, l'initiative Get on the Bus, du KC, le programme Borough Link, du LC, ou encore le programme Vive la Musique, du CNA, sont toutes des initiatives qui permettent d'étendre le

rayonnement de ces centres culturels en allant chercher des publics qui, entre autres, pour des raisons géographiques ne les fréquentent pas. Pour répondre à cet enjeu, il apparaît pertinent de s'interroger sur le potentiel des technologies numériques qui ont le potentiel de contribuer à réduire les distances entre les publics et la culture.

Dans le même ordre d'idées, trois centres culturels (le SCPA, la PDA et le BCA) mentionnent éprouver des difficultés à diffuser ou à faire connaître leurs pratiques de médiation culturelle. Cette situation nuit à leur relation avec les publics, puisque ceux-ci ignorent l'existence de certaines pratiques de médiation culturelle offertes. De ce fait, il est possible de suggérer qu'une collaboration, voire un partenariat, avec des acteurs clés du milieu culturel ou des organismes, permette une meilleure connaissance de l'offre culturelle des centres culturels des arts de la scène. À ce titre, étant proches des citoyens, des bibliothèques, des maisons de la culture, des centres communautaires, etc., peuvent s'avérer utiles, afin de relayer l'information concernant les pratiques de médiation culturelle en place dans les centres culturels. Il y a un lien à créer entre l'offre de pratiques de médiation culturelle et les ressources et services proposés par ses partenaires. D'autre part, la collaboration, voire le partenariat, entre intervenants du domaine culturel peut également s'avérer une stratégie efficace pour faire face aux enjeux financiers et communicationnels liés au développement et à la fidélisation des publics.

4.4.2.1.4. L'Agent

Pour permettre de vivre une expérience positive aux publics, un agent est généralement présent. À titre d'exemple, le LC et le KC embauchent des personnes appelées *teaching-artist* ou, encore, artistes médiateurs, à la PDA. Il peut également s'agir, dans certains

cas, d'artistes professionnels, de bénévoles ou, même, d'un support à la médiation culturelle (application mobile, audioguide, fiche signalétique, etc.). Cet agent agit comme intermédiaire dans le but de faciliter la création d'une relation entre l'objet, soit l'œuvre présentée, et les publics. Il permet d'initier, d'interpréter et d'améliorer la compréhension, afin qu'il y ait une appropriation de l'objet par le sujet. La relation de médiation entre l'agent et le sujet peut être bidirectionnelle ou non. En effet, certaines pratiques de médiation culturelle en démocratisation culturelle, relevées dans le cadre de la présente recherche, sont plutôt d'ordre magistral et ne permettent pas une communication bidirectionnelle entre l'agent et le sujet. À titre d'exemple, les baladodiffusions du CNA ou, encore, les expositions en arts de la scène de la PDA entrent dans cette catégorie.

4.4.2.1.5. Nouvelle version du modèle SOMA

À la suite des constats présentés précédemment, il apparaît important d'apporter quelques modifications à la version du modèle SOMA, présenté au chapitre 2. En effet, les participants mettent en évidence le milieu comme acteur de premier plan de la médiation culturelle. Ainsi, dans la nouvelle version du modèle SOMA, présentée ci-dessous, le milieu devient une partie intégrante de la relation de médiation culturelle. Dans cette nouvelle version, le milieu entretient une relation de fidélisation avec le sujet. En effet, cette relation bidirectionnelle correspond au sentiment d'appartenance qui se développe entre les publics et les centres culturels. Au fur et à mesure que les publics fréquentent le centre culturel et que leurs expériences s'avèrent positives, grâce aux pratiques de médiation culturelle, les publics entretiennent une relation de fidélisation avec le milieu et vice-versa. La relation de fidélisation témoigne d'une relation de médiation culturelle

réussie. Une pratique de médiation culturelle est considérée comme réussie lorsqu'elle permet la création d'une relation entre les publics et la culture (Quintas, 2014). La Figure 4 présente le modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène avec l'ajout de la relation de fidélisation entre le Milieu et le Sujet.

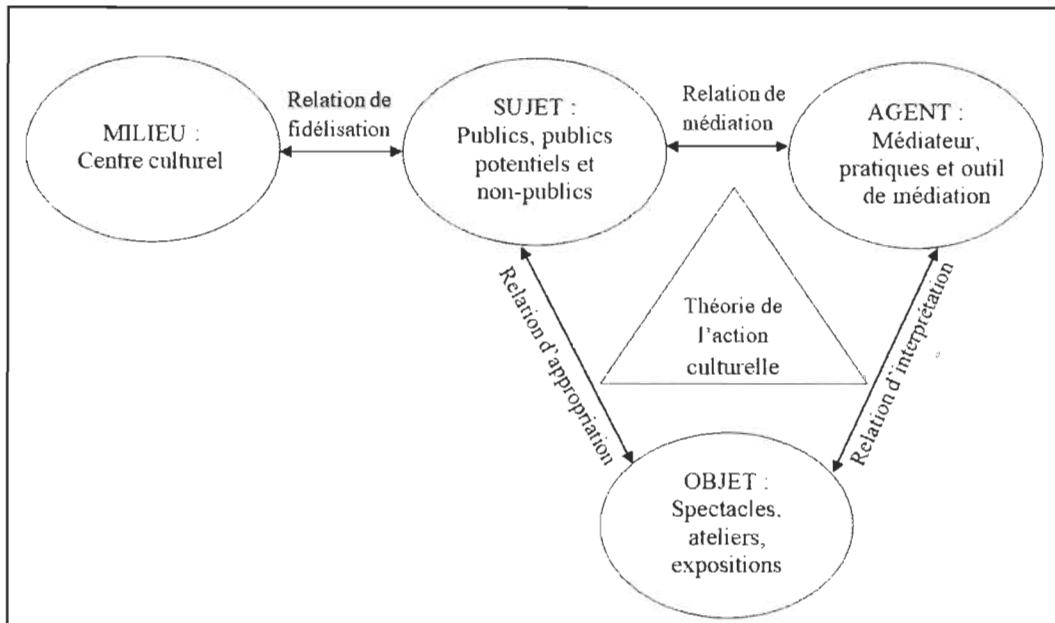


Figure 4. Modèle de la médiation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène avec l'ajout de la relation de fidélisation entre le Milieu et le Sujet.

4.4.3. Constat sur les effets et l'évaluation des effets de la médiation culturelle dans les centres culturels

4.4.3.1. Les effets des pratiques de médiation culturelle

Les effets observés par les centres culturels à l'étude varient en fonction de leurs objectifs, de l'environnement dans lequel ils évoluent et des publics visés par les différentes pratiques de médiation culturelle mises en place. Les effets des pratiques de médiation culturelle varient également selon le type de pratique de médiation culturelle mis en place et le contexte dans lequel celles-ci se déroulent. Par exemple, une pratique

de médiation culturelle réalisée par un Agent, en milieu scolaire, n'a pas les mêmes effets qu'une médiation réalisée à l'aide d'une chaîne de baladodiffusion.

Malgré ces variations, certains effets sont identifiés par plusieurs répondants. Tel est le cas pour la création de liens entre les publics et les différents intervenants d'une relation de médiation culturelle. Par exemple, quatre répondants (le SCPA, le KC, le LC et le BCA) relèvent la formation de liens entre les publics et les œuvres, entre les publics et le centre culturel, entre les publics eux-mêmes (ex. : relations entre différents groupes ethnoculturels), entre les publics et les artistes, ainsi qu'entre les publics et divers aspects de leur vie personnelle. Qui plus est, plusieurs centres culturels notent la croissance d'un intérêt pour les arts chez les publics. À ce titre, cet effet de la médiation culturelle est remarqué dans trois centres culturels, soit au CNA, au KC et au LC. De plus, la création d'un sentiment de confiance des publics est également soulignée par deux centres culturels, soit à la PDA et au LC. Par ailleurs, le développement de compétences artistiques est un aspect qui est relevé par deux répondants. Plus précisément, c'est à la PDA et au KC que cet effet est remarqué. À la suite de l'analyse des résultats, il est possible de remarquer que les effets observés par les centres culturels restent assez sommaires et que ceux-ci sont surtout concentrés sur leurs initiatives auprès des jeunes publics. Cette réalité est observable, sans doute, en raison de la captivité de cette part de public, ce qui facilite l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle chez celle-ci.

4.4.3.2. L'évaluation des pratiques de médiation culturelle

Du côté de l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle, dans le cadre de la présente recherche, l'ensemble des centres culturels possède des méthodes d'évaluation de leurs pratiques de médiation culturelle. Les six centres culturels étudiés ont recours à plusieurs méthodes d'évaluation des effets de leurs pratiques de médiation culturelle. Les méthodes d'évaluation et la fréquence d'utilisation de celles-ci sont différentes, selon les centres culturels. Elles sont, dans certains cas, très développées et, dans d'autres, très peu. Néanmoins, pour plusieurs centres culturels, l'évaluation est importante, car, aux dires des participants 2, 5 et 6, elle est tributaire du financement des programmes de médiation culturelle. En effet, l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle permet de justifier une hausse budgétaire auprès de la direction ou d'obtenir des subventions. Cependant, celle-ci nécessite le déploiement de beaucoup de ressources, ce qui fait que, dans certains cas, l'évaluation demeure informelle et peu rigoureuse.

