

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

USAGES DES ENVIRONNEMENTS NUMÉRIQUES DANS LES DISPOSITIFS
DE MÉDIATION DE L'ART CONTEMPORAIN À MONTRÉAL

TRAVAIL DIRIGÉ PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE

PAR
SARAH TURCOTTE

DÉCEMBRE 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont permis de réaliser ce travail dirigé.

Tout d'abord, je souhaite exprimer ma reconnaissance à mon directeur de recherche, Jean-Marie Lafortune, qui a cru en mon projet dès le départ et qui m'a appuyé tout au long de l'évolution de ma recherche.

Ensuite, je tiens à souligner la généreuse collaboration de tous les participants à mon étude. Un merci spécialement à Victoria Carrasco, Dahlia Cheng, Daniel Fiset et Cheryl Sim de l'équipe de DHC/ART Fondation pour l'art contemporain, à Julie Bélisle, Marjolaine Bourdua, Lesley Johnstone et Yves Théoret de l'équipe du Musée d'art contemporain de Montréal, puis à tous les visiteurs qui ont offert de leur temps pour répondre à mes questions.

J'adresse également tous mes remerciements aux enseignants qui, dans le cadre des cours théoriques auxquels j'ai assisté durant les deux dernières années, m'ont transmis les connaissances nécessaires à l'aboutissement de ce travail dirigé. Je souhaite aussi remercier la directrice des études supérieures en muséologie, Jennifer Carter, qui a soutenu mes idées lors du séminaire de synthèse et qui m'a permis de les développer ainsi que de les concrétiser au sein de cette recherche.

Enfin, j'offre ma gratitude à tous mes proches, mes amis et ma famille, qui ont encouragé toutes les démarches de mon projet.

Merci énormément à tous.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 – CONTEXTE.....	4
1.1 TERRAINS DE RECHERCHE	4
1.2 PROBLÉMATIQUE	5
1.3 CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL.....	8
1.4 QUESTIONS ET OBJECTIFS DE RECHERCHE	8
1.5 PERTINENCE DE LA RECHERCHE	9
CHAPITRE 2 – THÉORIES, CONCEPTS ET ÉTAT DE LA QUESTION	10
2.1 LA MÉDIATION CULTURELLE	10
2.1.1 Définitions contextualisées.....	11
2.1.2 Typologie.....	14
2.2 LA MÉDIATION CULTURELLE DE L'ART CONTEMPORAIN.....	16
2.2.1 Les nécessités de la médiation culturelle de l'art contemporain.....	16
2.2.2 Les publics et l'art contemporain à Montréal.....	17
2.3 LES ENVIRONNEMENTS NUMÉRIQUES DANS LES DISPOSITIFS DE MÉDIATION CULTURELLE.....	19
2.3.1 Les dispositifs numériques dans la médiation culturelle au Québec.....	20
2.3.2 Les environnements numériques au sein de l'art contemporain	21
2.4 SYNTHÈSE	24
CHAPITRE 3 – DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE.....	26
3.1 RECHERCHES DOCUMENTAIRES	27
3.2 ENQUÊTE EMPIRIQUE.....	28
3.2.1 Observations sur les terrains de recherche	28
3.2.2 Entretiens avec des experts.....	29
3.2.3 Questionnaires dédiés aux visiteurs	29
3.3 ANALYSES.....	30
3.4 APPROBATIONS ET CONSENTEMENTS.....	31
CHAPITRE 4 – ANALYSES ET DISCUSSION.....	32
4.1 VISION GÉNÉRALE DU MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (MAC) ET DE DHC/ART FONDATION POUR L'ART CONTEMPORAIN CONCERNANT LA MÉDIATION CULTURELLE ET L'USAGE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DE L'INSTITUTION	32
4.1.1 Le MAC.....	33
4.1.2 DHC/ART	34

4.2 APPORTS ET LIMITES DU NUMÉRIQUE DANS LES DISPOSITIFS DE MÉDIATION CULTURELLE AU SEIN DE L'ART CONTEMPORAIN À MONTRÉAL.....	34
4.2.1 Tous types de dispositifs numériques.....	35
4.2.2 Tous types de dispositifs numériques muséographiques.....	38
4.2.3 Tous types de plateformes en ligne.....	39
4.2.3.1 Site Web.....	42
4.2.3.2 Réseaux sociaux.....	44
4.2.3.3 Microsites.....	46
4.2.3.4 Applications mobiles.....	47
4.2.3.5 Audioguide.....	48
4.2.3.6 Numérisation des œuvres, des salles d'exposition et des collections ...	50
4.2.3.7 Blogue.....	52
4.3 SOMMAIRE DE LA RECHERCHE.....	53
CONCLUSION.....	56
BIBLIOGRAPHIE.....	58
ANNEXES.....	63
ANNEXE 1 – GRILLES D'OBSERVATION.....	64
1.1 OBSERVATION PARTICIPANTE LORS D'UNE VISITE DU MIDI À DHC/ART	64
1.2 OBSERVATION PARTICIPANTE AU SEIN DE L'ÉQUIPE DES PRÉPOSÉS À LA GALERIE À DHC/ART	66
1.3 OBSERVATIONS NON PARTICIPANTES AU MAC	68
ANNEXE 2 – TRANSCRIPTIONS DES ENTRETIENS	70
2.1 FORMULAIRE DE CONSENTEMENT POUR LES ENTRETIENS	70
2.2 ENTRETIEN AVEC DANIEL Fiset – DHC/ART.....	72
2.3 ENTRETIEN AVEC DAHLIA CHENG – DHC/ART.....	82
2.4 ENTRETIEN AVEC MARJOLAINE BOURDUA – MAC	94
2.5 ENTRETIEN AVEC JULIE BÉLISLE – MAC	115
ANNEXE 3 – QUESTIONNAIRES.....	126
3.1 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MAJEURS À DHC/ART	126
3.2 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MINEURS À DHC/ART	131
3.3 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MAJEURS À DHC/ART.....	136
3.4 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MINEURS À DHC/ART	141
3.5 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MAJEURS AU MAC	146
3.6 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MINEURS AU MAC	151

3.7 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MAJEURS AU MAC	155
3.8 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MINEURS AU MAC	160
ANNEXE 4 – CERTIFICAT D’ACCOMPLISSEMENT EPTC 2	164
ANNEXE 5 – CERTIFICAT D’APPROBATION ÉTHIQUE	165
ANNEXE 6 – APPROBATIONS ET ENTENTES.....	166
6.1 APPROBATION ORGANISATIONNELLE – DHC/ART	166
6.2 ENTENTE DE CONFIDENTIALITÉ – DHC/ART	167
6.3 APPROBATION ORGANISATIONNELLE – MAC	168
6.4 ENTENTE DE CONFIDENTIALITÉ – MAC	169
ANNEXE 7 – DONNÉES COLLECTÉES AU SEIN DES ENTRETIENS	170
ANNEXE 8 – DONNÉES COLLECTÉES AU MOYEN DES QUESTIONNAIRES.....	177
8.1 INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LA COLLECTE DE DONNÉES	177
8.2 FRÉQUENCE DES VISITE	178
8.3 CONNAISSANCE DES INSTITUTIONS.....	179
8.4 CONNAISSANCE ET USAGES DES OUTILS NUMÉRIQUES DISPONIBLES.....	181
8.4.1 Site Web – DHC/ART et MAC.....	181
8.4.2 Audioguide – DHC/ART.....	185
8.4.3 Collection numérisée et disponible en ligne – MAC	188
8.5 INFORMATIONS PERSONNELLES SUR LES RÉPONDANTS ANONYMES	189

INTRODUCTION

L'étude présentée au sein de ce travail dirigé a été réalisée tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018 dans le cadre du programme de maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Ce projet de recherche a été dirigé et supervisé par M. Jean-Marie Lafortune, professeur au département de communication sociale et publique. Le travail dirigé vise à l'élaboration d'une recherche théorique permettant l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine de la muséologie. L'étude suivante porte plus spécifiquement sur la médiation culturelle et son objectif principal est l'analyse des usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation de l'art contemporain à Montréal.

Au Québec, de nombreux acteurs se sentent concernés par la démocratisation de l'art contemporain et souhaitent dynamiser l'éducation artistique. La présence de la pédagogie dans les institutions muséales, marquée par le biais du nombre d'activités et de dispositifs de médiation culturelle ainsi que d'outils didactiques qui foisonnent dans plusieurs établissements, montre que l'offre culturelle de la métropole est désormais proposée à une population de plus en plus vaste et que l'art contemporain tend à devenir accessible à tous. Il est donc intéressant de se pencher sur des questions relatives aux rôles éducatifs des établissements muséaux, qu'ils soient formels ou informels selon les publics ciblés, et spécialement concernant la médiation culturelle de l'art contemporain à Montréal.

Les limites du cadre de cette étude, à savoir la durée du projet ou encore les ressources financières, matérielles et humaines, imposent une visée restreinte à ce travail. En effet, il serait intéressant de se questionner, à plus grande échelle, quant aux différents rôles des institutions culturelles québécoises, étant de plus en plus ouvertes à tous.

D'une part, il est pertinent de s'interroger plus amplement au sujet des missions éducatives dans les musées. Ces derniers ont-ils le devoir d'éduquer la population ? L'enseignement dispensé au sein des établissements muséaux pourrait-il être complémentaire à la méthode pédagogique suggérée dans les milieux scolaires relevant du système éducatif occidental ? Le modèle d'éducation employé au Québec est depuis longtemps critiqué. Le monde des connaissances semble être un milieu dont l'accès est encore restreint et qui demande donc à être démocratisé. En effet, selon plusieurs spécialistes de la philosophie et des sciences de l'éducation, notamment John Dewey et, plus près de nous, Normand Baillargeon, le concept d'enseignement doit être repensé et actualisé au monde d'aujourd'hui (Baillargeon, 2014). L'éducation *outdoors*, soit à l'extérieur des classes traditionnelles, est une alternative proposant un nouvel environnement d'apprentissage (Quay & Seaman, 2013). Ainsi, il est intéressant de se demander si l'espace muséal est effectivement une plateforme envisageable au sein du milieu éducatif ainsi qu'un environnement adéquat à la formation des individus. Si la dimension éducative est l'une des préoccupations principales des entreprises culturelles, comment arrivent-elles à transmettre des connaissances à leurs publics ? Les musées proposent en effet plusieurs méthodes d'enseignement, de types formel ou informel, se basant sur la nature des publics ciblés, qu'ils soient scolaires, adultes, en situation de handicap, etc. Par conséquent, on peut également se demander si leurs techniques didactiques sont optimales, voire adaptées aux personnes visées. En somme, comment l'éducation muséale s'inscrit-elle dans le prolongement de l'éducation scolaire ?

D'autre part, il devient tout aussi pertinent de s'interroger sur les autres rôles des musées, tenant compte du fait qu'ils sont également des lieux de préservation ainsi que des centres de recherche au service de la société, visant à comprendre le monde et à le préserver (Mairesse, Desvallées & International Council of Museums, 2007). Comment ces établissements arrivent-ils à remplir un mandat d'éducation tout en poursuivant des missions scientifiques ? La pédagogie au sein d'institutions muséales s'est-elle introduite au détriment des mandats de recherche et de conservation ?

Comment faire cohabiter ces différentes réalités dans un même milieu ? Néanmoins, si l'éducation ne s'avère pas être l'activité principale actuellement au sein des institutions muséales, comment ces dernières pourraient-elles s'impliquer davantage quant à l'enrichissement des connaissances des citoyens sans toutefois troubler leurs activités scientifiques ?

Enfin, il serait intéressant d'examiner la position des musées en regard des perturbations actuelles telles que les crises sociales, culturelles, économiques ou écologiques. Quels sont les rôles et les devoirs, voire les nouveaux mandats, des institutions culturelles envers la société d'aujourd'hui ? Toutes ces interrogations associées aux champs de la muséologie, des sciences de l'éducation et de la sociologie ouvrent dès lors plusieurs discussions au sujet d'enjeux auxquels font présentement face la société québécoise et l'espace muséal quant à la recherche, aux publics ou encore à la population en général ainsi qu'à l'accessibilité des connaissances.

Les musées sont des lieux de culture. Ce qui ne veut pas dire qu'il n'y ait pas de savoir. Les lieux d'enseignements sont un lieu d'obligation qui fait que ce qui passe en premier c'est le fait d'apprendre, et non le savoir (Caillet, 1995, p. 21).

En raison des limites imposées par le cadre du travail dirigé, la présente recherche est restreinte à l'observation singulière de l'aspect pédagogique au sein des institutions muséales. Plus particulièrement, elle cible les différents outils déployés dans les services éducatifs d'une sélection d'établissements consacrés à l'art contemporain à Montréal. On laisse donc de côté les questions relatives aux mandats qui se distinguent de la pédagogie et de la médiation culturelle au musée, bien qu'il soit pertinent de s'interroger quant aux différentes missions et aux divers rôles des établissements muséaux envers les citoyens et la société. La rédaction suivante présente d'abord le contexte de l'étude au chapitre un, ensuite, le volet théorique au chapitre deux, puis la démarche méthodologie au chapitre trois et, enfin, les résultats ainsi que la discussion au chapitre quatre.