La méthode d'évaluation la plus répandue à travers les centres culturels est le décompte du nombre de personnes présentes aux événements. En effet, les participants 3, 4, 5 et 6 mentionnent tenir des registres de statistiques sur le nombre de personnes participantes. Certains centres ont également des systèmes d'évaluation plus poussés que d'autres. À titre d'exemple, le KC possède un système d'évaluation rigoureux pour ses pratiques de médiation culturelle. En effet, le KC a son propre département de recherche et d'évaluation. Le LC, la PDA et le KC font plutôt appel à des ressources externes, afin d'effectuer l'évaluation de leurs pratiques. Ces partenariats peuvent s'avérer une stratégie efficace, afin de réduire les ressources nécessaires à l'évaluation.

Par ailleurs, lors des entrevues, aucun des participants ne mentionne effectuer d'évaluation en amont. L'ensemble des types d'évaluation mentionnés par les participants est plutôt effectué en aval de la réalisation des pratiques de médiation culturelle. Une évaluation préalable, soit des publics visés, des choix de pratiques de médiation culturelle qu'il est possible de mettre sur pied, des effets propres à chacune des pratiques de médiation culturelle, etc., contribuent à justifier le choix des pratiques de médiation culturelle appropriées à mettre en place, afin d'atteindre les objectifs souhaités. Les publics changent rapidement et leurs habitudes de consommation culturelle également. Il est impératif de prendre le pouls de leurs besoins, et ce, régulièrement. Cette recherche en amont est d'autant plus importante, dans un contexte où le financement est limité, puisqu'une utilisation judicieuse des fonds s'impose. Celle-ci contribue également à maximiser les effets positifs des pratiques de médiation culturelle.

De surcroît, une écoute des besoins des publics, des publics potentiels et des non-publics est prioritaire, afin d'assurer la correspondance entre leurs attentes et les pratiques de médiation culturelle mises en place. Un seul centre culturel étudié mentionne effectuer ce type d'évaluation auprès de ses publics. Il s'agit du KC. En effet, le KC organise le Kennedy Center Council qui consiste en une rencontre avec une douzaine d'adolescents dans le but de les interroger et de discuter avec eux de leurs goûts, de leurs attentes et de leurs besoins en matière de culture. Cette évaluation des besoins peut aussi s'avérer une stratégie gagnante, afin d'effectuer un choix de pratiques de médiation culturelle juste et pertinent. Cette validation du choix offre également au centre culturel une sécurité

supplémentaire avant d'investir des sommes financières dans des pratiques de médiation culturelle.

Enfin, l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle reste difficile à mener pour plusieurs centres culturels. Le processus d'évaluation requiert la mobilisation de ressources humaines et financières importantes, ce qui rend son application difficile. De plus, l'impact très personnel que peut avoir la médiation culturelle sur les individus demeure, pour les centres culturels, difficile à évaluer. Néanmoins, les connaissances supplémentaires apportées par le processus d'évaluation sont des informations nécessaires à la planification de pratiques de médiation culturelle pertinentes pour le milieu dans lequel évolue le centre culturel. En ce sens, les collaborations, voire les partenariats, avec des acteurs en recherche (universités, centre de recherche, etc.) peuvent s'avérer un choix avisé pour réduire les enjeux liés à l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle. Par ailleurs, bien que les évaluations quantitatives offrent des données importantes et essentielles, il est primordial d'aller au-delà de celles-ci afin de saisir les effets des pratiques de médiation culturelle sur les publics et, ainsi, mieux comprendre l'effet personnel et intrinsèque de la médiation (ex. : mener des entretiens qualitatifs auprès de membres des publics qui les ont expérimentées).

4.5. Synthèse des résultats

Les résultats obtenus par la présente recherche permettent de faire plusieurs constats sur les pratiques de médiation culturelle, de même que sur les effets de celles-ci. Plusieurs constats émergent, quant aux pratiques de médiation culturelle, en lien avec le modèle SOMA. À ce titre, en ce qui a trait à la composante Sujet du modèle, il est possible de

retenir que la majorité des pratiques de médiation culturelle vise un public scolaire. Pour la composante Objet, la majorité des pratiques de médiation culturelle favorise tant l'accès que la participation culturelles, ce qui accroît les chances de fidélisation des publics. Par ailleurs, il est possible de remarquer la faible utilisation des technologies numériques dans les pratiques de médiation culturelle, et ce, malgré les habitudes des publics et leur potentiel pour les organisations culturelles. Les résultats laissent entrevoir, quant à la composante Milieu, l'importance de la relation créée entre les publics et les centres culturels. De plus, il est possible de constater que le centre culturel lui-même peut agir, de par sa réputation et sa situation géographique, comme barrière et obstacle à l'accès et à la participation culturelles. Pour ce qui est de la composante Agent, celle-ci peut revêtir différentes formes selon les centres culturels, que ce soit un médiateur humain ou un dispositif l'incarnant. Enfin, découlant des entretiens, ces constats en lien avec le modèle SOMA permettent d'effectuer des ajouts au modèle SOMA. Une nouvelle version du modèle, accordant une place prépondérante à la relation entre le Milieu et le Sujet comme un acteur dans la relation de médiation, est présentée.

Par la suite, les résultats de la présente recherche permettent de faire ressortir des constats relatifs aux effets et à l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle. À ce titre, il est possible de retenir que les effets obtenus varient selon les milieux et les publics visés. Parmi les effets nommés le plus souvent par les participants, il est possible de mentionner la création d'un intérêt pour les arts, le développement de compétences artistiques et culturelles, la création ou le renforcement d'un sentiment de confiance en soi. Pour ce qui est de l'évaluation des effets des pratiques de médiation culturelle, il est

possible de synthétiser en disant que celles-ci sont difficiles à évaluer de par les ressources à mobiliser et l'effet personnel que la médiation culturelle peut avoir sur les individus. Cependant, une évaluation en amont et en aval est primordiale, afin d'effectuer des choix avisés quant aux pratiques de médiation culturelle à privilégier, selon les milieux.

Conclusion

Présente depuis les balbutiements des centres culturels, l'approche de démocratisation culturelle est au cœur des préoccupations. En effet, depuis leurs débuts, les enjeux d'accès et de participation à la culture des publics sont présents. Ceux-ci sont perceptibles à travers les motivations et les contraintes vécues par les publics, les déterminants sociodémographiques, les déterminants technologiques et les déterminants politiques. Pour résoudre ces enjeux, la médiation culturelle est adoptée dans plusieurs centres culturels comme solution. La présente recherche a pour but répondre à la question principale suivante : quelles sont les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène, selon une approche de démocratisation culturelle? Elle permet également de répondre à la question de recherche secondaire, soit : quels sont les effets obtenus aux yeux des acteurs institutionnels par les pratiques de médiation culturelle des centres culturels du domaine des arts de la scène? En vue d'y répondre, une démarche de recherche qualitative est entreprise. À cet effet, six entretiens semi-dirigés sont réalisés auprès de six centres culturels du domaine des arts de la scène, d'Amérique du Nord. Les six centres culturels participants sont le CNA, le SCPA, la PDA, le KC, le LC et le BCA. Ces entretiens permettent de dresser un Répertoire des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation, dans les centres culturels du domaine des arts de la scène. Ce qui, à notre connaissance, n'a pas été fait auparavant. D'autre part, les entretiens permettent également d'en connaître davantage sur les effets des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation culturelle, dans six centres culturels du domaine des arts de la scène d'Amérique du Nord.

Les résultats de la présente recherche permettent de constater l'unicité de chacun des centres culturels, qu'ils soient canadiens ou américains. Le Répertoire des pratiques de médiation culturelle laisse entrevoir, quant à lui, une grande variété de pratiques différentes qui visent, pour la forte majorité, à favoriser l'accès et la participation culturelles. Les résultats font également ressortir les relations qui s'installent entre les différents intervenants participants à la médiation culturelle. De plus, les pratiques de médiation culturelle diffèrent et doivent répondre aux besoins des divers publics. Pour ce faire, il est primordial d'utiliser des méthodes d'évaluation justes et efficaces, en amont comme en aval, afin d'obtenir les effets escomptés chez ceux-ci.

En conclusion, les pratiques de médiation culturelle sont en constante évolution au sein des centres culturels du domaine des arts de la scène. Celles-ci évoluent au fil des changements sociaux, démographiques, économiques et technologiques. Ainsi, dans le cadre de recherches subséquentes, il serait intéressant de mettre à jour et d'approfondir le Répertoire des pratiques de médiation culturelle, selon une approche de démocratisation culturelle, auprès d'autres centres culturels du domaine des arts de la scène. De plus, il serait intéressant d'étudier les pratiques de médiation culturelle sous l'approche de démocratie culturelle. Ainsi, la mise à jour du Répertoire, ainsi que son étendue font que celui-ci pourra servir d'outil de référence à long terme aux centres culturels, de même qu'aux autres intervenants culturels qui souhaiteraient le consulter.