CHAPITRE 1 – CONTEXTE

L'intérêt de la recherche, se limitant au rôle éducatif du musée, porte sur la médiation culturelle de l'art contemporain au Québec et spécifiquement, à Montréal. Plus précisément, il est question des usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle. L'étude cible donc l'observation des plateformes technologiques qui établissent une connexion entre les publics et les activités offertes par les institutions muséales telles que les expositions, les ateliers pédagogiques ou encore les conférences. Elle concerne ainsi les effets de la diffusion de l'information par voies numérique et virtuelle.

1.1 TERRAINS DE RECHERCHE

Les deux terrains à l'étude sont DHC/ART, un établissement privé, et le MAC, un établissement public. Bien que ces institutions culturelles montréalaises aient pour objectifs de créer une situation de rencontre entre les individus et les différentes pratiques en provenance de l'art contemporain, elles valorisent également l'éducation de leurs publics. En effet, ces dernières possèdent toutes deux un département voué au partage des savoirs entre leur milieu et les visiteurs. D'une part, elles proposent diverses formes d'activités de médiation culturelle ainsi que plusieurs instruments didactiques traditionnels¹ tels que des textes pédagogiques, des documents explicatifs et des visites guidées. D'autre part, ces deux établissements offrent également une variété de dispositifs contemporains² de médiation culturelle comme la transmission de multiples contenus informatifs en ligne, voire par le biais de divers espaces virtuels. Notamment, un audioguide est accessible sur le site Internet de DHC/ART et, quant

¹ Le terme *traditionnel* est employé dans cette recherche pour évoquer les pratiques de médiation culturelle les plus usuelles, voire moins récentes, c'est-à-dire celles qui sont davantage ancrées dans le milieu muséal.

² Le terme *contemporain* est employé ici pour désigner les pratiques et dispositifs de médiation culturelle qui sont apparus plus récemment et dont leur intégration au sein des musées est toujours en cheminement.

au MAC, une sélection des œuvres des collections est numérisée et diffusée sur le Web. Ainsi, la recherche repose sur l'observation des usages des environnements numériques au sein de ces deux institutions muséales montréalaises qui se consacrent à l'art contemporain.

1.2 PROBLÉMATIQUE

Au Québec, les institutions muséales se sont doté au courant des dernières décennies plusieurs dispositifs traditionnels de médiation culturelle contribuant à la diffusion de l'information tels que les textes introductifs, les dossiers pédagogiques, les brochures informatives ou encore les visites guidées. Cependant, les contenus numériques ainsi que les plateformes virtuelles, utilisés entre autres à l'aide d'applications mobiles et du Web, se sont imposés plus récemment dans ces établissements. En effet, suivant le mouvement mondial de l'arrivée des outils technologiques au sein de l'espace muséal en 2008 (Daignault & Cousson, 2011), un intérêt particulier envers les technologies s'est développé dans le milieu culturel québécois. En conséquence, l'usage d'environnements numériques dans la muséographie ainsi que comme plateformes au service des communications institutionnelles est un mouvement qui naît et qui s'accroît au fil de la dernière décennie. L'intégration d'instruments technologiques émerge alors graduellement dans les entreprises culturelles québécoises.

DHC/ART et le MAC sont deux établissements qui disposent d'un service éducatif ayant adopté divers outils didactiques, dont certains instruments technologiques. Par conséquent, il est question dans cette recherche d'approfondir les connaissances quant au recours à la technologie comme élément constituant de la médiation culturelle, c'est-à-dire, en ce qui a trait à la diffusion de renseignements au sujet des institutions muséales et des œuvres de leurs collections ou celles qu'ils exposent à l'aide d'outils technologiques dans le but d'établir un lien entre les publics et les établissements. On cherche donc à connaître les usages des environnements

numériques dans les dispositifs de médiation d'institutions culturelles montréalaises vouées à la diffusion de l'art contemporain.

Avec la venue de la technologie au musée, on s'est penché sur des questions relatives à l'expérience du visiteur face à l'œuvre réelle par rapport à l'œuvre virtuelle. La relation entre l'humain et l'ordinateur, spécialement lorsqu'il s'agit d'art et de culture sur le Web, est un phénomène sur lequel plusieurs chercheurs ont réfléchi depuis les dernières années (Donguy, 2018). Effectivement, la fidélité d'une reproduction numérisée ne réside qu'au plan physique et non dans l'absolu. Autrement dit, le format numérique d'une œuvre d'art ne demeure fidèle à l'original que par le fait qu'on puisse obtenir une qualité d'image à haute résolution lors du processus de numérisation (Chirollet, 2005). L'émergence de cette pratique pose donc des questions relatives à l'unicité et à la reproductibilité d'un objet d'art. La dématérialisation d'une œuvre est le transfert de sa forme physique vers l'espace numérique. Le support de la reproduction numérisée, une fois renouvelé, autorise la duplication et la diffusion infinie, interrogeant ainsi la propriété d'originalité (Welger-Barboza, 2001). Par ailleurs, le numérique au sein de l'espace muséal soulève aussi certaines interrogations liées aux lois sur les droits d'auteur, demandant alors à être révisées et adaptées (Ministère de la Culture et des Communications, 2017). Ce phénomène est notamment présent au Québec depuis le lancement du Plan culturel numérique en 2014 encourageant les institutions culturelles à étendre leurs contenus sur des plateformes numériques afin d'augmenter leur visibilité (Gouvernement du Québec, 2018). Le rayonnement de la culture québécoise sur un plus vaste marché grâce au numérique entre alors en conflit avec le droit à la propriété intellectuelle (Ministère de la Culture et des Communications, 2017).

De plus, l'usage des divers environnements numériques dans la muséographie ou comme plateformes de communication confronte l'intention de délectation des objets au sein des établissements muséaux, idée que l'on trouve dans la définition du *musée*

proposée par le Conseil international des musées (ICOM) et dont la dernière version a été émise en 2007 :

Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation (ICOM, 2007).

Les fins de délectation au musée sont-elles donc mises en rivalité avec les fins d'éducation ? L'apport de renseignements externes, par le biais d'espaces numériques et virtuels, avant, au moment et même après la visite, influence, d'une manière ou d'une autre, la perception du visiteur. En effet, on a longtemps préconisé la rencontre directe entre l'individu et l'œuvre d'art. Entre autres, le choc esthétique était une croyance utopique auprès du ministère français de la culture, créé en 1959 par André Malraux. C'est au cœur de la Politique culturelle française que résidait cette conception stipulant que chaque individu est apte à éprouver une sensibilité et à appréhender l'œuvre d'art sans intervention pouvant conditionner son esprit (Caune, 2005 ; Urfalino, 1993). Néanmoins, l'idée de démocratisation de la culture et les méthodes employées pour y parvenir sont repensées au fil du temps (Donnat, 2003). De plus en plus, les chercheurs favorisent l'ajout de dispositifs de médiation culturelle, voire d'outils pédagogiques qui accompagnent les visites, spécialement au sein de l'art contemporain (Caillet & Jacobi, 2004).

Finalement, les espaces numériques et virtuels affectent les activités des institutions muséales ainsi que les publics. On cherche donc à connaître les effets des usages de ces environnements et à comprendre en quoi l'expérience de visite se différencie d'un contexte à l'autre, c'est-à-dire, du moment où le visiteur est seul en présence de l'œuvre ou lorsqu'il entre en contact avec des outils technologiques, ceux-ci établis par les établissements muséaux dans leurs dispositifs médiateurs et communicationnels.

1.3 CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL

Ce projet de recherche repose sur un cadre théorique qui fera l'objet d'un développement au chapitre trois. Il s'articule principalement autour du concept de *médiation culturelle*, spécifiquement dans l'art contemporain, observé par des experts associés aux champs de la muséologie, de l'histoire de l'art et de la sociologie. On note entre autres Élisabeth Caillet et Daniel Jacobi (Caillet & Jacobi, 2004), Jérôme Glicenstein (Glicenstein, 2013), puis Nathalie Heinich (Heinich, 2009a) qui évoquent tous, d'une façon ou d'une autre, les besoins d'intégrer des dispositifs de médiation culturelle à l'art contemporain, constatant les nécessités d'une mise en contexte afin que les publics arrivent à saisir les œuvres en provenance de cette époque. Il est ainsi intéressant de s'interroger quant aux limites et au potentiel de chacune des formes d'interventions au sein de l'art contemporain et de se questionner plus spécialement sur ce qu'apportent les technologies à la médiation culturelle. Enfin, d'autres auteurs sont pertinents au sein de cette étude, notamment, Serge Chaumier et François Mairesse (Chaumier & Mairesse, 2013), qui définissent l'idée générale de la *médiation culturelle*, Freeman Tilden (Tilden, 1957), spécialiste de l'*interprétation*, concept à l'origine d'un des axes de la médiation culturelle, puis Normand Baillargeon (Baillargeon, 2013), expert issu de la discipline des sciences de l'éducation, dans le but d'obtenir un regard critique sur le concept d'*éducation* à l'heure actuelle.

1.4 QUESTIONS ET OBJECTIFS DE RECHERCHE

L'objectif principal de la recherche est l'analyse des outils technologiques et, plus précisément, des usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal. Ainsi, le projet s'articule autour de la question principale suivante :

- Quels sont les apports et les limites des environnements numériques utilisés au sein des dispositifs de médiation de l'art contemporain à Montréal ?

Cette interrogation singulière ouvre également la recherche à des questions secondaires sur lesquelles il est pertinent de se pencher, à savoir :

- Les environnements numériques permettent-ils de rendre l'art contemporain accessible au grand public ?
- Quelle est la place du volet éducatif au sein des institutions d'art contemporain à Montréal ?
- Comment le recours aux environnements numériques permet-il la réalisation des projets institutionnels des musées ?
- Comment les contenus virtuels interfèrent-ils avec l'expérience réelle du visiteur *in situ* ?

1.5 PERTINENCE DE LA RECHERCHE

On remarque que l'ouverture de la médiation culturelle à de nouveaux dispositifs technologiques est un sujet récent et actuel. Malgré l'obtention de certains résultats positifs à la suite d'études relatives à l'emploi de la technologie dans le milieu muséal québécois, l'insuffisance de recherches en la matière (Daignault & Cousson, 2011 ; Larouche, Landry & Fillion, 2015) révèle les nécessités d'approfondir le sujet afin d'évaluer et de valider l'efficacité des différentes stratégies pédagogiques dans les institutions culturelles québécoises telles que l'usage d'environnements numériques comme plateformes communicationnelles en comparaison à l'application des méthodes traditionnelles de médiation culturelle. En effet, l'intégration des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) au système d'éducation du Québec est acclamée par les uns, mais aussi remise en cause par les autres, notamment en raison du rapport entre les coûts de ces nouveaux dispositifs et les bénéfices qu'ils apportent (Baillargeon, 2013). Il est ainsi pertinent d'observer ce qu'il en est pour l'enseignement dispensé au sein d'établissements voués à la diffusion du patrimoine culturel et artistique et, plus précisément, en ce qui concerne l'éducation dans le milieu de l'art contemporain à Montréal.

CHAPITRE 2 – THÉORIES, CONCEPTS ET ÉTAT DE LA QUESTION

À l'heure actuelle, où les expositions d'art contemporain sont foisonnantes au sein du milieu culturel, le concept de *médiation* est encore caractérisé et interprété de diverses façons selon les différents courants de pensée. Plusieurs auteurs issus du domaine de la muséologie ou de disciplines connexes ont étudié cette notion afin d'y apposer une définition lorsqu'employée dans un contexte relatif à la culture. Les multiples formes d'apparitions de la médiation culturelle dans la société d'aujourd'hui, spécialement dans les expositions d'art contemporain, sont le fruit d'un débat continu qui porte sur la nécessité des musées à s'enquérir ou non de cette idée qu'est l'ajout de certains éléments intermédiaires entre les publics et les activités institutionnelles. Les chercheurs ont aussi voulu connaître les différents types de dispositifs de médiation culturelle exploitables ainsi que ceux qui seraient les plus pertinents et les plus adaptés de nos jours aux visiteurs hétérogènes des établissements muséaux. La médiation culturelle est donc représentée selon plusieurs définitions et se matérialise suivant diverses méthodes. Entre autres, plus récemment, le milieu culturel est davantage enclin à l'exploitation des environnements numériques. En effet, les usages de ces espaces en tant que médias ou au sein de la muséographie sont de plus en plus fréquents. Les plateformes virtuelles et numériques sont donc de nouveaux canaux de diffusion d'informations qu'on intègre progressivement au monde muséal.

2.1 LA MÉDIATION CULTURELLE

Le concept de *médiation culturelle* possède une vaste richesse sémantique s'étendant sur plusieurs axes distincts. Il a notamment été développé selon trois orientations. Tout d'abord, l'*interprétation*, associée aux politiques culturelles, se distingue comme étant le rapprochement des publics avec les œuvres. Ensuite, l'*animation*, liée aux politiques d'immigration et de diversité, représente l'accessibilité aux ressources collectives que connaissent les citoyens. Enfin, l'*éducation artistique*, s'accordant quant à elle aux

politiques éducatives, recouvre le parcours instructif d'un individu en lien avec la culture, à savoir le développement d'une sensibilité, d'une subjectivité ainsi que d'un sens critique (Lafortune, 2017). Dans le cadre de cette recherche, l'intérêt porte davantage sur les caractérisations du concept émises à partir du pôle *interprétation*. Les définitions proposées ci-dessous s'avèrent donc être opératoires, c'est-à-dire que l'accent est mis sur les propriétés de la médiation culturelle qui permettent de répondre aux objectifs de ce travail dirigé.