Par ailleurs, dans le cadre de recherches futures, il pourrait être pertinent de s'intéresser aux méthodes d'évaluation des centres culturels, afin de développer une méthode peu

avare en ressources ce qui permettrait d'évaluer plus facilement les effets des pratiques de médiation dans les centres culturels. Une meilleure évaluation facilite l'obtention de financement et, par le fait même assure la pérennité du centre culturel.

Finalement, une autre piste pour des recherches ultérieures est l'utilisation des technologies numériques dans le cadre de pratiques de médiation dans les centres culturels du domaine des arts de la scène. Une plus grande utilisation des technologies numériques contribuerait à accroître davantage l'accès et à la participation culturelles. Il serait donc intéressant de trouver des moyens d'exploiter davantage ce potentiel. De grandes entreprises, telles que Google et son Institut culturel, y voient déjà de nets avantages (Agence France-Presse, 2015). L'usage des technologies numériques dans le domaine de la culture est également dans la mire des différents paliers gouvernementaux (ex. : Stratégie numérique du Québec²⁴). Les centres culturels du domaine des arts de la scène sont tentés de se tourner vers les pratiques numériques (ex. : captation de spectacles diffusés en direct, etc.). Cependant, il ne s'agit pas uniquement d'une question de volonté, mais également d'expertise et de ressources. Les centres culturels du domaine des arts de la scène doivent emboîter le pas face aux innovations technologiques, afin d'en tirer un meilleur profit.

²⁴ Stratégie numérique du Québec. Repéré à https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/strategies/economie_numerique/sommaire-dynamique/strategie-numerique-du-quebec.html

Références

- Aboudrar, B. N., & Mairesse, F. (2016). *La médiation culturelle*. Paris : PUF.
- About Lincoln Center. (s.d.a). Lincoln Center Education. Repéré à <http://www.aboutlincolncenter.org/education-community/lincoln-center-education/lincoln-center-education>
- About Lincoln Center. (s.d.b). Meet the Artist School Series. Repéré à <http://www.aboutlincolncenter.org/education-community/lincoln-center-education/meet-the-artist/meet-the-artist>
- About Lincoln Center. (s.d.c). Overview. Repéré à <http://www.aboutlincolncenter.org/about/about-overview>
- Agence France-Presse. (2015, 1^{er} décembre). Google met sa technologie au service des arts de la scène. *La Presse*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/arts/spectacles-et-theatre/201512/01/01-4926683-google-met-sa-technologie-au-service-des-arts-de-la-scene.php>
- Association canadienne des organismes artistiques, & Strategic Moves. (2013). *L'importance de la diffusion : une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada*. Rapport de recherche. Repéré à http://www.capacoa.ca/valueofpresentingdoc/Importancedeladiffusion_Final.pdf
- ArtsEdge. (2018). Welcome to ArtsEdge. Repéré à <http://artsedge.kennedy-center.org/about>
- Azam, M. (2004). La pluralité des rapports à l'art : être plus ou moins publics. Dans P. Ancel et A. Pessin (sous la dir. de), *Les non-publics : les arts en réceptions* (Tome 2, pp. 67-83). Paris : L'Harmattan. Repéré à https://hal.archivesouvertes.fr/file/index/docid/490787/filename/ARTICLE_PLURALITE_RAPPORTS_ART.pdf
- Bakhshia, H., & Throsby, D. (2012). New technologies in cultural institutions: theory, evidence and policy implications. *International Journal of Cultural Policy*, 18(2), 205-222.
- Beaud, J.-P. (2009). L'échantillonnage. Dans B. Gauthier. (Éd.), *Recherche sociale de la problématique à la collecte des données* (5^e éd., pp. 251-284). Québec : PUQ.
- Bélanger, A., & Bélanger, P. (2017). La médiation culturelle au prisme de l'éducation populaire : conjonctions et conjoncture québécoise. Dans N. Casemajor, M. Dubé, J.-M. Lafourture, & È. Lamoureux. (Éds), *Expériences critiques de la médiation culturelle* (pp. 237-258). Québec : PUL.
- Bellavance, G. (1999). *La démocratisation, et après?* Montréal : Chaire Fernand-Dumont. Repéré à http://www.chairefernanddumont.ucs.inrs.ca/wp-content/uploads/2014/01/BellavanceG_1999_La_democratisation_et_apres.pdf
- Bellavance, G., & Dansereau, F. (2007). *Accès et médiation culturelle : trois études pour la Maison Théâtre*. Rapport d'étude. Repéré à <http://espace.inrs.ca/2729/1/AccessMediation.pdf>

- Bellavance, G., Valex, M., & Ratté, M. (2004). Le goût des autres : une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores. *Sociologie et sociétés*, 36(1), 27-57.
- Bordeaux, M.-C. (2008, décembre). *La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques*. Communication présentée au Colloque international sur la médiation culturelle. Montréal : UQAM/Culture pour tous. Repéré à https://www.lmac-mp.fr/telecharger.php?id_doc=192
- Bordeaux, M.C. (2016). La médiation culturelle dans les arts de la scène : avancées et résistances. Dans F. Serain, F. Vaysse, P. Chazottes, & É. Caillet. (Éds), *La Médiation Culturelle : cinquième roue du carrosse?* (pp. 131-138). Paris : L'Harmattan.
- Boston Center for the Arts. (2018a). Boston Dancemakers Residency. Repéré à <http://www.bcaonline.org/performance/boston-dancemakers-residency.html>
- Boston Center for the Arts (2018b). Conference of the Birds. Repéré à <http://www.bcaonline.org/calendar/today-at-the-calendar/details/967-conference-of-the-birds.html>
- Boston Center for the Arts. (2017a). History. Repéré à <http://www.bcaonline.org/aboutthebca/history.html>
- Boston Center for the Arts. (2017b). Mission. Repéré à <http://www.bcaonline.org/aboutthebca/mission.html>
- Boston Center for the Arts. (2017c). Palaver Strings. Repéré à <http://www.bcaonline.org/performance/music-ensemble-in-residence.html>
- Boston Center for the Arts. (2015). Performing Arts Residency. Repéré à <http://www.bcaonline.org/performance/performing-arts-residency.html>
- Boston Center for the Arts. (2016). Pride Lights at Boston Center for the Arts. Repéré à <http://www.bcaonline.org/component/eventlist/details/807-pride-lights.html>
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction, critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.
- Brault, S. (2014). Art et changement durable. [Vidéo en ligne]. Montréal : La Fabrique culturelle. Repéré à <https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/2047/art-et-changement-durable>
- Casemajor, N., Dubé, M., Lafortune, J.-M., & Lamoureux, È. (2017). *Expériences critiques de la médiation culturelle*. Québec : PUL.
- Caune, J. (2006). *La démocratisation culturelle : une médiation à bout de souffle*. Grenoble : PUG.
- Centre national des Arts. (2018a). À propos du Centre national des Arts. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/about>
- Centre national des Arts. (2018b). À propos de l'histoire du Centre national des Arts. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/about/history>

- Centre national des Arts. (2018c). Aventures familiales. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/orchestra/packages/family-adventures>
- Centre national des Arts. (2018d). Aventures musicales à mon école. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/musicaladventures>
- Centre national des Arts. (2018e). Balados du CNA. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/podcasts>
- Centre national des Arts. (2018f). Baladodiffusion du Théâtre français. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/podcasts/show/baladodiffusion-theatrefrancais>
- Centre national des Arts. (2018g). Café avec un chorégraphe. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/coffee-with-a-choreographer>
- Centre national des Arts. (2016h). Chantier d'innovation 2015-2016. Rapport annuel. Repéré à https://naccna-pdf.s3.amazonaws.com/corporate/RA_15-16.pdf
- Centre national des Arts. (2018i). Classes de maître en danse. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/education/dancemasterclasses>
- Centre national des Arts. (2015). *Début des travaux de rénovations au Centre national des Arts en décembre 2015*. Communiqué de presse. Ottawa : auteur. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/media/newsrelease/12934>
- Centre national des Arts. (2018j). Danse CNA. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/podcasts/show/dansecna>
- Centre national des Arts. (2018k). Enseignants et écoles. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/schools>
- Centre national des Arts. (2018l). L'Univers symphonique. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/podcasts/show/lunivers-symphonique>
- Centre national des Arts. (2018m). Parlons musique : Linnebach et Bartók. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/event/17241>
- Centre national des Arts. (2018n). Préparation à un festival de musique. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/music-festival-preparation>
- Centre national des Arts. (2018o). Préparation gratuite aux matinées scolaires (volet musique). Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/student-matinee-preparation>
- Centre national des Arts. (2018p). Programme Vive la musique. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/musicalive>
- Centre national des Arts. (2018q). Swap shop : Ateliers pour élèves avec des professionnels des arts. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/swap-shop>
- Centre national des Arts. (2018r). Thé avec une ballerine. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/tea-with-a-ballerina>
- Centre national des Arts. (2018s). Visites de l'arrière-scène. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/training/backstage-visits>
- Centre national des Arts. (2018t). We Love Canadian Music avec NAC. Repéré à <https://nac-cna.ca/en/podcasts/show/we-love-canadian-music>

- Chaumier, S., & Mairesse, F. (2013). *La médiation culturelle*. Paris : Armand Colin.
- Cités et Gouvernements Locaux Unis (2010, novembre). *La culture : quatrième pilier du développement durable*. Repéré à http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/fr/zz_culture4pilierdd_fra.pdf
- Cités et Gouvernements Locaux Unis. (2008, janvier). *L'agenda 21 de la culture*. Repéré à http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/multi/ag21_fr.pdf
- Civic Theatres Toronto. (s.d.). *Education & Engagement*. Document organisationnel inédit. Toronto : auteur.
- Conner, L (2008). In and Out of the Dark: A Theory about Audience Behavior from Sophocles to Spoken Word. Dans S. J. Teppler, & B. Ivey. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 103-126). New York: Routledge.
- Conseil des Arts de Montréal. (2005). *Mémoire*. Document présenté à l'Office de consultation publique de Montréal à l'occasion de la consultation publique sur le projet de politique de développement culturel pour la Ville de Montréal par la Délégation sur la diversité culturelle dans les arts. Montréal : auteur. Repéré à <https://www.artsmontreal.org/media/artistes/diversite/MemoirDelegDiversCult.pdf>
- Coulangeon, P. (2004). Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète? *Sociologie et sociétés*, 36(1), 59-85.
- Courchesne, A., & Colbert, F. (2014). *Limites et possibles de la démocratisation culturelle*. Rapport de recherche. Montréal : HEC. Repéré à https://www.gestiondesarts.com/media/wysiwyg/documents/Courchesne_Colbert.pdf
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper and Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1994). *The Evolving Self: A Psychology for the Third Millennium*. New York: HarperCollins Publishers.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: The Psychology of Discovery and Invention*. New York: HarperCollins Publishers.
- David Rubenstein Atrium at Lincoln Center. (2018a). Free Performances Every Week. Repéré à http://atrium.lincolncenter.org/index.php/free-performances?_ga=2.263022540.1700801236.1524500503-605738724.1522631337
- David Rubenstein Atrium at Lincoln Center. (2018b). LC Kids Artists at the Atrium. Repéré à <http://atrium.lincolncenter.org/index.php/atrium-meet-the-artist>
- Dewey Lambert, P., & Williams, R. (2017). *Performing Arts Center Management*. New York: Routledge.

- DiMaggio, P., & Mukhtar, T. (2004). Arts participation as cultural capital in the United States, 1982-2002: Signs of decline? *Poetics*, 32(2), 169-194.
- Donnat, O. (2003). La question de la démocratisation dans la politique culturelle française. *Modern & Contemporary France*, 11(1), 9-20.
- Donnat, O., & Octobre, S. (2001). Comment mesurer la démocratisation? Proposition d'un cadre interprétatif, dans Les publics des équipements culturels : méthodes et résultats d'enquêtes (pp. 21-25). Paris : ministère de la Culture et de la Communication.
- Donnat, O., & Octobre, S. (2000). *Les publics des équipements culturels*. Études et statistiques. Paris : ministère de la Culture et de la Communication. Repéré à www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-archives/Travaux-du-DEP-1992-2006/Les-publics-des-equipements-culturels.-Methodes-et-resultats-d-enquetes-TdD-27+&cd=3&hl=fr&ct=clnk&gl=ca
- Dubois-Paradis, S., & Tétu, M. (2018). *L'émergence d'un modèle d'affaire québécois de captation et de diffusion des arts de la scène*. Rapport d'orientation. Repéré à https://duboistetu850236096.files.wordpress.com/2018/02/rapport-pdarts_duboistetu.pdf
- Duval, L. (1988). *L'étonnant dossier de la Place des Arts, 1956-1967*. Verdun : Louise Courteau.
- Ekos. (2012). *Sondage du grand public L'importance de la diffusion : une étude sur la diffusion des arts au Canada*. Sommaire du rapport de recherche. Ottawa : auteur. Repéré à http://capacoa.ca/valueofpresentingdoc/Sondage_grand_public_Sommaire.pdf
- Fleury, L. (2008). L'influence des dispositifs de médiation dans la structuration des pratiques culturelles. Le cas des correspondants du Centre Pompidou. *Lien social & Politiques*, 60, 13-24.
- Fortier, C. (2017). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2016. *Optique Culture*, 56. Repéré à <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-56.pdf>
- Fortin, M.-F., & Gagnon, J. (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche* (2^e éd.). Montréal : Chenelière Éducation.
- Fourcade, M.-B. (2014). *La médiation culturelle et ses mots-clés. Lexique*. Montréal : Culture pour tous. Repéré à http://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle/wp-content/uploads/sites/6/2015/05/lexique_mediation-culturelle.pdf
- Fournier, M. (2015). La Place des Arts est-elle un monstre? L'impact culturel d'une grande institution montréalaise. Dans L. Poissant (Éd.), *50 ans de la Place des Arts* (pp. 143-164). Québec : PUQ.
- Fridman, V., & Ollivier, M. (2002). « Les cretons autant que le caviar » ou l'érosion des hiérarchies culturelles. *Loisir & Société*, 25(1), 37-54.

- Garon, R., Lapointe, M.-C., & Audet, C. (2010). *Enquête sur les pratiques culturelles du Québec*. Rapport de recherche. Québec : ministère de la Culture et des Communications du Québec. Repéré à <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/1968992>
- Garon, R. (2016). *Tendances en matière de pratiques culturelles*. Document de travail, Québec : ministère de la Culture et des Communications du Québec, 1-62.
- Garon, R. (2004). Vingt ans de pratiques culturelles au Québec. *Survol. Bulletin de la recherche et de la statistique*, 12, 1-16.
- Gouvernement du Canada. (2017). Centre national des Arts (CNA). Repéré à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/organisation/organismes-portefeuille/centre-national-arts.html>
- Groupe de recherche Environics. (2017). *Les arts et le patrimoine : sondage sur la l'accès et la disponibilité 2016-2017*. Rapport de recherche préparé pour le ministère du Patrimoine canadien et le Conseil national des arts du Canada. Repéré à http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/portef/canadian_heritage/2017/051-16-f/rapport.pdf
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18, 59-81.
- Harlow, B. (2015). Extending Reach With Technology: Seattle's Opera Multipronged Experiment to Deepen Relationships and Reach New Audiences. Repéré à <http://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/Documents/Extending-Reach-With-Technology.pdf>
- Hébert, J., Crêtes-Reizes, M. & Roy, X. (2017). Projet de médiation culturelle Queen Ka – De la poésie au slam. Rapport de recherche (2016-2017). Montréal : Société de la Place des arts.
- Hill Stratégie. (2013). The Arts and Individual Well-Being in Canada: Connections between Cultural Activities and Health, Volunteering, Satisfaction with Life, and Other Social Indicators in 2010. Research Report. Repéré à <http://www.hillstrategies.com/content/arts-and-individual-well-being-canada>
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. Oxon: Routledge.
- Hume, M., Sullivan Mort, G., & Winzar, H. (2007). Exploring repurchase intention in a performing arts context: who comes? and why do they come back? *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12, 135-148.
- Illien, G. (1995). *La Place des Arts et la Révolution tranquille : les fonctions politiques d'un centre culturel*. Mémoire de Maîtrise inédit. Montréal : Université McGill.
- Illien, G. (1999). *La Place des Arts et la Révolution tranquille : les fonctions politiques d'un centre culturel*. Sainte-Foy : Institut québécois de recherche sur la culture.
- Institut de la statistique du Québec. (2017). Tableau statistique canadien. Repéré à <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/economie/comparaisons-economiques/interprovinciales/tableau-statistique-canadien.pdf>