2.1.1 Définitions contextualisées

La *médiation culturelle*, selon cette perspective, puise d'abord sa valeur sémantique dans les fondements théoriques évoqués par l'américain Freeman Tilden au sujet de l'interprétation du patrimoine, basés entre autres sur l'élaboration de six principes. Ses recherches relatives au concept d'*interprétation*, associé spécifiquement aux parcs nationaux, que l'on trouve dans son livre *Interpreting Our Heritage* édité pour la première fois en 1957, permettent de concevoir l'acception que peut connaître la médiation au sein du milieu culturel et artistique. D'un point de vue théorique qui émane de la linguistique, l'idée d'*interprétation* désigne la transposition d'un langage vers une autre forme d'expression et, d'un ordre spirituel, on entend ce concept comme la valeur qu'arrive à rendre perceptible un objet, saisit au sens large, à l'aide des cinq sens traditionnels que possède l'être humain (Tilden, 1957). Interpréter le patrimoine est donc, pour l'interprète, voire pour le dispositif médiateur dans l'art contemporain, « [...] la révélation d'une vérité plus générale qui se cache derrière tout énoncé factuel³ » permettant à l'individu, voire au visiteur de l'institution muséale, « [...] de cultiver son esprit rationnel et spirituel⁴ » (Tilden, 1957, p. 8). La notion d'*interprétation*, vue sous cet angle, tend ainsi à représenter l'origine du concept de

³ Traduction libre : « [...] the revelation of a larger truth that lies behind any statement of fact (Tilden, 1957, p. 8). »

⁴ Traduction libre : « [...] the enrichment of the human mind and spirit (Tilden, 1957, p. 8). »

médiation culturelle dont on discerne les diverses manifestations actuellement dans les pratiques des établissements muséaux de la société contemporaine.

La plupart des définitions données par les muséologues pour expliquer la notion de *médiation culturelle* reposent ensuite sur la source même du concept de *médiation*. Au préalable, cette expression évoquait le recours à un sujet, dit médiateur, désigné en raison de son impartialité et de sa neutralité au sein d'un conflit, disposé entre deux parties afin d'assurer ou de rétablir une conciliation et un accord commun (Chaumier & Mairesse, 2013 ; Davallon, 2002 ; Glicenstein, 2009 ; Montpetit, 2011). En effet, suivant l'étymologie du mot *médiation*, en provenance du latin, on découvre le sens de « milieu » qui émerge de la racine *med* (Montpetit, 2011). Par ailleurs, les dictionnaires tels que le Multidictionnaire (Villers, 2015) et Le Petit Robert (Rey, Rey-Debove & Robert, 2014a) proposent des articles comparables définissant cette idée comme une entremise, voire un tiers, qui occasionne une réconciliation. Le terme didactique *médiation* fait alors écho à un élément intermédiaire (Rey, Rey-Debove & Robert, 2014b). En contrepartie, certains auteurs font également surgir de ce concept le sens de « division » (Glicenstein, 2009) paru en 1561 (Robert, Rey-Debove & Rey, 2017). Par conséquent, *médiation* est un terme polysémique (Chaumier & Mairesse, 2013) qui renvoie à différentes acceptions associées non seulement au monde de la culture, mais aussi à plusieurs autres branches et disciplines comme la philosophie (Montpetit, 2011), le milieu des entreprises (Chaumier & Mairesse, 2013), la sphère religieuse (Davallon, 2002 ; Glicenstein, 2009), etc.

À partir des années 1960, la société française fait face à un phénomène de « décentralisation culturelle (Caillet & Bordeaux, 2013) » où la diffusion du patrimoine artistique est limitée (Caillet, 1995 ; Caune, 1999). Les chercheurs en sont alors venus à discerner et à entamer l'étude de la médiation culturelle. L'éducation est une préoccupation de plus en plus marquée au courant des années 1970 ce qui permet aux experts d'étendre leur compréhension du concept et de le voir s'animer au fil du temps au sein des institutions muséales (Caillet & Bordeaux, 2013). Les années 1980

marquent donc l'émergence concrète de l'idée de *médiation* reliée au domaine de la culture en Europe. Au Québec, c'est au début des années 1990 qu'on aborde le sujet de manière de plus en plus importante avec l'adoption de la Politique culturelle en 1992 (Lafortune, 2012). Toutefois, la période fixe de l'arrivée de la médiation culturelle demeure ambiguë. Pour certains, elle aurait existé avant même qu'on ne l'ait décelée. Effectivement, considérant le phénomène d'un point de vue religieux ou spirituel, la médiation culturelle pouvait sembler apparaître lorsque l'on interprétait un objet précis comme le pont entre l'humain et la divinité. Puis, d'un point de vue laïque, elle paraissait se discerner dans certaines communautés où la notoriété accordée aux individus était définie en fonction la valeur de leur richesse, celle-ci étant située entre le statut d'une personne et son être physique (Glicenstein, 2009). À l'inverse, on pense que la médiation culturelle aurait surgi avec certaines œuvres d'art contemporain (Lacerte, 2007) ou encore au moment où l'on aurait choisi de la nommer, à un moment précis, par exemple lorsque l'on a commencé à aborder la notion d'exposition comme média, c'est-à-dire, en tant que stratégie communicationnelle (Davallon, 1999). En conséquence, les experts du domaine, tenant compte de paramètres distincts, expliquent de manières différentes les fondements de la médiation culturelle.

Les théories stipulant la source du concept de *médiation* influencent les muséologues quant à leur entendement de la notion de *médiation culturelle*. Malgré les quelques nuances dans les définitions qui ont été proposées, les auteurs s'entendent généralement, depuis plusieurs années, pour définir la *médiation culturelle* comme étant la mise en relation de deux sujets, à savoir, l'ensemble des éléments intermédiaires situés entre l'offre culturelle et les publics afin de créer un partage des références donnant accès aux connaissances (Caillet, 1995 ; Caune, 1999 ; Chaumier & Mairesse, 2013 ; Davallon, 2002 ; Glicenstein, 2013). Une typologie concernant les dispositifs de médiation culturelle a été approfondie par plusieurs chercheurs, mais varie en fonction des positions défendues par chacun.

2.1.2 Typologie

L'étude de la médiation culturelle a permis aux experts de rendre compte de différents types d'éléments générateurs de sens au sein d'expositions ainsi que d'une multitude d'outils d'accompagnement à la visite offerts aux publics. Ces multiples dispositifs sont identifiés par certains auteurs comme des formes de médiation culturelle, des indicateurs, permettant de transmettre des renseignements aux regardeurs afin que ces derniers puissent obtenir les références nécessaires à l'interprétation des propositions auxquelles ils font face dans les institutions culturelles. Les types de dispositifs se divisent entre autres selon deux catégories, soit les médiations constitutives d'une exposition et les accompagnements des œuvres (Glicenstein, 2013).

D'une part, les médiations constitutives d'une exposition se traduisent par tout ce qui se rapporte à une présentation dans un établissement muséal et à la formulation de son concept. Ainsi, la notion même d'exposition a été examinée en profondeur en tant que média symbolique, c'est-à-dire, tel un dispositif suggérant une communication (Davallon, 1999). Dans le même ordre d'idées, l'exposition a été étudiée en comparaison à un texte dont la lecture permet d'adopter une certaine compréhension du discours présenté (Chaumier, 2011). Le choix des expôts et leur arrangement dans l'espace muséal renvoient dès lors à un récit préétabli. En effet, les éléments expographiques d'une présentation, c'est-à-dire l'aménagement des pièces, la disposition des objets, la couleur des murs, l'éclairage des salles, le parcours suggéré, etc., arrivent à créer une atmosphère reflétant le scénario imaginé par le commissaire, influençant ainsi la perception des publics (Merleau-Ponty & Ezrati, 2006). Par conséquent, selon certains chercheurs, le médium d'exposition serait lui-même un type de médiation culturelle.

Par ailleurs, la démarche curatoriale est également perçue comme une forme de médiation culturelle étant donné qu'elle peut être considérée telle une opération dépourvue de neutralité, suggérant un propos précis. Les messages évoqués

seraient en effet déterminé initialement par le commissaire, c'est-à-dire au moment de l'élaboration du concept, ce qui occasionne l'apparition d'une signification, préalablement construite, dans l'exposition (Alcade, 2011 ; Glicenstein, 2017). La vision du spectateur, étant alors orientée vers celle des curateurs, montre que les auteurs des expositions, et non seulement les artistes exposés ainsi que leurs travaux, arrivent à transmettre un discours (Heinich, 2009a). Ils occupent alors en quelque sorte une position de médiateur, c'est-à-dire qu'ils agissent en tant qu'intermédiaires entre l'objet muséal et les publics.

Enfin, les écrits de la décennie actuelle dévoilent une opposition entre les avis d'experts de la médiation culturelle en ce qui concerne les supports servant à promouvoir les expositions. Pour certains, les publicités, telles que les *flyers*, les affiches ou encore les communiqués de presse, seraient créées et diffusées à des fins de médiation constituante (Glicenstein, 2013) tandis que d'autres notent une différence entre les activités de médiation culturelle et les activités promotionnelles qui, elles, se rapporteraient davantage à des activités commerciales reliées aux relations publiques (Chaumier & Mairesse, 2013). Pour cette recherche, les divers outils et démarches associés à la promotion sont considérés comme des dispositifs constitutifs de la médiation culturelle.

D'autre part, les médiations de type accompagnement des œuvres incluent notamment l'ensemble des textes dans les expositions, qu'ils prennent l'aspect de catalogues, d'écrits sur les sites Internet ou encore de dossiers pédagogiques (Glicenstein, 2013). Cette catégorie de médiation culturelle, aussi appelée médiation différée (Caillet & Bordeaux, 2013), comprend également les autres outils d'accompagnement, spécialement conçus pour les publics, comme les tours guidés, les audioguides, les conférences réalisées par les artistes ou les commissaires, les supports interactifs, les contenus multimédias, etc.

Finalement, maintes typologies ont été dressées au sujet des types d'apparitions de la médiation culturelle. Quelques auteurs se concentrent davantage sur une typologie liée uniquement aux médiations culturelles textuelles alors que d'autres accordent un intérêt particulier, par exemple, à la distinction entre les médiations culturelles verbales et celles non verbales (Glicenstein, 2013). La typologie varie donc selon chaque expert dans le domaine et inclut des dispositifs qui ne sont pas toujours les mêmes. Néanmoins, les classements évoquent un nombre considérable de similitudes permettant le discernement des principales formes de médiation culturelle, à savoir tous les types d'écriture et d'énoncés verbaux, les contenus numériques, le commissariat, le média d'exposition, les ateliers pédagogiques, etc.

2.2 LA MÉDIATION CULTURELLE DE L'ART CONTEMPORAIN

La médiation culturelle implique une intervention dans l'exposition. C'est donc nécessairement un « bruit » qui s'installe dans la présentation, perturbant, d'une façon ou d'une autre, les propos énoncés (Bal, 2007). On s'est ainsi beaucoup interrogé quant à la nécessité d'inclure des éléments situés entre les œuvres et les visiteurs afin d'offrir une lecture spécifique des propositions au sein des institutions muséales.

2.2.1 Les nécessités de la médiation culturelle de l'art contemporain

Au fil du temps, plusieurs chercheurs se sont penchés sur la question concernant les besoins d'inclure des dispositifs de médiation culturelle dans les expositions d'art contemporain. Certains se rapportent à une vision traditionnelle indiquant que les œuvres d'art sont autonomes, qu'elles arrivent à transmettre un message par elles-mêmes (Chaumier & Mairesse, 2013 ; Glicenstein, 2009), voire que l'art est inexplicable (Alcade, 2011). Suivant cette optique, on pourrait affirmer que les outils d'accompagnement à la visite sont négligeables. Dans le même ordre d'idées, les dispositifs de médiation culturelle seraient inutiles et rejetés si l'on considère le point de vue des auteurs qui, comme André Malraux au cœur de

la Politique culturelle française, témoignent du fait que les œuvres doivent être ressenties (Caillet & Jacobi, 2004 ; Caune, 1999 ; Glicenstein, 2009) et que les expositions d'art devraient alors suivre l'opérativité symbolique établie par Jean Davallon favorisant une situation de rencontre, c'est-à-dire un contact direct entre le visiteur et l'objet muséal (Davallon, 1999).

À l'inverse, la médiation culturelle au sein d'expositions d'art est revendiquée par un grand nombre de spécialistes et plus particulièrement depuis l'arrivée de l'art contemporain dans les sociétés occidentales. Le milieu culturel tend à devenir de plus en plus accessible dans les années 1960 et 1970. Les établissements muséaux ne sont désormais plus exclusifs à l'élite (Alcade, 2011). Ainsi, plusieurs experts affirment que les œuvres d'art contemporain se doivent d'être expliquées afin que le grand public puisse se les approprier et les saisir dans leur intégralité. Par ailleurs, les pratiques artistiques ont évolué de sorte que les œuvres nécessiteraient dorénavant un contexte qui invite à leur compréhension étant donné qu'elles ne seraient plus autonomes (Caillet & Jacobi, 2004 ; Glicenstein, 2013 ; Heinich, 2009a). Effectivement, comme la sociologue et spécialiste de l'art contemporain Nathalie Heinich le souligne, les objets présentés dans les expositions d'art contemporain ne permettent pas qu'un seul regard puisse capter les messages que les artistes tentent d'exprimer au sein de leur pratique. Les visiteurs doivent voir au-delà des œuvres, ils doivent connaître les récits qui entourent ces travaux afin de pouvoir intégrer le monde de l'art contemporain, notamment celui de l'artiste ou du commissaire, pour finalement mieux l'entendre et l'interpréter (Heinich, 2009b).