- Jacob, L., & Bélanger, A. (2014). *Les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement*. Rapport de recherche d'une étude partenariale menée à Montréal, de 2011 à 2013. Montréal : Ville de Montréal. Repéré à : <http://etude.montreal.mediationculturelle.org/>
- Jacob, L., & Bélanger, A. (2009). *Répertoire raisonné des activités de médiations culturelles à Montréal*. Rapport de recherche d'une étude partenariale menée à Montréal, de 2011 à 2013. Montréal : Ville de Montréal. Repéré à http://montreal.mediationculturelle.org/wp-content/uploads/2010/04/Repertoire_médiation_villeMtl_dec09.pdf
- Jacob, L., & Le Bihan-Youinou, B. (2008). Présentation : médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques. *Lien social & Politiques*, 60, 5-10.
- Jacobi, D., & Luckerhoff, J. (2010a). Public et non-public du patrimoine culturel : deux enquêtes sur les manifestations différencierées de l'intérêt et du désintérêt. *Loisir & Société*, 32(1), 99-121.
- Jacobi, D., & Luckerhoff, J. (Éds.). (2010b). Introduction. À la recherche du « non-public ». *Loisir & Société*, 32(1), 11-15.
- Jacobi, D., & Marchis-Mouren, L. (2017). Fidélisation. *Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Repéré à <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/fidelisation/>
- Jammet, Y. (2003). *Médiation culturelle et politique de la ville : un lexique*. Paris : ministère de la Culture et de la Communication/Caisse des dépôts. Repéré à <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/101418/973947/version/1/file/complet.pdf>
- Jeanson, F. (1973). *L'action culturelle dans la cité*. Paris : Seuil.
- Jenkins, H., & Bertozzi, V. (2008). Artistic Expression in the Age of Participatory Culture: How and Why Young People Create. Dans S. J. Teppler, & B. Ivey, B. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 171-198). New York: Routledge.
- Jennings, S. (2009). *Arts and Politics: The History of the National Arts Centre*. Toronto: Dundurn Press.
- Joli-Cœur, S. (2007). *Définition des termes et des concepts. Lexique et bibliographie* (p. 1). Montréal : Groupe de recherche sur la médiation culturelle.
- Julien, L., Lafourture, J.-M., & Nadeau, A. (2016). *Médiation culturelle et hausse du taux de participation culturelle au Québec*. Mémoire déposé dans le cadre du Renouvellement de la politique culturelle du Québec. Repéré à https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires_Metadonnees/Groupe_de_recherche_médiation_culturelle_mémoire.pdf
- Kemp, E., & Poole S. M. (2016). Arts Audiences: Establishing a Gateway to Audience Development and Engagement. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46(2), 53-62.

- Kennedy Center. (2014). Kennedy Center American College Theater Festival. Repéré à <https://www.kennedy-center.org/education/actf/>
- Knelman, M. (2017, may 9). Will Toronto's newly merged theatres have more clout? *The Globe and Mail*. Repéré à <https://www.theglobeandmail.com/arts/theatre-and-performance/will-torontos-merged-theatres-have-more-clout/article34932342/>
- Lacerte, S. (2017). Ré-articulations éthiques et critiques de la médiation artistique et culturelle. Dans N. Casemajor, M. Dubé, J.-M. Lafourture, & È. Lamoureux. (Éds.), *Expériences critiques de la médiation culturelle* (pp. 199-216). Québec : PUL.
- Lafourture, J.-M. (2008). De la médiation à la médi'action : le double jeu du pouvoir culturel en animation. *Lien social & Politiques*, 60, 49-60.
- Lafourture, J.-M. (sous la dir. de). (2012). *La médiation culturelle : le sens des mots et l'essence des pratiques*. Québec : PUQ.
- Lafourture, J.-M. (2013). L'essor de la médiation culturelle au Québec à l'ère de la démocratisation. *Bulletin des bibliothèques de France*, 3, 6-11.
- Lafourture, J.-M. (2015). Les enjeux de l'appropriation et de la transmission de la culture dans les dispositifs de médiation culturelle au Québec. Dans C. Camart, F. Mairesse, C. Prévost-Thomas, & P. Vessely. (dirs), *Les mondes de la médiation culturelle* (Vol. 1, pp. 141-153). Paris : L'Harmattan.
- Lamizet, B. (1999). *La médiation culturelle*. Paris : L'Harmattan.
- Lamoureux, È. (2008). La médiation culturelle et l'engagement : des pratiques artistiques discordantes. *Lien social & Politiques*, 60, 159-169.
- LaPlaca Cohen. (2017). *Culture Track '17*. Rapport de recherche. Repéré à <https://culturetrack.com/wp-content/uploads/2017/02/CT2017-Topline-Deck-1.pdf>
- Lapointe, M.-C., & Lemieux, J. (2013). Internet et les pratiques culturelles au Québec. *Communication*, 31(2), 1-24.
- Lena, J. C., & Cornfield, D. B. (2008). Immigrant Arts Participation. Dans S. J. Tepper, & B. Ivey. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 147-170). New York: Routledge.
- Levy, F. (2001). *La démocratisation de l'accès à la culture : réflexion à partir des études sur les publics du parc et de la Grande Hall de la Villette*. Rapport de recherche. Repéré à http://fgimello.free.fr/documents/d_levy.pdf
- Lincoln Center Education. (2017). About. Repéré à <http://lincolncentereducation.org/about#start>
- Lincoln Center Education. (s.d.a). Community: bringing our campus to you. Repéré à <http://lincolncentereducation.org/community#family-linc>
- Lincoln Center Education. (s.d.b). Pre-K-12 School Programs. Repéré à <http://lincolncentereducation.org/?ga=2.238931520.1700801236.1524500503-605738724.1522631337#pre-k-12-school-programs>

- Lincoln Center Education. (s.d.c). School Programs and Partnerships. Repéré à <http://lincolncentereducation.org/school-programs-and-partnerships#start>
- Lincoln Center for Performing Arts. (2016). *Lincoln Center 2015-2016. Annual Report.* Repéré à <http://www.aboutlincolncenter.org/pdfs/lincoln-center-annual-report-2015-16.pdf>
- Lincoln Center. (s.d.a). Boro-Linc Bronx : Community Artist Residency with Jadele McPherson. Repéré à <http://www.lincolncenter.org/show/boro-linc-bronx-community-artist-residency-with-jadele-mcpherson>
- Lincoln Center. (s.d.b). Touring Lincoln Center. Repéré à <http://www.lincolncenter.org/visit/tours>
- Lincoln Center. (2017). Boro-Linc. Repéré à <http://www.lincolncenter.org/festival/boro-linc>
- Lincoln Center. (2018a). Lincoln Center Out the Doors. Repéré à http://www.lincolncenter.org/out-of-doors?_ga=2.238521024.1700801236.1524500503-605738724.1522631337
- Lincoln Center. (2018b). Young Music Makers. Repéré à <http://www.lincolncenter.org/festival/young-music-makers>
- Lincoln Center Global Exchange. (2016). Lincoln Center Global Exchange. Repéré à <http://lincolncenterglobalexchange.org/>
- Looseley, D. (2003). Cultural democratisation and popular music. *Modern & Contemporary France*, 11(1), 45-55.
- Luckerhoff, J., & Velez, M.-J. (2015). Éducation non formelle et médiations écrites. *Éducation et francophonie*, 43(1), 13-28.
- Luckerhoff, J., Lemieux, J., & Paré, C. (2008). Technology and demographics: Are cultural habits mutating? *Leisure/Loisir*, 32(2), 593-627.
- Martin, C. (2018). Entretien : Natasha Harwood, Gestionnaire. Programme Vive la musique du CNA. *Magazine Prélude – Tête à tête*. Repéré à <https://nac-cna.ca/fr/stories/story/q-a-natasha-harwood-manager-nac-music-alive-program>
- Martin, L. (2014). The democratisation of culture in France in the nineteenth & twentieth centuries: an obsolete ambition? *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 440-455.
- McCarthy, K. F., Brooks, A., Lowell, J., & Zakaras, L. (2001). *The Performing Arts in a New Era*. Santa Monica: RAND.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Analyse des données qualitatives*. Paris : De Boeck.
- Ministère de la Culture et des Communications du Québec (2016). *Renouvellement de la politique culturelle du Québec. Cahier de consultation*. Repéré à https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique_culturelle/RPC-CahierConsultation.pdf

- Mongeau, P. (2011). *Réaliser son mémoire ou sa thèse : côté jeans & côté tenue de soirée*. Québec : PUQ.
- Montoya, N. (2008). Médiation et médiateurs culturels : quelques problèmes de définition dans la construction d'une activité professionnelle. *Lien social & Politiques*, 60, 25-35.
- Mörsch, C. (2017). La médiation culturelle entre besoin de légitimation et critique de l'hégémonie culturelle. Dans N. Casemajor, M. Dubé, J.-M. Lafortune, & È. Lamoureux. (Éds), *Expériences critiques de la médiation culturelle* (pp. 89-110). Québec : PUL.
- Murray, A., Church, S., & Spier, S. (2013). *Sony Centre for the Performing Arts*. Historica Canada. Repéré à <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/sony-centre-for-the-performing-arts-emc/>
- National Endowment for the Arts. (2015a). *A Decade of Arts Engagement: Findings from the Survey of Public Participation in the Arts, 2002-2012*. NEA Research Report, 58. Repéré à <https://www.arts.gov/sites/default/files/2012-sppa-jan2015-rev.pdf>
- National Endowment for the Arts. (2015b). When Going Gets Tough: Barriers and Motivations Affecting Arts Attendance. NEA Research Report, 59. Repéré à <https://www.arts.gov/sites/default/files/when-going-gets-tough-revised2.pdf>
- National Endowment for the Arts. (2011). *Time and Money: Using Federal Data to Measure the Value of Performing Arts Activities*. NEA Research Note, 102. Repéré à <https://www.arts.gov/sites/default/files/102.pdf>
- Paquin, M. (2015). Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence. *Animation, territoires & pratiques socioculturelles*, 8, 103-115. Repéré à http://www.atps.uqam.ca/numero/ATPS_8_2015_fr.php#num8_10
- Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243–258.
- Phoenix Strategic Perspectives. (2012). *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*. Rapport présenté au ministère du Patrimoine canadien. Ottawa : auteur. Repéré à http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/canadian_heritage/2012/089-11-f/rapport.pdf
- Place des Arts. (2018a). Éducation et animation. Repéré à <https://placedesarts.com/fr/e%CC%81ducation-et-animation>
- Place des Arts. (2018b). Fondation de la Place des Arts. Repéré à <https://placedesarts.com/fr/soutenez-les-arts/a-propos-de-la-fondation>
- Place des Arts. (2018c). Mission. Repéré à <https://placedesarts.com/fr/%C3%A0-propos/mission>
- Place des Arts. (2018d). Programme Famille / Jeunesse. Repéré à <https://placedesarts.com/fr/%C3%A9ducation-et-animation/programme-famille-jeunesse>

- Place des Arts (2015). *Règles du programme d'accessibilité aux arts de la scène*. Montréal : auteur. Repéré à https://placedesarts.com/sites/default/files/20052015-regles-programme-accessibilite-aux-arts-scene-spdam_0.pdf
- Pronovost, G. (2002). *Les enquêtes de participation culturelle : une comparaison France-Québec- États-Unis*. Rapport remis à l'Observatoire de la culture et des communications, à l'Institut de la statistique du Québec et au ministère de la Culture et des Communications du Québec. Québec : Gouvernement du Québec. Repéré à <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/pratiques-culturelles/participation-culturelle.pdf>
- Quintas, E. (2014). *Guide : mise en œuvre de projets de médiation culturelle*. Montréal : Culture pour tous. Repéré à https://www.culturepourtous.ca/professionnels-de-la-culture/mediation-culturelle/wp-content/uploads/sites/6/2015/05/Guide_médiationCPT_couleur.pdf
- Ranollo, A. B. (2012). Interest in Arts Predicts Social Responsibility: Study. Chicago: University of Illinois at Chicago. Repéré à <https://today.uic.edu/interest-in-arts-predicts-social-responsibility-study>
- Rasse, P. (2000). La Médiation, entre idéal théorique et application pratique. *Recherche en communication*, (13), 38-61.
- Roy, A. (2016). Enquête sur les pratiques culturelles du Québec 2014 - Faits saillants de l'Enquête. *Survol. Bulletin de la recherche et de la statistique*, 27, 1-58. Repéré à <https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Survol27.pdf>
- Santerre, L. (1999). *De la démocratisation de la culture à la démocratie culturelle*. Rapport d'étude. Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique. Québec : ministère de la Culture et des Communications du Québec. Repéré à <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs41327>
- Savoie-Zajc, L. (2011). La recherche qualitative/interprétative. Dans T. Karsenti et L. Savoie-Zajc (Éds.), *La recherche en éducation* (3^e éd., pp.124-147). Montréal : ERPI.
- Savoie-Zajc, L. (2009). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier. (Éd.), *Recherche sociale de la problématique à la collecte des données* (5^e éd., pp. 337-360). Québec : PUQ.
- Schuster, J. M. (2008). Comparing Participation in the Arts and Culture. Dans S. J. Tepper, & B. Ivey. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 49-84). New York: Routledge.
- Schubart, M. (1972). *Performing Arts Institutions and Young People; Lincoln Center's Study: The Hunting of the Squiggle*. New York: Praeger Publishers.
- Serain, F., Vaysse, F., Chazottes, P., & Caillet, É. (2016). *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse?* Paris : L'Harmattan.

- Société de la Place des Arts de Montréal. (2017). *Rapport annuel 2016-2017*. Montréal : auteur. Repéré à https://placedesarts.com/sites/default/files/rapport%20annuel_Place%20des%20Arts_1617.pdf
- Sony Centre for the Performing Arts. (2018a). About us. Repéré à <http://www.sonycentre.ca/about-us>
- Sony Center for the Performing Arts. (2018b). Behind the Curtain Preshow Talks. Repéré à <http://www.sonycentre.ca/tickets/behind-the-curtain-preshow-talks>
- Sony Center for the Performing Arts. (2018c). Discover Dance. Repéré à <http://www.sonycentre.ca/education-and-engagement/discover-dance>
- Statistique Canada. (2016). *Indicateurs provinciaux et territoriaux de la culture, 2010 à 2014. Comptes des revenus et des dépenses, série technique*. Ottawa : auteur. Repéré à <http://www.statcan.gc.ca/pub/13-604-m/13-604-m2016081-fra.htm>
- Strauss, W., & Howe, N. (1992). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.
- Sutermeister, A.-C. (2010, 19-20 novembre). *Introduction*. Communication présentée au Symposium sur la médiation des arts de la scène. Repéré à <http://www.manufature.ch/download/docs/xvjx4gnq.pdf/Actes%20du%20colloque%20-%20La%20m%C3%A9diation%20dans%20les%20arts%20de%20la%20sc%C3%A8ne.pdf>
- Swerdlow, J. L. (2008). Audiences for the Arts in the Age of Electronics. Dans S. J. Teppler, & B. Ivey. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 221-238). New York: Routledge.
- Tepper, S. J., & Gao, Y. (2008). Engaging Art: What counts? Dans S. J. Tepper, & B. Ivey. (Éds), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life* (pp. 17-48). New York: Routledge.
- The John F. Kennedy Center for the Performing Arts. (2008). *Fiscal Year 2008 Budget Request to Congress*. Annual Report. Repéré à <https://www.kennedy-center.org/about/fy08justificationcongress.pdf>
- The Kennedy Center. (2018a). About the Center. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/pages/about>
- The Kennedy Center. (2018b). Community. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/nsō/mtm/community?loc=IN>
- The Kennedy Center. (2018c). Explore the Arts. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/calendar/series/PPL>
- The Kennedy Center. (2018d). Exploring ballet with Suzanne Farrell: A Three-Week Summer Ballet Intensive for Young Dancers. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/farrell/>

- The Kennedy Center. (2018e). Kennedy Center Education Mission & Arts Education Vision Statement. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/mission.html>
- The Kennedy Center. (2018f). Millennium Stage Celebrate 20 Years of Great Free Performances. Repéré à <https://www.kennedy-center.org/pages/millennium-stage/>
- The Kennedy Center. (2018g). NSO Education Instument "Petting Zoos". Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/nsoed/instrumentzoo.html>
- The Kennedy Center. (2018h). Opera Look-In. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/wno/schoolprograms/operalookin.cfm>
- The Kennedy Center. (2018i). Performance Access Programs. Repéré à http://education.kennedy-center.org/education/community/access_programs.cfm
- The Kennedy Center. (2018j). Performances and Events. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/>
- The Kennedy Center. (2018k). Performances for School Events. Repéré à http://www.kennedycenter.org/calendar/schoolguide?_ga=2.206433619.1766418313.15249719801003395748.1521668141&_gac=1.19663178.1521668141.CjwKC AjwhcjVBRBHEiwAoDe5xyBkuKkx4aU4kwCFQscdlujfGd6jSaKeBdajTBg3M NJloj7LbpA0VRoC8-kQAvD_BwE
- The Kennedy Center. (2016). Performances for School Groups Professional Learning for Teachers. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/education/schoolguide/schoolbrochure.pdf>
- The Kennedy Center. (2017a). Research and Evaluation. Repéré à <http://cms.kennedy-center.org/education/research/overview>
- The Kennedy Center. (2017b). Scholarship Application America's Promise "Get on the Bus" 2017-2018. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/pdf/education/community/Get-on-the-Bus-Application.pdf>
- The Kennedy Center. (2018l). Student Dress Rehearsals. Repéré à <http://education.kennedycenter.org/education/wno/schoolprograms/dressrehearsal.cfm>
- The Kennedy Center. (2018m). Subscriptions National Symphony Orchestra. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/subscriptions/package/13171>
- The Kennedy Center. (2018n). The National Symphony Orchestra National Trustees Summer Music Institute. Repéré à <http://education.kennedy-center.org/education/nsoed/smi/>
- The Kennedy Center. (2018o). Welcome to the Kennedy Center. Repéré à <http://www.kennedy-center.org/pages/about/welcome>
- The Maxine Greene Institute. (2014). Biography. Repéré à <https://maxinegreene.org/about/maxine-greene/biography>
- The Ottawa Citizen. (2017, September 18). NAC president and CEO Peter Herrndorf to step down in 2018. *Ottawa Citizen*. Repéré à

<http://ottawacitizen.com/entertainment/local-arts/nac-president-and-ceo-peter-herrndorf-to-step-down-in-2018>

The Wallace Foundation. (2017). Building Millennial Audiences: Barriers and Opportunities. Repéré à <http://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/Documents/Building-Millennial-Audiences.pdf>

Tobelem, J. M. (2016). La culture pour tous : des solutions pour la démocratisation. Rapport de recherche. *Option Culture*, 3. Repéré à <http://www.option-culture.com/wp-content/uploads/2016/03/La-culture-pour-tous-JM-TOBELEM-2016.pdf>

Touraine, A. (1965). Sociologie de l'action. Paris : Éditions du Seuil.