2.2.2 Les publics et l'art contemporain à Montréal

Les écrits au sujet de l'art contemporain au Québec et à Montréal montrent que l'accès à la culture est toujours restreint, mais que plusieurs acteurs dans la société éprouvent un désir de changement et posent des gestes dans le but d'ouvrir le milieu culturel à l'ensemble de la population et non qu'à un public particulier, soit l'élite. On note entre

autres cette ambition d'évolution dans les descriptions, nouvelles ou redéfinies, des mandats et des missions des diverses institutions culturelles à Montréal.

L'art contemporain au sein de la communauté montréalaise est actif sur la scène culturelle spécialement depuis l'arrivée du MAC en 1964. Cette institution prône depuis longtemps des valeurs d'éducation afin d'ouvrir les pratiques artistiques contemporaines à un vaste public (Musée d'art contemporain de Montréal, 2017a). La médiation culturelle joue donc un rôle fondamental au sein de cet établissement montréalais. Pour Marc Mayer, directeur du MAC de 2004 à 2008, il est essentiel de connaître ses visiteurs afin d'adapter les activités du musée aux besoins. Considérant qu'il réside un froid entre l'institution et les individus qui s'intéressent à la culture, mais qui se sentent toujours intimidés par celle-ci, M. Mayer avait effectivement pour objectif de sensibiliser et d'attirer les « non-publics », c'est-à-dire les gens qui ne fréquentent pas les musées ou qui n'éprouvent aucun intérêt particulier envers ces endroits. Il est donc nécessaire, selon lui, de rendre l'environnement culturel accessible, spécifiquement avec l'organisation d'activités de médiation culturelle, et de faire tomber les préjugés stipulant que le droit d'entrée au musée n'est accordé qu'à un seul public, à savoir les intellectuels ou les citoyens de la classe supérieure (Steegmuller, 2008). On a en effet remarqué que le MAC attirait principalement un public élitiste puisque les visiteurs potentiels se sentaient effrayés devant l'art contemporain (Lévy & Paquet, 1999).

Le directeur actuel du MAC, John Zeppetelli, préconise, lui aussi, la philosophie concernant l'ouverture du monde de l'art au grand public. Il souhaite ainsi modifier cette vision perpétuelle qu'est l'inaccessibilité aux œuvres contemporaines en ouvrant ses expositions au plus grand nombre d'individus (Musée d'art contemporain de Montréal, 2017a). D'ailleurs, on voit naître plusieurs acteurs qui empruntent cette voie. Le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM), par exemple, agit activement auprès de ses visiteurs afin d'être plus accessible. L'équipe du MBAM tente effectivement d'inclure les populations qui semblent exclues, notamment avec la mise en place de

nombreux programmes d'éducation et d'art thérapie ou avec l'organisation d'activités culturelles destinées à plusieurs types de publics, comme les adultes, les enfants, les personnes en provenance de milieux défavorisés ou encore les gens ayant des problèmes de santé (Musée des beaux-arts de Montréal, 2018). Puis, la fondation DHC/ART, établie à Montréal depuis 2007, a pour mandat, non seulement d'occasionner une rencontre entre les publics et l'art contemporain, mais également d'éduquer les citoyens, aussi hétérogènes qu'ils soient, par le biais de ses outils et de ses activités pédagogiques tels que son document didactique *Mouvement* qui se renouvelle en fonction de chaque exposition (DHC/ART, 2017b). Enfin, on note également depuis 1985 l'association des galeries d'art contemporain du Canada (AGAC), regroupant à ce jour vingt-quatre établissements à Montréal et deux à Québec (Association des galeries d'art contemporain, 2018a), qui s'investit auprès des publics afin de les sensibiliser aux arts visuels (Association des galeries d'art contemporain, 2018b). Par conséquent, la médiation culturelle est d'une importance grandissante dans la société montréalaise et supporte considérablement le mouvement de démocratisation de l'art, dont celui de l'art contemporain.

2.3 LES ENVIRONNEMENTS NUMÉRIQUES DANS LES DISPOSITIFS DE MÉDIATION CULTURELLE

L'innovation technologique est un phénomène qui se déploie de jour en jour dans la société actuelle. La technologie est en effet employée de plusieurs façons, dans de nombreux domaines ainsi qu'à des fins variées. Au sein du monde muséal, les environnements numériques sont notamment exploités en tant que plateformes situées entre les publics et les établissements comme outils de communication, c'est-à-dire dans les dispositifs de médiation culturelle. En effet, plusieurs institutions muséales, locales et internationales, font usage du Web, d'applications mobiles, des réseaux sociaux ou de tout autre dispositif technologique ou espaces numérique et virtuel afin de diffuser certaines informations dans une perspective éducative et promotionnelle.

L'arrivée de la toile⁵ dans les années 1990 et le développement continu des ressources numériques ont inévitablement permis à plusieurs institutions, telles que les musées, d'étendre leurs contenus à de nouveaux publics. Effectivement, le Web et les applications mobiles offrent la possibilité aux individus d'accéder à de la documentation virtuelle. La présence physique d'un visiteur en un lieu précis dans le but d'obtenir des informations est donc désormais facultative (Lisney, Bowen, Hearn & Zedda, 2013). Selon Sylvie Lacerte, chercheure en art contemporain, les contenus diffusés en ligne s'avèrent être des instruments pratiques lorsqu'exploités stratégiquement (Lacerte, 2007). En effet, Jonathan Bowen, professeur au département d'informatique de l'Université de Reading au Royaume-Uni et fondateur de la bibliothèque virtuelle des pages des musées⁶, affirme que le Web, employé adéquatement, serait un outil qui pourrait permettre aux institutions muséales d'être plus accessibles. Par exemple, un renseignement diffusé en ligne a la possibilité de rapprocher deux sujets éloignés tels qu'un citoyen européen ainsi qu'un artefact numérisé sur la page Internet d'un musée localisé en Amérique du Nord (Bowen, 2000).

2.3.1 Les dispositifs numériques dans la médiation culturelle au Québec

Au Québec, on note aujourd'hui dans beaucoup d'établissements culturels l'usage courant de dispositifs traditionnels de médiation culturelle, à savoir les visites commentées ou encore les éléments textuels. Par contre, la technologie, employée dans les canaux de transmission de renseignements, n'apparaît dans les institutions muséales internationales que depuis 2008 (Daignault & Cousson, 2011). Ainsi, l'usage de téléphones intelligents et de la technologie 3G a été expérimenté pour la première fois au Québec dans un établissement culturel en 2009-2010, soit au Musée de la civilisation au sein de l'exposition *Copyright humain* (Daignault & Cousson, 2011). Puis, des

⁵ World Wide Web (WWW)

⁶ Virtual Library museums pages (VLmp) – Annuaire international des musées sur le Web, un projet soutenu par le Conseil international des musées (ICOM) (Bowen, 2002).

applications mobiles et des parcours virtuels sont développés au courant des dernières années dans certains musées d'art tels qu'au Musée d'art de Joliette (Musée d'art de Joliette, 2016), au Musée des beaux-arts de Montréal (Musée des beaux-arts de Montréal, 2017) et au Musée national des beaux-arts du Québec (Musée national des beaux-arts du Québec, 2018) afin de rendre divers contenus numériques disponibles aux publics. Le Musée McCord à Montréal possède également des dispositifs technologiques tels qu'une plateforme en ligne où plusieurs artéfacts ont été numérisés et documentés (Musée McCord, 2018). De ce fait, cet établissement a collaboré à des études menées entre autres par les chercheuses Marie-Claude Larouche et Anick Meunier concernant l'efficacité de la technologie mobile et des contenus en ligne comme dispositifs éducatifs. Ces recherches montrent que les outils technologiques développés pour ce contexte sont favorables à l'apprentissage de certains points (Larouche et al., 2015), mais qu'ils pourraient être améliorés afin que, par exemple, leurs usages soient plus conviviaux (Larouche, Meunier & Lebrun, 2012). L'interface des instruments technologiques est donc un enjeu important quant à l'usage du numérique dans les dispositifs de médiation culturelle.

Bien que des analyses qualitatives aient été réalisées afin d'évaluer les outils pédagogiques et dans le but d'approfondir les connaissances sur le sujet, la littérature dévoile que peu de recherches théoriques ou d'enquêtes empiriques ont été réalisées concernant la médiation culturelle au sein de la société québécoise (Lafortune, 2012) et, plus précisément, en ce qui a trait à l'intégration des technologies comme dispositifs d'accompagnement à la visite (Larouche et al., 2015). En somme, on dénombre au Québec plusieurs institutions muséales faisant usage des environnements numériques qui nécessitent d'être davantage étudiés.

2.3.2 Les environnements numériques au sein de l'art contemporain

À Montréal, l'usage de dispositifs technologiques dans la médiation culturelle au sein de l'art contemporain s'effectue en partie par le biais du Web. Effectivement, la plupart

des institutions d'art contemporain possèdent une page en ligne leur permettant de transmettre aux internautes des renseignements promotionnels et instructifs. Le MAC, entre autres, propose sur son nouveau site Internet une sélection d'œuvres numérisées parmi celles de ses collections ainsi qu'un contenu didactique pour chacune d'entre elles (Musée d'art contemporain de Montréal, 2018a). Il suggère aussi un blogue permettant aux navigateurs du Web de découvrir de nouveaux contenus en ce qui concerne l'art contemporain (Musée d'art contemporain de Montréal, 2018d). Quant à la fondation DHC/ART, elle offre également un blogue ainsi qu'un audioguide en ligne afin de rendre accessibles plusieurs informations concernant les œuvres exposées dans l'enceinte de ses salles (DHC/ART, 2018a). Ces deux institutions dévoilent en outre sur leur page des contenus informatifs au sujet de leurs activités tels que des textes de présentation relatifs à leurs expositions actuelles et aux artistes à l'affiche ou encore en ce qui concerne leurs heures d'ouverture et autres informations pratiques. Par ailleurs, on trouve également sur le Web des banques de données permettant aux publics québécois d'avoir accès à certains renseignements qui portent sur l'art contemporain. VOX, un centre de l'image contemporaine à Montréal, fait partie des établissements qui offrent cette possibilité avec ses plateformes numériques telles que *Le fonds documentaire de la photographie québécoise* qui contient 6500 images disponibles en ligne (VOX, 2018).

Mis à part l'usage et l'élaboration d'espaces sur le Web, les environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle se présentent également dans certains établissements muséaux d'art contemporain sous la forme d'outils interactifs qui accompagnent la visite, notamment, la réalité virtuelle, la technologie holographique et les contenus multimédias, soit sonores et visuels, exposés dans des salles immersives, sur des tablettes électroniques ou sur des bornes interactives.

La Société des musées du Québec (SMQ), un acteur important et porte-parole au service des intérêts du réseau muséal québécois (Société des musées du Québec, 2017a), fait néanmoins remarquer que les expériences numériques sont employées dans

quelques établissements culturels, mais elle ne fait mention d'aucune institution dédiée uniquement à l'art contemporain faisant usage de dispositifs technologiques (Société des musées du Québec, 2017b). Ainsi, les diverses publications, étant restreintes au sujet de la médiation culturelle sous formats numériques dans l'art contemporain au Québec, dévoilent que le phénomène est récent dans ces lieux et établissent le constat d'un manque de recherche dans le domaine bien que l'on puisse constater que la technologie, employée comme média, est présente dans l'art contemporain à Montréal.

Les dispositifs technologiques dans la médiation culturelle ont aussi été expérimentés ailleurs depuis quelques années, notamment dans d'autres institutions muséales en Amérique du Nord et en Europe (Daignault & Cousson, 2011). Par exemple, en ce qui concerne les établissements voués à l'art, la *National Gallery* de Londres est la pionnière parmi les grands musées à avoir créé une application mobile en 2009 permettant aux visiteurs de découvrir ses œuvres et d'accéder à un contenu audio et vidéo (Daignault & Cousson, 2011). Elle propose également sur son site Web une visite virtuelle de ses salles et documente les œuvres de sa collection (National Gallery, 2017). Le Musée du Louvre à Paris offre à ses publics des outils interactifs tels un audioguide sur Nintendo 3DS (Musée du Louvre, 2017a) ainsi qu'une application mobile, également depuis 2009 (Larouche et al., 2015), suggérant une visite, sur iPhone, construite selon de multiples parcours possibles (Musée du Louvre, 2017b). Le *Brooklyn Museum* à New York, quant à lui, offre aussi depuis 2009 un contenu en ligne (Brooklyn Museum, 2017) ainsi qu'une application mobile sous l'aspect d'un catalogue virtuel transmettant des informations sur ses œuvres (Daignault & Cousson, 2011). Pour terminer ce bref aperçu, l'*Institute of contemporary art* de Boston proposait à son tour, au lancement de son nouveau site Web en 2015, une application en ligne, également disponible sous format mobile, informant ses publics au sujet de ses expositions et de l'institution en général (ICA Boston, 2017). Somme toute, ces quelques exemples d'usages de la technologie au sein d'établissements culturels internationaux dans les dispositifs de médiation culturelle montrent l'engouement de plus en plus marqué envers ses outils.