Touraine, A. (1978). Théorie et pratique d'une sociologie de l'action. *Sociologie et Sociétés*, 10(2), 149-188.

Université du Québec à Trois-Rivières. (2015). Politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains. Repéré à <https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/vrsg/Reglementation/124.pdf>

Warde, A., Wright, D., & Modesto, G.-C. (2007). Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore. *Cultural Sociology*, 1(2), 143-164.

Webb, D. M. (2017). Trends in the Development and Operation of Performing Art Centers. Dans P. Dewey Lambert, & R. Williams. (Éds), *Performing Arts Center Management* (pp. 45-62). New York: Routledge.

Wolff, S. A. (2017). The Evolution of the Performing Arts Center: What Does Success Look Like? Dans P. Dewey Lambert, & R. Williams. (Éds), *Performing Arts Center Management* (pp. 20-44). New York: Routledge.

Webographie

- Boston Center for the Arts. <http://www.bcaonline.org/>
- Centre national des arts. <https://nac-cna.ca/fr/>
- Institut culturel Google. <https://sites.google.com/site/sitelpresseciparis/institut-culturel-de-google>
- iTunes. <https://itunes.apple.com/us/app/fox-theatre-atlanta/id1191862490?mt=8>
- John F. Kennedy Center for the Performing Arts. <http://www.kennedy-center.org/>
- Lincoln Center for Performing Arts. <https://www.lincolncenter.org/>
- Metis Associates : <http://www.metisassociates.com/>
- Place des Arts. <https://placedesarts.com/>
- Seattle Opera. <https://www.seattleopera.org/inside-look/podcasts/>
- Stratégie numérique du Québec.
https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/strategie_s/economie_numerique/sommaire-dynamique/strategie-numerique-du-quebec.html
- Sony Center for Performing Arts. <http://www.sonycentre.ca>
- The Metropolitan Opera. <https://www.metopera.org/About/FAQ/FAQs/Live-in-HD-FAQ/>
- Wolf-Brown. <http://wolfbrown.com/>

Appendice A

Guide d'entrevue en français

Guide d'entrevue

La médiation culturelle selon une logique de démocratisation culturelle dans les centres culturels du domaine des arts de la scène

Ouverture :

- Présentation personnelle :
- Étudiante à la Maîtrise en loisir, culture et tourisme à l'Université du Québec à Trois-Rivières;
- Recherche dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de Maîtrise.

- Objectif de la recherche :
- Décrire les pratiques de médiation culturelle des institutions culturelles œuvrant dans le domaine des arts de la scène;
- Explorer les effets des pratiques de médiation culturelle des institutions culturelles œuvrant dans le domaine des arts de la scène.

- Dimensions abordées :
- Les pratiques de médiation culturelle selon une logique de démocratisation culturelle dans les institutions culturelles;
- Les effets des pratiques de médiation culturelle des institutions culturelles œuvrant dans le domaine des arts de la scène.

- Aspects relatifs à la confidentialité et à l'enregistrement.

- Avez-vous des questions avant de commencer?

Début de l'enregistrement

Questions d'introduction relatives à l'institution culturelle :

- Objectif : Connaître l'historique de la médiation culturelle de l'institution
- Depuis combien de temps votre institution culturelle utilise-t-elle des stratégies de médiation culturelle? (Phases et évolution dans le temps)

- Objectif : Connaître les motifs de l'institution à choisir la médiation culturelle
- Au départ, pourquoi votre institution culturelle s'est-elle tournée vers la médiation culturelle?

- Objectif : Justifier le recours à la médiation culturelle
- Quels sont les éléments (contraintes, incitatifs, besoins, etc.) justifiant le recours à la médiation culturelle?

- Objectif : Faire définir la médiation culturelle par l'institution culturelle
- De quelle manière la médiation culturelle se traduit-elle dans votre institution?

Question générale relative aux pratiques de médiation culturelle de l'institution culturelle selon une logique de démocratisation culturelle :

- Objectif : Dégager les pratiques de médiation culturelle de l'institution
- Quelles sont les pratiques de médiation culturelle mises en place dans votre institution?

Les questions suivantes seront posées pour chacune des pratiques de médiation culturelle mentionnées par le participant.

- Objectif : Justifier le choix des pratiques de médiation culturelle
- Pourquoi votre institution a-t-elle choisi ces pratiques de médiation culturelle?

- Objectif : Connaître les publics visés par la médiation culturelle
- Quels sont les publics visés par chacune de ces pratiques de médiation culturelle?

- Objectif : Établir si les publics visés correspondent aux publics atteints par les pratiques de médiation culturelle
- Croyez-vous que les efforts de médiation culturelle attirent les publics visés par ceux-ci? Expliquez.
 - ✓ Si oui, dans quelle proportion?
 - ✓ Sinon, pourquoi selon vous?

Question secondaire relative aux effets obtenus par les pratiques de médiation culturelle de l'institution culturelle et à l'évaluation des effets :

- Objectif : Explorer les effets obtenus par les pratiques de médiation culturelle
- Quels effets votre institution culturelle a-t-elle observés à la suite de vos pratiques de médiation culturelle?
- Les effets diffèrent-ils selon le type de pratique de médiation culturelle? Expliquez.
- De quelle façon les effets ont-ils été observés?

- Objectif : Explorer les facteurs de succès et d'échec des pratiques de médiation culturelle
 - Quels sont les facteurs de succès des pratiques de médiation culturelle?
 - Quels sont les facteurs qui nuisent à la réussite des pratiques de médiation culturelle?
 - ✓ Certaines pratiques de médiation culturelle ont-elles mieux fonctionné que d'autres? Expliquez.
 - ✓ Y a-t-il certaines pratiques de médiation culturelle que votre institution culturelle ne souhaiterait pas répéter? Lesquelles et pourquoi?

Clôture :

- Souhaitez-vous ajouter des éléments que nous n'avons pas abordés?
- Avez-vous des questions ou des commentaires?
- Remerciements

Fin de l'enregistrement

Appendice B

Guide d'entrevue en anglais

Interview Guide
Cultural mediation activities according to a logic of cultural democratization
in performing art centers

Introduction :

- Personal presentation:
 - Master's student in Leisure, Cultural studies and Tourism, University of Quebec in Trois-Rivières;
 - Research in the context of a Master's thesis.
- Research objectives:
 - To describe the cultural mediation activities taking place in performing arts centers;
 - To explore the effects of the cultural mediation activities taking place in performing arts centers.
- Themes to be discussed:
 - Cultural mediation activities according to a logic of cultural democratization in performing art centers;
 - Effects of cultural mediation activities in performing art centers.
- Aspects of confidentiality and recording
- Do you have any questions before we start?

Start of recording

Questions about the cultural institution:

- Objective: To define cultural mediation within the cultural institution
 - How is cultural mediation a part of your institution?
- Objective: To understand the history of cultural mediation within the institution
 - For how long has your cultural institution been using cultural mediation strategies? How has it evolved?
- Objective: To understand the institution's reasons for choosing cultural mediation
 - In the beginning, why did your cultural institution turn to cultural mediation?

- Objective: To justify the use of cultural mediation
 - What elements (constraints, incentives, needs, etc.) justify the use of cultural mediation?

General questions about cultural mediation practices in the cultural institution according to a logic of cultural democratization:

- Objective: To identify the cultural mediation activities taking place in the institution
 - What cultural mediation activities are in place within your institution?

The following questions will be asked for each of the cultural mediation activity mentioned by the participant.

- Objective: To justify the choice of cultural mediation practices
 - Why did your institution choose these cultural mediation activities?
- Objective: To know the publics targeted by cultural mediation
 - What is the target audience for each of these cultural mediation activities?
- Objective: To establish whether the target audiences correspond to the audiences affected by cultural mediation practices
 - Do you believe that cultural mediation efforts attract the target audience? Explain.
 - ✓ If so, in what proportion?
 - ✓ If not, why?

Secondary questions about the effects of cultural mediation activities in the cultural institution and evaluation of the effects

- Objective: To explore about the effects of cultural mediation activities
 - What effects did your cultural institution observe as a result of your cultural mediation activities?
 - Do these effects differ according to the type of cultural mediation activity? Explain.
 - ✓ How were the effects observed?
- Objective: To explore the factors of success and failure of cultural mediation activities
 - What are the success factors of cultural mediation activities?
 - What are the factors that hinder the success of cultural mediation activities?
 - ✓ Have some cultural mediation activities worked better than others? Explain.

- ✓ Are there any cultural mediation activities that your cultural institution would not wish to repeat? Which and why?

Conclusion :

- Would you like to add some elements that we did not discuss?
- Do you have any questions or comments?
- Thanks.

End of recording

Appendice C

Lettre d'information et Formulaire de consentement
en français

LETTERE D'INFORMATION ET FORMULAIRE DE CONSENTEMENT LIBRE, ÉCLAIRÉ ET CONTINU

Titre du projet : La médiation culturelle selon une logique de démocratisation culturelle dans les institutions culturelles du domaine des arts de la scène.

Chercheur responsable du projet de recherche : Sara Bernardi, Département d'études en loisir, culture et tourisme, étudiante à la Maîtrise en loisir, culture et tourisme à l'Université du Québec à Trois-Rivières.

Membre de l'équipe de recherche : Maryse Paquin, Ph.D., professeure titulaire au Département d'études en loisir, culture et tourisme et directrice de recherche.

Préambule :

Votre participation à la recherche serait grandement appréciée. Celle-ci vise à mieux connaître les pratiques de médiation culturelle présentes dans les institutions culturelles oeuvrant dans le domaine des arts de la scène.

Avant d'accepter de participer à ce projet et de signer ce formulaire d'information et de consentement, veuillez prendre le temps de lire ce formulaire. Il vous aidera à comprendre ce qu'implique votre éventuelle participation à la recherche de sorte que vous puissiez prendre une décision libre et éclairée à ce sujet.

Ce formulaire peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles au chercheur responsable de ce projet de recherche ou à un membre de son équipe de recherche. Sentez-vous libre de leur demander de vous expliquer tout mot ou renseignement qui ne sont pas clairs. Prenez tout le temps dont vous avez besoin pour lire et comprendre ce formulaire avant de prendre votre décision.

Objectif et résumé du projet de recherche

L'objectif de ce projet de recherche est de décrire les pratiques de médiation culturelle des institutions culturelles œuvrant dans le domaine des arts de la scène.

Nature et durée de votre participation

Votre participation à ce projet de recherche consiste à prendre part à une entrevue individuelle d'une durée approximative de 60 minutes. Votre contribution à cette entrevue se fait sur une base volontaire. Votre collaboration est importante en ce qu'elle contribuera à l'avancement des connaissances sur le sujet.

Risques et inconvénients

Aucun risque n'est associé à votre participation. Le temps consacré au projet, soit environ 60 minutes, demeure le seul inconvénient.

Avantages ou bénéfices

La contribution à l'avancement des connaissances au sujet de la médiation culturelle est le seul bénéfice prévu à votre participation.

Compensation ou incitatif

Aucune compensation d'ordre monétaire n'est accordée.

Confidentialité

Les données recueillies par cette étude sont entièrement confidentielles et ne pourront en aucun cas mener à votre identification personnelle. Votre confidentialité sera assurée par un code numérique qui remplacera le nom des participants. Les résultats de la recherche, qui pourront être diffusés sous forme de mémoire de Maîtrise et d'articles ne permettront pas d'identifier les participants. Néanmoins, le nom des institutions culturelles sera divulgué.

Les données recueillies seront conservées sur un ordinateur personnel protégé par un mot de passe. Les seules personnes qui y auront accès seront Sara Bernardi et Maryse Paquin, la directrice de recherche. Toutes ces personnes ont signé un engagement à la confidentialité. Les données seront détruites au plus tard cinq ans après la sanction du mémoire de Maîtrise et ne seront pas utilisées à d'autres fins que celles décrites dans le présent document.

Participation volontaire

Votre participation à cette étude se fait sur une base volontaire. Vous êtes entièrement libre de participer ou non, de refuser de répondre à certaines questions ou de vous retirer, même une fois l'entrevue débutée, et ce, et sans avoir à fournir d'explications.

Responsable de la recherche

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour toute question concernant ce projet de recherche, vous pouvez communiquer avec Sara Bernardi par courriel à sara.bernardi@uqtr.ca.

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT LIBRE ET ÉCLAIRÉ
Engagement de la chercheuse

Moi, Sara Bernardi, m'engage à procéder à cette étude conformément à toutes les normes éthiques qui s'appliquent aux projets comportant la participation de sujets humains.

Consentement du participant

Je, _____, confirme avoir lu et compris la lettre d'information au sujet du projet « La médiation culturelle selon une logique de démocratisation culturelle dans les institutions culturelles du domaine des arts de la scène ». J'ai bien saisi les conditions et les bienfaits éventuels de ma participation. On a répondu à toutes mes questions à mon entière satisfaction. J'ai disposé de suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer ou non à cette recherche. Je comprends que ma participation est entièrement volontaire et que je peux décider de me retirer en tout temps, même une fois l'entrevue débutée, sans aucun préjudice.

Participant

Chercheur

Signature :

Signature :

Nom :

Nom :

Date :

Date :

Appendice D
Lettre d'information et formulaire de consentement
en anglais

LETTER OF INTRODUCTION AND INFORMED CONSENT FORM

STUDY TITLE: CULTURAL MEDIATION ACTIVITIES FOLLOWING A CULTURAL DEMOCRATIZATION LOGIC IN PERFORMING ARTS CENTERS.

RESEARCHER : SARA BERNARDI, DEPARTMENT OF LEISURE, CULTURAL STUDIES AND TOURISM, MASTER'S STUDENT IN LEISURE, CULTURAL STUDIES AND TOURISM, UNIVERSITY OF QUEBEC IN TROIS-RIVÈRES.

RESEARCH SUPERVISOR: MARYSE PAQUIN, PH.D., FULL PROFESSOR DEPARTMENT OF LEISURE, CULTURAL STUDIES AND TOURISM AND RESEARCH SUPERVISOR.

GOAL AND PURPOSE OF THIS RESEARCH:

Your participation in the research would be greatly appreciated. The aim is to learn more about cultural mediation activities in performing arts centers.

Before agreeing to participate in this project and signing this information and consent form, please take the time to read this form. It will help you understand what your potential involvement in this research entails so that you can make a free and informed decision.

This form may contain words you do not understand. We invite you to ask any questions you deem useful to the researcher in charge of this research project or to a member of his / her research team. Feel free to ask them to explain any word or information that is not clear. Take all the time you need to read and understand this form before making your decision.

The objective of this research project is to describe the cultural mediation activities of performing arts centers.

PROCEDURES:

Your participation in this research project involves taking part in an individual interview lasting approximately 60 minutes. Your contribution to this interview is voluntary. Your collaboration is important in contributing to the advancement of knowledge on this subject.

RISKS AND INCONVENIENTS:

There is no risk associated with your participation. The time spent on the project, about 60 minutes, remains the only drawback.

BENEFITS:

Contribution to the advancement of knowledge about cultural mediation is the only benefit expected from your participation.

COMPENSATION OR INCENTIVE:

No monetary compensation is granted.

CONFIDENTIALITY:

The data collected by this study are entirely confidential and will not in any way lead to your personal identification. Your confidentiality will be ensured by a numerical code which will replace the names of the participants. The results of the research, which can be disseminated in the form of Master's thesis and papers, will not identify the participants. Nevertheless, the names of the cultural institutions will be disclosed.

The data collected will be stored on a personal computer protected by a password. The only people who will have access will be Sara Bernardi and Maryse Paquin, the research supervisor. All these people signed a commitment to confidentiality. The data will be destroyed no later than five years after the Master's dissertation has been sanctioned and will not be used for purposes other than those described in this document.

WITHDRAWL WITHOUT PREJUDICE:

Your participation in this study is voluntary. You are entirely free to participate or not, to refuse to answer certain questions or to withdraw, even after the interview has begun, and without having to explain.

RESEARCHER'S CONTACT INFORMATION:

For more information or to inquire about this research project, please contact Sara Bernardi at sara.bernardi@uqtr.ca

Informed consent:
Engagement of the researcher

I, Sara Bernardi, commits me to undertake this study in accordance with all the ethical standards that apply to projects involving the participation of human subjects.

Participant's consent

I, _____, have understood the conditions, the risks and the possible benefits of my participation. All my questions have been answered to my satisfaction. I had ample time to reflect on my decision to participate or not. I understand that my participation is entirely voluntary and that I may choose to withdraw at any time, even after the interview has begun, without prejudice.

I therefore agree, in a free and informed manner, to participate in this research project.

Participant

Researcher

Signature :

Signature :

Name :

Name :

Date :

Date :

Appendice E

Catégories d'analyse

Liste des catégories utilisées lors de l'analyse :

1. Historique
2. Contexte organisationnel
3. Vision et valeurs
4. Activités ou projets de médiation culturelle et leur description
5. Publics visés
6. Effets ou impacts
7. Évaluation des effets ou des impacts
8. Facteurs de succès
9. Facteurs d'échec
10. Enjeux et défis
11. Plans futurs