Enfin, les réseaux sociaux sont également des environnements numériques exploités au sein de l'art contemporain. En effet, plusieurs institutions culturelles montréalaises font usage des plateformes sociales numériques afin de promouvoir, entre autres, leurs activités. La fondation DHC/ART et le MAC possèdent tous les deux, par exemple, une page Facebook ainsi qu'un compte Instagram qu'ils utilisent notamment comme espace promotionnel. La création d'événements sur leur compte Facebook concernant les vernissages, les conférences ou toute autre activité permet effectivement à ces institutions d'accéder à un public précis, soit les internautes et les mobinautes. Facebook a d'ailleurs lancé une application, *Facebook Local*, une actualisation de l'application *Facebook Events*, qui se consacre uniquement à la publication d'événements relatifs à la région de l'utilisateur et à ses intérêts (Facebook, 2018). Par conséquent, les réseaux sociaux sont aussi des plateformes médiatrices que l'on distingue au sein des institutions muséales. Ces environnements numériques permettent d'offrir divers contenus aux publics, plus précisément, aux usagers du Web et aux utilisateurs d'applications mobiles.

La question de l'accessibilité par le biais du numérique demeure cependant un sujet intéressant pour plusieurs chercheurs. On s'interroge en effet en ce qui a trait à l'inclusion sur le Web de populations précises telles que les personnes aveugles (Bowen, 2002), les analphabètes ou encore les communautés géographiquement désavantagées. Le phénomène de l'exclusion sociale et de la fragmentation est donc un sujet qui découle du développement et de l'usage des environnements exposés sur la toile qui apparaissaient pourtant être une révolution en matière d'accessibilité, posant cependant à ce jour des questions à l'égard de la segmentation des populations (Beauchamps, 2009).

2.4 SYNTHÈSE

En somme, le concept de *médiation culturelle* abordé dans cette recherche s'allie au sens d'*interprétation*. Issue du concept originel de *médiation*, la médiation culturelle s'avère être une composante intermédiaire ayant pour objectif d'accorder un terrain

d'entente entre deux sujets, soit l'institution muséale et les publics. Elle se révèle donc au sein d'éléments positionnés entre ces deux parties afin de les rapprocher. La médiation culturelle se manifeste sous plusieurs aspects que l'on peut autant discerner directement à l'intérieur des expositions, c'est-à-dire dans la muséographie, qu'autour de celles-ci.

Bien que différents experts adoptent la position favorisant une rencontre directe entre les regardeurs et les objets muséaux, le monde de l'art contemporain, exposé sans éléments médiateurs, quels qu'ils soient, est, selon plusieurs autres chercheurs, un monde incompris par certains publics. Les interventions permettant une interprétation des propositions muséales sont dès lors revendiquées. Les institutions culturelles montréalaises, se sentant interpellées par l'idée de démocratisation des pratiques artistiques contemporaines, s'engagent sitôt à accompagner les publics dans leur expérience de visite.

Le développement des technologies dans nos sociétés permet d'ouvrir la médiation culturelle à de nouvelles formes d'emplois. Le numérique est en effet un outil dont les usages sont divers et de plus en plus fréquents dans l'espace muséal, notamment afin de soutenir cette volonté qu'est de rendre l'art contemporain davantage accessible. On note entre autres depuis les dernières années l'arrivée de nouveaux dispositifs technologiques interactifs dans les salles d'expositions. On remarque également l'arrivée des réseaux sociaux ainsi que de nombreux sites Web d'établissements muséaux occasionnant une plus grande visibilité à ces entreprises. Les informations diffusées en ligne sont effectivement désormais disponibles à de nouveaux publics, à savoir ceux qui ne fréquentent pas les musées, mais qui naviguent sur la toile. L'accessibilité aux contenus sur le Web ou sur tout autre dispositif numérique en galerie demeure toutefois un enjeu considérable si l'on tient compte de différents paramètres tels que l'ergonomie des interfaces, les langues de diffusion, les types de contenus exploités, etc.

CHAPITRE 3 – DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Les ouvrages d'Albarello (Albarello, 2012), d'Angers (Angers, 2014) et de Daignault et Schiele (Daignault & Schiele, 2011) ont été nécessaires à l'élaboration de la démarche méthodologique la plus adaptée aux interrogations posées par cette étude. Les méthodes de recherche sélectionnées visent à rendre compte de l'état actuel de l'emploi des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'espace muséal local et international. Les méthodologies favorisées contribuent spécifiquement à la description des usages de ces plateformes virtuelles, soit à déterminer les limites qu'elles posent ainsi que les possibilités qu'elles offrent, notamment dans l'enceinte des deux établissements étudiés dans cette recherche. Elles permettent aussi de relever le type de liens que les environnements numériques établissent avec les visiteurs. Effectivement, cette démarche méthodologique consent, d'une part, à connaître la vision de DHC/ART quant à la médiation culturelle entendue comme concept général ainsi qu'en ce qui concerne ses diverses formes de matérialisation, entre autres technologique, au fil du temps au sein de la fondation, et, d'autre part, à comprendre la perception du MAC concernant les pratiques de médiation culturelle et l'usage de contenus diffusés par voie numérique. Enfin, les méthodes de recherche permettent également de tenir compte de la vision des publics de chaque établissement. L'observation de ces deux lieux vise donc à récolter différentes informations permettant de formuler des hypothèses ou de remarquer des tendances à l'égard de la situation actuelle du numérique et de la médiation culturelle sur la scène de l'art contemporain à Montréal.

Ce travail dirigé met alors en valeur une méthode de recherche qualitative, ayant pour objectif de comprendre un phénomène, de le détailler et de l'analyser. Les données récoltées se présentent sous forme de comportements, de motivations ou de représentations mentales (Albarello, 2012). Les informations recueillies ne possèdent donc pas de valeur numérique mesurable, d'où l'approche qualitative de cette étude.

Néanmoins, les résultats sont aussi compilés de manière quantitative dans le but d'émettre des statistiques concernant le nombre de répondants par rapport aux réponses obtenues. Par conséquent, la démarche méthodologique est constituée d'une recherche documentaire, d'une enquête empirique, puis d'analyses, comparative et descriptive. Les fondements théoriques relatifs à la technologie au sein de la médiation culturelle de l'art contemporain nécessitent effectivement d'être approfondis en complémentarité avec des données qualitatives récoltées dans différentes études ainsi que sur les terrains de recherche, physiques et virtuels. Finalement, les analyses, comparative et descriptive, contribuent à connaître, à représenter et à confronter les spécificités des environnements numériques dans la médiation culturelle que l'on trouve à DHC/ART, une fondation privée, et au MAC, un musée public.

3.1 RECHERCHES DOCUMENTAIRES

Les recherches documentaires dans le cadre de ce travail représentent d'une part, la consultation de monographies ainsi que d'auteurs parmi des ouvrages collectifs tels que Normand Baillargeon, Jonathan Bowen, Élisabeth Caillet, Jean Caune, Serge Chaumier, Jean Davallon, John Dewey, Jérôme Glicenstein, Nathalie Heinich, Daniel Jacobi, Sylvie Lacerte, Jean-Marie Lafortune, François Mairesse et Freeman Tilden, qui émettent des propos intéressants ainsi que les fondements théoriques concernant les notions et concepts pertinents au sein de ce projet, soit, *art contemporain*, *application mobile*, *audioguide*, *dispositif*, *éducation*, *environnement numérique*, *espace virtuel*, *interprétation*, *médiation*, *médiation culturelle*, *numérisation*, *pédagogie*, *publics*, *technologie*, *Web*, etc. D'autre part, il s'agit de relever les écrits en la matière et de tenir compte des résultats de recherches qui ont déjà été réalisées sur le sujet. Pour ce qui est de l'état de la question au Québec, les publications intéressantes sont entre autres celles des chercheuses Lucie Daignault, Marie-Blanche Fourcade, Dominique Gélinas, Marie-Claude Larouche et Anick Meunier.

3.2 ENQUÊTE EMPIRIQUE

Comme les écrits révèlent une insuffisance de recherches sur le phénomène à l'étude, une enquête empirique est également nécessaire afin de récolter des données qualitatives permettant d'établir de nouveaux résultats, complémentaires à ceux relevés dans la littérature. Les méthodologies utilisées pour l'enquête empirique se divisent en trois étapes, soit les observations *in situ*, les entretiens et les questionnaires.

3.2.1 Observations sur les terrains de recherche

La méthode de l'observation *in situ* permet entre autres de décrire le comportement des visiteurs de DHC/ART et du MAC en ce qui a trait aux différentes formes de médiation culturelle qui leur sont proposées. En effet, des données qualitatives sont recueillies notamment à propos de l'initiative des publics à faire usage des outils suggérés ainsi qu'en ce qui concerne leur interaction avec ces dispositifs. Ainsi, des constats peuvent être établis, éventuellement, quant à la popularité des divers instruments didactiques, leur ergonomie ou à l'accessibilité et la disponibilité de ceux-ci.

Les publics des deux établissements ont été étudiés selon des grilles d'observation précises (voir ANNEXE 1). Les visiteurs de la fondation DHC/ART ont été observés à deux reprises selon la méthode de l'observation participante, c'est-à-dire en prenant part à un groupe durant une visite guidée du midi ainsi qu'en intégrant l'équipe de préposés à la galerie lors d'une journée de la fin de semaine. Les publics du MAC, quant à eux, ont été observés une fois, le mercredi en soirée, suivant la méthode de l'observation non participante. Les plages horaires sélectionnées ont favorisé l'obtention d'un échantillon de participants plus abondant, et vraisemblablement plus diversifié, qui représentent donc approximativement les populations visées, à savoir les publics du MAC et ceux de DHC/ART. En effet, l'entrée est à demi-tarif les mercredis de 17h à 21h au MAC (Musée d'art contemporain de Montréal, 2018c) ce qui occasionne un plus grand achalandage. À DHC/ART, les midis en semaine,

grâce aux visites guidées (DHC/ART, 2018b), et les fins de semaine sont également des périodes plus animées au sein de la fondation.

3.2.2 Entretiens avec des experts

Afin de déterminer les visions de chacune des institutions à l'étude concernant la médiation culturelle, il a été pertinent de s'entretenir avec les spécialistes disponibles de ce domaine. À DHC/ART, les entretiens ont été effectués avec l'éducateur Daniel Fiset ainsi qu'avec la coordonnatrice des contenus et communications numériques Dahlia Cheng (DHC/ART, 2017a). Au MAC, les personnes qui ont été interrogées sont Julie Bélisle, responsable du développement des contenus numériques et Marjolaine Bourdua, coordonnatrice de la médiation numérique (Musée d'art contemporain de Montréal, 2017b). Il s'agissait donc d'entrevues individuelles semi-dirigées orientées selon des grilles prédéfinies dans le but d'obtenir des réponses aux questions fermées et ouvertes cherchant à connaître la position des institutions et la valeur du numérique ainsi que de la médiation culturelle dans ces lieux, puis les outils qui y sont préconisés ou rejetés. Les transcriptions des entretiens ont été réalisées à la suite des rencontres et approuvées par les répondants avant toute utilisation (voir ANNEXE 2). De cette façon, on s'assure que les propos sont exacts, qu'aucune donnée importante n'est omise et qu'il n'y a pas d'informations confidentielles qui sont diffusées publiquement.

3.2.3 Questionnaires dédiés aux visiteurs

Enfin, la collecte de données qualitatives au sein de l'enquête empirique s'est effectuée par l'entremise de questionnaires adressés aux publics des deux établissements étudiés (voir ANNEXE 3), bien que cette méthode soit habituellement recommandée pour une collecte de données quantitatives. Le questionnaire permet d'interroger un plus grand nombre de visiteurs en moins de temps que si la recherche se concentrait uniquement sur une méthodologie basée sur des entretiens. Les questions ont servi à connaître le point de vue des visiteurs concernant les outils de médiation culturelle de

l'art contemporain diffusé à DHC/ART et au MAC. Elles ont notamment permis d'évaluer la connaissance que les publics ont des environnements numériques associés à chacune des institutions ainsi que des usages qu'ils en font, puis de déterminer leurs appréciations des divers dispositifs.

Les questionnaires ont été remis en main propre aux individus à la fin de leur visite. Plus précisément, à la fondation DHC/ART, ils ont été distribués le samedi 16 juin 2018 de 11h à 18h et au MAC, le mercredi 20 juin 2018 de 17h à 20h. L'échantillonnage a été réalisé de manière aléatoire simple. Il dépendait en fait de l'intérêt des visiteurs à répondre au questionnaire en fonction du temps accordé pour ce volet de l'étude dans l'échéancier. Les moments de distribution ont été choisis de manière à obtenir l'échantillon le plus large possible et le plus représentatif des publics de chacun des terrains étudiés ainsi que selon les contraintes de temps imposées par le cadre du travail dirigé. La taille de l'échantillon représente un total de quarante-sept visiteurs dont dix-neuf de DHC/ART et vingt-huit du MAC. Les questions étaient à la fois fermées, ouvertes et semi-ouvertes afin d'obtenir le plus d'informations possible de la part des publics et donc, de ne pas restreindre les réponses qui pourraient être pertinentes à la recherche.

3.3 ANALYSES

Les types d'analyse sélectionnés dans cette recherche sont l'analyse comparative et l'analyse descriptive. Les données ont en effet été compilées dans différents tableaux et graphiques afin que les usages du numérique ainsi que la pratique de la médiation culturelle au sein des deux terrains de recherche, DHC/ART et le MAC, soient décrits puis comparés entre eux selon la littérature, en fonction de l'avis des experts et tenant compte de la parole des publics.

3.4 APPROBATIONS ET CONSENTEMENTS

Enfin, cette recherche impliquait la participation d'êtres humains. Le projet nécessitait alors, comme étape préalable, l'obtention d'une certification stipulant l'accomplissement de la formation en éthique de la recherche, soit l'Énoncé de politique des trois Conseils (EPTC 2) (voir ANNEXE 4), puis le certificat d'approbation éthique émis par le comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université du Québec à Montréal (voir ANNEXE 5). Par conséquent, l'accord de chaque institution et de chaque individu ayant participé à cette étude a été sollicité par le biais de formulaires de consentement⁷ et d'approbation organisationnelle ainsi que d'ententes de confidentialité (voir ANNEXE 6) avant l'entreprise de collecte d'informations.

Dans l'ensemble, les méthodes de recherches sélectionnées pour ce travail ont permis d'obtenir une vision globale sur le phénomène à l'étude malgré les limites qu'une telle recherche peut poser telles que le manque de temps ou l'insuffisance de participants.

⁷ Les spécialistes interrogés au sein des entretiens ont signé le formulaire de consentement avant de débiter leur entrevue (voir ANNEXE 2). Dans le cadre de la collecte de données auprès des visiteurs, le formulaire de consentement était présenté sur les pages préalables aux questionnaires (voir ANNEXE 3).

CHAPITRE 4 – ANALYSES ET DISCUSSION

La réalisation du volet théorique présenté ci-dessus et de l'enquête empirique effectuée sur les deux terrains de recherche, c'est-à-dire les observations participantes et non participantes ainsi que la voix des professionnels du domaine et des visiteurs de DHC/ART et du MAC, ont permis de décrire les usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal et, également, de mettre en parallèle les deux institutions en regard du phénomène observé. Les résultats dévoilent que le numérique est effectivement un champ auquel ces établissements et leurs publics s'intéressent. Plusieurs apports constituent le monde virtuel appliqué à l'art contemporain, mais ce dernier connaît aussi quelques limites. L'analyse suivante, permettant de répondre à la question principale de cette recherche, à savoir : « Quels sont les apports et les limites des environnements numériques utilisés au sein des dispositifs de médiation de l'art contemporain à Montréal ? », repose sur des données issues de la littérature et de l'enquête empirique soit : les grilles d'observation (voir ANNEXE 1), le tableau descriptif (voir ANNEXE 7) élaboré à partir des quatre entretiens (voir ANNEXE 2), puis des tableaux et graphiques (voir ANNEXE 8) basés sur les données relevées dans les questionnaires adressés aux visiteurs (voir ANNEXE 3).

4.1 VISION GÉNÉRALE DU MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL (MAC) ET DE DHC/ART FONDATION POUR L'ART CONTEMPORAIN CONCERNANT LA MÉDIATION CULTURELLE ET L'USAGE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DE L'INSTITUTION

L'usage du numérique dans la médiation culturelle est un procédé récent qui tend à se développer dans l'espace muséal. Au sein de l'art contemporain à Montréal, plus précisément, à DHC/ART et au MAC, la médiation culturelle occupe une place importante tenant compte du fait que l'éducation et la transmission du patrimoine composent en partie la définition d'un musée selon l'ICOM telle que présentée au

- chapitre un. Les deux institutions se préoccupent donc des diverses voies à offrir à leurs publics afin de les accompagner tout au long de leur visite ainsi que pour leur faire découvrir et apprécier l'art contemporain. L'usage du numérique dans la médiation culturelle, autant à DHC/ART qu'au MAC, s'effectue plus particulièrement par le biais de plateformes Web. Les autres types de dispositifs virtuels voués à l'accompagnement des visiteurs, comme les outils numériques insérés directement dans la muséographie, n'ont toujours pas été intégrés dans ces deux établissements.

4.1.1 Le MAC

Au MAC, la médiation culturelle se présente sous trois grands axes, soit les visites guidées, les ateliers d'arts plastiques et les événements tels que les colloques, les conférences et les rencontres avec les artistes. La philosophie associée à la médiation culturelle mise surtout sur l'interactivité. Les médiateurs présents dans les salles d'expositions, les éducateurs ainsi que les guides favorisent les échantent entre les individus. Le contact humain, voire le dialogue généré à partir de la parole des publics, est donc une méthode que l'on privilégie.

Par ailleurs, le MAC s'accroche à une vision traditionnelle, concordant entre autres avec celle d'André Malraux présentée dans la théorie, qui soutient l'idée d'une rencontre directe entre le visiteur et l'œuvre, c'est-à-dire sans quelconque intermédiaire ou interférence. On pense effectivement que les dispositifs technologiques peuvent être source de dérangement lors des moments de contemplation et d'appréciation de l'art. Par conséquent, le numérique s'insère plus difficilement à la médiation culturelle. Néanmoins, le MAC se sent concerné par les technologies. Effectivement, l'équipe du musée fait usage de diverses plateformes numériques, notamment de microsites et d'une page Internet qui a récemment été renouvelée. Il est possible de trouver plusieurs contenus sur ces plateformes, dont une partie des œuvres de la collection qui a été numérisée. Ces espaces virtuels élaborés par le musée prennent donc la forme de dispositifs numériques de médiation culturelle.

4.1.2 DHC/ART

La médiation culturelle fait partie du mandat de la fondation DHC/ART. L'éducation occupe donc une grande place au sein de l'établissement. L'équipe mise particulièrement sur une approche dialogique, notamment dans le cadre des visites guidées. Les échanges entre les individus, que ce soit les visiteurs entre eux ou avec les éducateurs, sont donc tout aussi importants et privilégiés qu'au MAC.

La médiation culturelle numérique à DHC/ART, comme au MAC, se présente davantage sur des plateformes en ligne que sur des dispositifs muséographiques. L'institution possède elle aussi quelques microsites ainsi qu'une page Internet dont le renouvellement est prévu à l'automne 2018. Elle suggère également un audioguide qui prend la forme d'un microsite proposé dans un format mobile pour les téléphones intelligents entre autres. Ainsi, les visiteurs peuvent l'écouter sur leur propre appareil au moment où ils le souhaitent.

Les configurations des salles d'expositions ainsi que la philosophie adoptée par les employées prônant la non-intrusion offrent une liberté aux publics. En effet, on laisse le choix au visiteur de parcourir l'exposition par lui-même, sans éléments médiateurs, ou encore de se laisser guider dans les galeries par des dispositifs de médiation culturelle tels que l'éducateur lors d'une visite commentée, l'audioguide, le mot de la commissaire inclus dans un pamphlet, etc. Ainsi, la médiation culturelle proposée par DHC/ART vise tous les types de publics, qu'ils soient réels ou virtuels.

4.2 APPORTS ET LIMITES DU NUMÉRIQUE DANS LES DISPOSITIFS DE MÉDIATION CULTURELLE AU SEIN DE L'ART CONTEMPORAIN À MONTRÉAL

L'observation et l'analyse des usages de la technologie dans les dispositifs de médiation culturelle à DHC/ART et au MAC ont permis de répondre à la question principale de cette recherche et donc, de déterminer les apports et les limites de

l'utilisation du numérique en but d'établir une connexion entre les établissements d'art contemporain à Montréal et les publics. Les outils qui relèvent de la technologie sont variés. Ils se matérialisent sous forme d'applications mobiles, de pages Web, de tablettes électroniques disposées dans les salles d'expositions, de blogues, de réseaux sociaux, d'audioguide, etc. Chaque dispositif possède ses propres caractéristiques pouvant limiter les usages possibles, mais également apporter des bénéfices à la mission de médiation culturelle de chacune des institutions.

4.2.1 Tous types de dispositifs numériques

Apports

Selon les professionnels interrogés au MAC et à DHC/ART, les dispositifs technologiques permettent de diversifier les outils de médiation culturelle. Effectivement, le numérique apporte une nouvelle forme d'accessibilité aux contenus qui se distingue des formats traditionnels de médiation culturelle. Autrement dit, l'espace numérique se veut être un second support permettant aux diverses informations d'exister différemment de la façon courante. La proposition d'une variété de dispositifs permet donc aux institutions de convenir à un plus grand nombre de personnalités et par le fait même, d'élargir leurs publics. En effet, selon Daniel Fiset, éducateur à DHC/ART, le numérique peut toucher un public autonome ou autodidacte, c'est-à-dire que la temporalité qu'autorise un outil technologique comme un audioguide ou un site Web est différente de, par exemple, une visite guidée ou encore une conférence qui, elles, s'offrent à des heures précises. Puis, cette autre temporalité permet aussi, selon Marjolaine Bourdua, coordonnatrice de la médiation numérique au MAC, de préparer l'individu à son passage au musée ou encore de créer une suite à sa visite. On peut donc supposer que les environnements numériques sont complémentaires aux autres dispositifs de médiation culturelle.

Dans un autre ordre d'idées, les espaces virtuels sont des plateformes qui offrent la possibilité de diffuser des contenus qui, habituellement, sont inaccessibles au grand public. Comme l'a mentionné Julie Bélisle, responsable du développement des contenus numériques au MAC, les documents conservés qui ont une certaine valeur historique et qui ne peuvent être manipulés que par des spécialistes deviennent effectivement disponibles à un plus large public lorsque leur état original prend une seconde forme, celle du numérique.

Enfin, selon M. Fiset, les dispositifs numériques permettent plus facilement la traduction multilingue. En effet, à titre d'exemple, un script prédéfini voué à être diffusé sur le Web se traduira plus simplement puisqu'il est déjà connu comparativement à un dialogue spontané entre un guide et un individu lors d'une visite guidée. Ainsi, l'espace virtuel apporte une dimension internationale à la médiation culturelle, c'est-à-dire qu'il permet de diffuser des contenus en un nombre infini de langues lorsque les ressources sont disponibles, à savoir, les budgets, les traducteurs et les plateformes de diffusion.

Limites

Les environnements numériques comportent aussi plusieurs limites. En effet, ils demandent énormément de ressources dans le but d'être concrétisés. D'un commun accord, les professionnels du MAC et de DHC/ART confirment que les outils technologiques sont coûteux et nécessitent beaucoup de temps de développement ainsi que de ressources humaines pour les élaborer et les maintenir à jour. En effet, l'utilisation des technologies requiert une équipe qualifiée dans le domaine, un budget pour l'acquisition des matériaux et des experts nécessaires, puis un emploi du temps qui laisse place au développement de ces dispositifs, une tâche qui s'ajoute effectivement à toutes les autres missions déjà existantes dans les institutions.

En plus d'exiger de nombreuses ressources, la mise sur pied de différents dispositifs numériques par rapport à leur pérennité est une question à laquelle réfléchissent autant le MAC que la fondation DHC/ART. Comme l'évolution des technologies s'effectue rapidement et sans que les institutions culturelles puissent réellement anticiper les changements appliqués à l'espace virtuel, un débat s'alimente quant aux investissements réalisés dans ces types de projets qui s'avèrent être « éphémères », comme les a caractérisés M^{me} Bélisle. Elle maintient aussi qu'il est impossible d'établir plusieurs années à l'avance des idées incluant la technologie puisqu'il est difficile de connaître l'état du monde numérique de demain.

Une autre limite que rencontrent les outils technologiques dans la médiation culturelle est le contact entre le dispositif et le visiteur. Puisque les deux établissements d'art contemporain de l'étude optent pour une formule de médiation culturelle qui valorise l'interaction et le dialogue entre les individus, si le dispositif s'apparente à une machine plutôt qu'à un humain, une approche du type que favorisent le MAC et DHC/ART est plus difficilement envisageable : « il n'y a aucune application qui peut interagir de la même façon qu'un être humain en présence physique », explique Marjolaine Bourdua : « ces outils-là, paradoxalement, les utilisateurs ont souvent besoin d'une présence humaine pour les activer, les rendre vivants, les comprendre [ou] entrer dans leurs contenus », indique-t-elle. Par conséquent, contrairement à l'être réel, tel qu'observé sur le terrain de DHC/ART lors de la visite guidée du midi, la machine ne peut faire preuve de rétroaction ou d'adaptation envers ses publics.

Par ailleurs, l'éducateur de DHC/ART a mentionné que l'expérience en galerie offre une certaine contextualisation des objets, parfois controversés, qu'aucune autre forme de médiation culturelle n'admette : « parfois ça désamorce de voir l'objet alors que les discours qui sont produits autour des œuvres peuvent être enflammés », a-t-il expliqué. L'expérience virtuelle ne permet donc pas, selon lui, qu'un visiteur éprouve le même sentiment que lorsqu'il est confronté directement aux œuvres. La médiation culturelle numérique se distingue ainsi de celle visible en salle, telle que présentée dans la

théorie, soit, l'aménagement de l'espace, la couleur des murs, le scénario créé par le commissaire, l'éclairage, le choix des objets et leur positionnement, l'atmosphère de la pièce, etc.

Finalement, les outils technologiques sont aussi confrontés à la question du droit d'auteur. En effet, la diffusion par voie virtuelle de contenus tels que des images d'œuvres impose l'obtention d'autorisations auprès des artistes. La publication de certaines informations nécessite même parfois le versement de redevances. Comme l'explique Dahlia Cheng, coordonnatrice des contenus et communications numériques à DHC/ART, il y a plusieurs règles à respecter lorsqu'il est temps d'utiliser des images. Il est primordial de ne pas les modifier et de les créditer, par exemple. Enfin, selon M^{me} Bélisle, toutes les démarches associées à l'acquisition des autorisations sont très énergivores et requièrent beaucoup de ressources (financières, temporelles, humaines).

4.2.2 Tous types de dispositifs numériques muséographiques

Apports

Les dispositifs numériques de médiation culturelle que l'on distingue directement dans la muséographie, c'est-à-dire au sein des expositions, sont, selon Julie Bélisle, une autre façon de livrer les propos. Par exemple, l'installation d'écrans tactiles dans les salles ou encore de bornes audiovisuelles permet d'offrir un contenu interactif qui se distingue d'un texte explicatif suggéré dans un pamphlet. C'est donc une façon différente de mettre le discours de l'exposition en valeur. Comme l'a indiqué M^{me} Cheng, ces outils offrent l'accessibilité aux informations à un public qui seraient moins à l'aise avec la lecture. Selon une enquête publiée en 2015, au Québec, on compte 53,2 % d'individus, soit plus d'une personne sur deux, qui ne possèdent pas les compétences nécessaires en littératie pour comprendre de manière autonome une information écrite et pour apprendre à la suite de sa lecture (Desrosiers, Institut de la statistique du Québec & Bibliothèque numérique canadienne (Firme), 2015).

Les dispositifs numériques muséographiques permettent d'inclure cette population aux espaces culturels. Ils tendent donc à démocratiser le milieu.

Limites

En revanche, pour les employés de DHC/ART et du MAC, ces outils présents dans la muséographie sont intrusifs. Ils se positionnent en travers de l'exposition occasionnant ainsi la perte de l'essence primaire de l'œuvre. L'expérience de l'appareil vient interférer avec l'expérience des objets exposés selon Julie Bélisle et Marjolaine Bourdua de l'équipe du MAC. M^{me} Bélisle indique aussi que les œuvres détiennent une aura que l'on doit respecter, qu'elles sont sacrées. Il est donc à son avis plus facile d'intégrer ce type de dispositif numérique muséographique au sein de musées de société ou encore d'histoire plutôt que dans un musée d'art, ce qu'affirme également M. Fiset de DHC/ART.

4.2.3 Tous types de plateformes en ligne

Apports

Les plateformes en lignes sont utiles aux institutions culturelles, notamment sur un plan promotionnel. Selon Dahlia Cheng, ces espaces permettent de réduire les coûts en marketing, puisqu'on les utilise entre autres pour promouvoir les activités des institutions, bien qu'on y diffuse également des informations pratiques ainsi que quelques contenus éducatifs, tel que mentionné par toutes les personnes interrogées au cours des entretiens.

Apparaître sur Internet permet au MAC ainsi qu'à la fondation DHC/ART d'obtenir une plus grande visibilité. Autrement dit, certains des contenus et des activités de ces deux institutions sont disponibles aux visiteurs virtuels, c'est-à-dire aux internautes, et non seulement aux visiteurs réels présents dans les lieux physiques.

Par le fait même, un espace en ligne rejoint plusieurs types de public, voire des nouveaux publics, à savoir, les gens qui, selon Julie Bélisle, tombent par hasard sur ces plateformes lors de leurs recherches et, comme l'a indiqué Daniel Fiset, ceux qui n'ont pas le temps, l'occasion ou l'envie de fréquenter les établissements. Ces contenus diffusés, par exemple, sur les réseaux sociaux, tels que la publication de l'enregistrement d'une conférence, sont ainsi mis à la disposition des personnes qui s'y intéressent, mais qui n'ont pas la chance d'y accéder en temps réel (conflit d'horaire, places limitées, à l'extérieur de la ville, etc.). Ils atteignent également une population étrangère. Plusieurs indices laissent croire que les répondants aux questionnaires ayant indiqué que c'était leur première visite soit à DHC/ART ou au MAC, sont étrangers. Effectivement, plusieurs employés des deux institutions ont affirmé que la saison estivale accueillait un grand nombre de visiteurs d'ailleurs. Puis, les périodes d'observation sur les terrains de recherche ont aussi permis de formuler cette remarque en raison des langues étrangères parlées par les individus sur place. Enfin, certains répondants ont même mentionné directement dans leur questionnaire qu'ils arrivaient d'un autre endroit. Sur la totalité des participants ayant indiqué que c'était leur première visite, 63 % ont répondu avoir navigué sur le site Internet des institutions. On peut donc émettre l'hypothèse que les pages Web du MAC et de DHC/ART rejoignent non seulement les étrangers, mais les attirent aussi, puisque parmi cette population, 92 % ont répondu avoir regardé les contenus en lignes entre autres pour connaître les heures d'ouverture. En conséquence, il est probable que les plateformes virtuelles servent à faire rayonner le contenu culturel québécois à l'international, dont la collection publique du MAC, ce qu'en a également témoigné M^{me} Bélisle. Finalement, les plateformes en ligne atteignent aussi, selon Marjolaine Bourdua, un public scolaire. En effet, les contenus disponibles sur Internet, tels que les œuvres numérisées ou le blogue, peuvent être utilisés par des professeurs afin de soutenir leurs exposés, par exemple, dans un cours d'histoire de l'art.

Puis, tel que l'a expliqué M^{me} Bourdua, l'usage de plateformes en ligne permet plus facilement de quantifier leurs utilisations. Il existe en effet plusieurs technologies

permettant notamment de connaître le nombre de vues sur une publication. Comme l'a mentionné Dahlia Cheng de DHC/ART, il est plus difficile de savoir qui a vu une affiche promotionnelle dans l'espace réel, par exemple dans une école, contrairement à une publicité dans le monde virtuel qui est quantifiable à l'aide d'outils d'analyse.

Enfin, l'utilisation de l'espace en ligne rejoint la population actuelle qui y est constamment confrontée. Daniel Fiset a expliqué qu'aujourd'hui, faire usage d'environnements numériques est bénéfique, puisque c'est une méthode qui permet d'établir un lien avec les individus, c'est-à-dire qu'on s'adapte à leur réalité : « je pense que c'est important, parce que de toute façon, ça fait partie du quotidien de beaucoup de nos visiteurs, donc c'est une façon pour nous d'entrer en contact avec eux. C'est juste la prise de conscience de la réalité que beaucoup de gens vivent », a-t-il affirmé. Par ailleurs, la période d'observation au MAC a permis d'émettre l'hypothèse stipulant que beaucoup d'individus parcourent les expositions avec un appareil mobile, tel qu'un téléphone intelligent, et l'utilisent durant la visite. En effet, à l'entrée des expositions figuraient les informations pour se connecter au *wifi* et plusieurs venaient s'y référer au courant de leur parcours.

Limites

Bien qu'il soit possible de compter les personnes atteintes par les publications diffusées sur la toile, il est moins évident, voire impossible, de les qualifier. Autrement dit, le passage d'un individu sur une page en ligne n'indique ni son profil ni son intérêt envers les informations sur lesquelles il s'est arrêté. Tel que l'explique M^{me} Bourdua, on ne peut évaluer l'impact que les contenus ont sur les visiteurs virtuels contrairement à l'effet chez les visiteurs réels lors d'un tour guidé par exemple. L'être en présence physique à la capacité d'interaction. Les publics accordent effectivement des retours spontanés aux guides, ceux-ci pouvant être empathiques. Ils peuvent comprendre un langage tangible, qu'il soit verbal ou non, et donc réagir face à leurs publics réels, puis s'adapter. Il est ainsi plus difficile d'interagir dans le monde virtuel,

étant donné que, vis-à-vis d'un écran d'ordinateur, il est impossible de saisir le récepteur et de s'y accommoder.

Par ailleurs, selon Julie Bélisle, les contenus en ligne demandent parfois une spontanéité de la part des institutions muséales quant à la réponse qu'ils doivent transmettre, par exemple, sur les réseaux sociaux ou encore dans leur boîte de messageries électroniques. Toutefois, les retours ne peuvent pas toujours tous être effectués sur le vif, puisque certaines situations requièrent une chaîne d'approbation avant de pouvoir réagir au nom de l'établissement.

Finalement, les équipes des deux institutions à l'étude affirment que les mises à jour et l'entretien des différentes plateformes en ligne limitent leurs usages. En effet, plusieurs ressources doivent être déployées afin de rendre ces dispositifs pertinents et dynamiques pour les publics.

4.2.3.1 Site Web

Apports

Le site Web est un environnement numérique qui sert autant à la fondation DHC/ART qu'au MAC. Cet outil apporte plusieurs bénéfices aux deux institutions. Il permet entre autres, selon Julie Bélisle, d'offrir une image sérieuse à l'établissement. En effet, les pages Internet sont aujourd'hui, à son avis, des incontournables : « si on n'est pas sur le Web, pour moi on n'existe pas », a-t-elle dit. Elle a affirmé que, dans le monde actuel, le Web est un second espace à combler, complémentaire au lieu physique du musée. D'ailleurs, on compte 83 % des répondants aux questionnaires ayant mentionné connaître l'existence du site Internet du MAC ou de DHC/ART et 70 % ont dit l'avoir déjà visité. Par ailleurs, 72 % des individus de l'échantillon total ont indiqué qu'ils allaient naviguer sur ces pages à la suite de leur visite. Il est alors possible d'émettre une conjecture désignant qu'une majorité de visiteurs

fréquente le Web. Cet espace virtuel occupe donc effectivement une place importante chez les publics à l'ère actuelle.

Les personnes interrogées au sein des entretiens au MAC et à DHC/ART s'accordent pour dire que le site Web est une plateforme qui permet une plus grande disponibilité des informations, puisqu'il est un second espace de diffusion. En effet, les contenus sont non seulement disponibles dans le monde réel, mais également en format numérique. Les gens qui fréquentent les établissements muséaux ne sont donc plus les seuls publics, car on touche désormais un public d'internautes qui ne visitent pas nécessairement les lieux physiques.

La plateforme Web permet également de diffuser différents types de contenus. Le design des sites Internet offre effectivement la possibilité de créer des sections distinctes afin de proposer une variété d'informations, que ce soit des renseignements pratiques, de la publicité pour les activités des institutions ou encore des contenus éducatifs, ces derniers ayant la possibilité d'intéresser les publics scolaires, voire les enseignants, comme l'a évoqué Marjolaine Bourdua. Le Web permet donc de créer un lien avec les écoles et les jeunes. C'est d'ailleurs par le biais de ces pages que les groupes peuvent s'inscrire ou se renseigner sur les activités, a expliqué Julie Bélisle.

Enfin, la disponibilité des contenus sur un espace qui dépasse les murs des institutions culturelles permet de rejoindre un public étranger, tel que mentionné précédemment. Les sites Web favorisent le contact avec une clientèle précise, les touristes. Ceux-ci peuvent trouver tous les renseignements pratiques pour planifier leur visite lorsqu'ils sont de passage dans la ville. En effet, on constate une certaine efficacité des sites Internet quant à la transmission d'informations, puisque plus de la moitié des répondants aux questionnaires ont indiqué avoir trouvé leurs renseignements sur les institutions entre autres sur les pages Web des deux établissements.

Limites

En contrepartie, bien que le design des sites Web offre plusieurs possibilités, il est également limité. Son interface et la façon dont il est conçu contraignent certaines des opérations possibles. Selon Marjolaine Bourdua et Julie Bélisle du MAC ainsi que Dahlia Cheng de DHC/ART, plusieurs interventions sur leur page respective sont limitées par la conception originale de la plateforme. Il y a des informations qui ne peuvent pas être disposées de la manière dont on le souhaiterait. Ces professionnelles ont expliqué que certains contenus sont restreints dans l'espace de l'interface et doivent être recadrés alors qu'ils ne le devraient pas, puis que des renseignements y sont également manquants. Par conséquent, les contenus diffusés sur les sites Internet ne sont pas toujours transmis de la façon la plus optimale, voire la plus pertinente ou la plus juste.

4.2.3.2 Réseaux sociaux

Apports

Les réseaux sociaux, quant à eux, permettent, selon Dahlia Cheng et Marjolaine Bourdua, de rejoindre des publics précis, à savoir les aînés ainsi que, à l'opposé, les plus jeunes. En effet, en fonction des statistiques qu'elles compilent, Facebook touche davantage la population de baby-boomers et Instagram atteint plus particulièrement les milléniaux. Ces plateformes offrent donc la possibilité aux institutions d'être un contact avec des personnes de pratiquement toutes les tranches d'âge.

Par ailleurs, comme l'a mentionné M^{me} Bourdua, les réseaux sociaux tels que ceux-ci sont offerts gratuitement. Ainsi, les établissements culturels et leurs publics n'ont pas à déboursier pour les utiliser. C'est donc un moyen supplémentaire d'être visible sans affecter les ressources financières. Ce sont des plateformes additionnelles qui permettent d'établir une connexion avec la population, de lui livrer différentes

informations telles que du contenu publicitaire, voire des liens vers d'autres types de contenus, afin de l'encourager à s'intéresser aux activités des institutions muséales ou même à se déplacer pour visiter les expositions en temps réel.

La coordonnatrice de la médiation numérique du MAC soutient également que les réseaux sociaux sont efficaces pour soigner l'image publique de l'établissement ainsi que pour divertir sa communauté. Elle a confirmé en outre que ces applications servent à la vente d'entrées ou d'abonnements annuels au musée (les MACartes).

Enfin, M^{me} Cheng a mentionné le fait que les réseaux sociaux permettent d'interagir avec les autres institutions culturelles par le biais des mentions ou des *hashtags*. De cette façon, une publicité est créée auprès de nouveaux publics, à savoir la communauté de ceux avec qui l'on interagit.

Limites

D'un autre côté, les réseaux sociaux, étant accessibles gratuitement, sont utilisés par plusieurs ce qui génère une forte compétition entre les institutions, tel que l'a souligné Marjolaine Bourdua. Il faut donc, à son avis, investir beaucoup d'énergie afin de se démarquer tout en gardant sa pertinence. Selon elle, c'est un défi de savoir attirer l'attention et, en même temps, de demeurer proche de l'essence de ce qu'est un musée, puis de rester de bon goût. Cette dernière soutient également que les réseaux sociaux, permettant de livrer une variété de types d'information, proposent beaucoup de contenus qui peuvent sembler dépareillés, étant rassemblés sur une même page.

Ensuite, comme discuté avec Dhalia Cheng, les réseaux sociaux sont des plateformes qui offrent l'occasion aux publics de s'exprimer, ouvrant donc une porte supplémentaire aux commentaires négatifs, et ce, de manière publique. En conséquence, les réseaux sociaux sont possiblement une source pouvant ternir l'image publique de l'institution culturelle. Toutefois, M^{me} Cheng maintient que cette

limite est positive et que la fondation DHC/ART est ouverte à la discussion avec ses publics. Les commentaires négatifs, quoique l'établissement n'en accueille que rarement, sont toujours bien reçus et permettent de clarifier ses points de vue.

Dans un autre ordre d'idées, 23 % des répondants aux questionnaires ont affirmé avoir trouvé des renseignements sur DHC/ART ou sur le MAC par l'entremise des réseaux sociaux. Par conséquent, puisqu'il y a un peu moins du quart de l'échantillon qui se soit informé auprès de ces plateformes, il est probable que le contenu qu'on y diffuse ne sert pas à renseigner la population au sujet des institutions culturelles. On peut donc soumettre l'hypothèse que les réseaux sociaux sont plus utiles pour le divertissement, par exemple. En effet, Majorlaine Bourdua a indiqué qu'il n'y a que certains types de contenus qui sont adaptés à ces environnements numériques, que des textes plus longs, plus chargés, n'y ont pas nécessairement leur place.

4.2.3.3 Microsites

Apports

Les microsites sont des environnements numériques utilisés et appréciés par la fondation DHC/ART et par le MAC. Sous format mobile, ces plateformes peuvent être employées directement sur l'appareil personnel des visiteurs. C'est donc, selon Julie Bélisle, une façon de faire usage des technologies en salle sans que ce soit trop intrusif comme les tablettes électroniques positionnées de part et d'autre des œuvres.

Les microsites en format mobile offrent aussi une liberté d'utilisation par les visiteurs. En effet, comme l'a indiqué Dahlia Cheng, le fait de ne pas offrir d'appareils à l'accueil pour accéder aux informations émises par ces outils permet aux individus de les consulter par eux-mêmes, avec leur propre matériel, au moment et à l'endroit où ils le souhaitent. De plus, la coordonnatrice des contenus et communications numériques de DHC/ART indique qu'il n'est pas très dispendieux d'héberger des microsites et

qu'ils peuvent être gérés directement par l'institution. Effectivement, les contenus ont la possibilité d'être modifiés ou reprogrammés par les équipes internes. C'est donc, selon elle, un dispositif numérique de médiation culturelle peu coûteux et facile d'entretien qui permet d'offrir de l'information, voire des contenus enrichis, tel que l'a mentionné Marjolaine Bourdua du MAC.

Limites

Toutefois, lorsque les microsites proposent des contenus qui sont davantage destinés à être consommés pendant la visite en salle, il n'est pas assuré que tous les visiteurs possèdent l'équipement nécessaire pour pouvoir en profiter : « souvent quand on pose la question du numérique dans les espaces d'exposition, on prend pour acquis, par exemple, que le matériel est disponible pour que les gens puissent consulter les contenus, que les gens vont avoir d'office une tablette ou un téléphone, que les gens vont avoir accès à un *wifi* ou qu'ils vont avoir des données Internet », a expliqué Daniel Fiset de DHC/ART. La diffusion d'informations par le biais de microsites est donc limitée aux visiteurs qui possèdent les appareils essentiels à leur utilisation.

4.2.3.4 Applications mobiles

Apports

Aucun apport spécifique aux applications mobiles n'a été souligné au sein de l'enquête empirique de ce projet de recherche.

Limites

Les applications mobiles sont des outils numériques de médiation culturelle que l'on apprécie moins au MAC ainsi qu'à la fondation DHC/ART. Les professionnels des deux institutions affirment que ces environnements sont beaucoup plus dispendieux à

développer que les microsites et ne permettent pas une gestion rapide et efficace, c'est-à-dire par l'équipe elle-même. Les institutions doivent faire appel aux développeurs si une reprogrammation ou une modification d'informations est nécessaire. Par ailleurs, les coûts pour rendre disponible une application auprès des publics sont très élevés : « Ça nous coûtait environ 2000\$ par année pour la garder sur l'*App Store* », a expliqué Dahlia Cheng lorsqu'elle parlait de l'audioguide sous format d'application mobile que DHC/ART proposait auparavant. Ainsi, il apparaît moins avantageux de concevoir des applications que des microsites en format mobile.

4.2.3.5 Audioguide

Apports

L'audioguide est, selon Dahlia Cheng, un outil d'accompagnement à la visite intéressant pour quelqu'un qui souhaite obtenir de l'information complémentaire au sujet des œuvres lors de son parcours, mais qui éprouve certaines difficultés avec la lecture que l'on trouve notamment sur les murs des salles ou encore dans les pamphlets explicatifs remis à l'accueil. C'est donc un support additionnel aux renseignements, voire une autre forme d'accessibilité au discours de l'exposition.

Limites

Toujours suivant l'avis de M^{me} Cheng, l'audioguide est un dispositif de médiation culturelle qui tend à dicter un axe à la visite. L'individu est alors, selon elle, restreint à la formule qui lui est suggérée par cet environnement numérique.

De plus, tel que mentionné ci-dessus, il est plus avantageux pour les institutions de développer l'audioguide sur un microsite format mobile que sur une application. La disponibilité du matériel devient donc la question qui prime. En effet, l'audioguide, étant proposé sur un microsite, demande que les visiteurs possèdent un appareil qui est

indispensable à son utilisation, mais il est probable que ce ne soit pas toujours le cas. Cependant, puisque cet outil est accessible en ligne, les publics ont le choix de le consulter avant, pendant ou après leur visite. Par conséquent, il est possible que les visiteurs aient accès au matériel requis ailleurs qu'au sein de l'exposition, tel que sur un ordinateur à la bibliothèque publique. Les données de l'enquête empirique dévoilent toutefois que deux personnes sur trois ont écouté l'audioguide de DHC/ART pendant leur parcours de l'exposition, la troisième personne ayant consulté le microsite après sa visite, et que 100 % de l'échantillon qui a écouté l'audioguide affirme l'avoir fait avec un téléphone intelligent. On peut alors émettre la conjecture stipulant qu'une majorité des visiteurs possède les appareils nécessaires.

Dans un autre registre, l'audioguide est, selon Dahlia Cheng de DHC/ART, un outil qui est plus efficace lorsqu'il est utilisé au moment de son parcours : « on parle seulement de notre audioguide/microsite aux visiteurs une fois qu'ils sont dans la galerie, car c'est un outil d'accompagnement à l'exposition, mais qui perd un peu sa valeur s'il est partagé sur le Web sans contexte, sans tous les visuels », a-t-elle indiqué. Ainsi, l'élaboration d'un audioguide sous la forme d'un microsite limite la compréhension de la personne qui en fait usage à l'extérieur des salles d'exposition.

Par ailleurs, lorsqu'un audioguide est disponible sur un microsite, il n'est pas nécessairement connu des visiteurs. À la fondation DHC/ART, il n'y a que 37 % de répondants au questionnaire qui étaient au courant de son existence et seuls 16 % de ceux-ci qui en avaient déjà fait usage. On peut donc hypothétiquement avancer l'idée que si l'on suggère un appareil à l'accueil pour écouter l'audioguide ou encore si l'on mentionne sa disponibilité sur un microsite, les individus seront davantage portés à l'utiliser. À preuve, 71 % des répondants conscients de l'audioguide ont dit avoir connu l'existence de cet outil à la réception de DHC/ART.

Finalement, Julie Bélisle du MAC a affirmé qu'un audioguide est un outil numérique de médiation culturelle rentable pour un grand musée qui réalise annuellement

plusieurs expositions de longue durée. Effectivement, les investissements financiers et temporels pour créer ce type de dispositif par rapport à sa pérennité et ses usages sont à son avis considérablement élevés pour un établissement culturel qui ne conçoit que quelques expositions par année s'échelonnant sur une courte période.

4.2.3.6 Numérisation des œuvres, des salles d'exposition et des collections

Apports

Numériser et diffuser une collection en ligne est bénéfique, selon Julie Bélisle, pour une société d'État comme le MAC. La disponibilité des œuvres sur le Web permet à la population québécoise d'avoir accès à la collection publique du MAC, autrement dit, à sa collection. Comme l'a mentionné M^{me} Bélisle : « c'est un pourcent de la collection qui est présenté en salle, donc ça permet de rendre accessible tout ce qui est dans les réserves ». Le numérique est, par conséquent, un moyen de rompre les contraintes imposées par l'espace physique, c'est-à-dire que la surface d'exposition disponible à l'intérieur des murs de l'établissement est restreinte comparativement à l'amplitude de l'espace virtuel.

La responsable du développement des contenus numériques du MAC affirme également que la numérisation des collections offre davantage de possibilités que, par exemple, un recueil d'œuvres imprimé. Ce qui est diffusé en ligne peut continuellement être mis à jour, enrichi ou renouvelé contrairement à un catalogue en version papier. En effet, une fois l'impression enclenchée, les contenus ne peuvent plus être modifiés.

Marjolaine Bourdua, quant à elle, a expliqué qu'au sein du service d'éducation, il est intéressant d'avoir le support visuel numérique d'œuvres qui ne sont pas accrochées sur les murs, car les pièces numérisées peuvent être rapprochées de manières pertinentes (par thématiques, par périodes, etc.) aux œuvres disponibles en galerie. La

mise en parallèle de différents travaux artistiques offre ainsi la chance aux visiteurs de faciliter leur compréhension de l'art contemporain.

Limites

En contrepartie, la création d'une plateforme comme celle-ci comporte plusieurs limites. La diffusion d'œuvres sur un environnement numérique publique, comme Internet, demande beaucoup de rigueur quant à la question du droit d'auteur. Les artistes doivent accepter de figurer sur une page en ligne. Obtenir les autorisations est donc une démarche longue et coûteuse pour les institutions culturelles. En effet, tout projet voué à faire partie d'un site Internet requiert beaucoup de ressources : « la plus grosse partie de mon budget c'était pour les droits et non pas pour développer la plateforme », a indiqué Julie Bélisle lorsqu'elle parlait de la chronologie qu'elle réalise présentement, destinée à être diffusée sur la page Web du MAC.

Puis, comme pour l'audioguide, on affirme qu'il est plus rentable au sein d'un grand établissement d'exécuter un projet de numérisation des œuvres ainsi que des salles d'expositions pour ensuite les diffuser sur la toile. En effet, Dahlia Cheng a expliqué que les visites virtuelles des galeries d'un musée présentées en trois dimensions sur une page Internet sont des outils « magnifiques » pour des institutions culturelles qui proposent plusieurs expositions par année et qui détiennent une collection ainsi que des expositions permanentes.

Par ailleurs, bien que le numérique offre une marge de manœuvre plus grande que le médium de l'imprimé, il demeure un espace à entretenir, à mettre à jour, ce qui, selon Julie Bélisle du MAC, demande beaucoup de temps et d'énergie. Elle a mentionné que ce n'est seulement que lorsque le contenu est diffusé sur la plateforme que l'on peut s'apercevoir des ajustements à faire. Le projet de numérisation et de diffusion en ligne des collections est donc à son avis un énorme travail pour l'équipe du musée.

Finalement, ce dispositif numérique de médiation culturelle qui semble intéressant pour les professionnels du MAC ainsi que pour ceux de la fondation DHC/ART s'avère toutefois ignoré des publics. En effet, il n'y a que 14 % des répondants au questionnaire du MAC qui ont affirmé connaître le projet de numérisation de la collection et que la moitié d'entre eux qui ont déjà visité cette section du site Web. On peut alors formuler une hypothèse révélant que cet outil est récent et donc, qu'il n'a pas encore été suffisamment promu, ce pourquoi il est à ce jour inconnu de la population.

4.2.3.7 Blogue

Apports

Pour terminer, le blogue est un outil numérique qui comporte plusieurs apports selon les individus interrogés au MAC et à DHC/ART. Il permet entre autres, selon eux, de diffuser publiquement des contenus enrichis, de nature éducative. Ce sont donc des informations en ligne qui offrent la possibilité aux personnes qui ne fréquentent pas forcément les institutions d'y avoir tout de même accès. C'est en quelque sorte une forme d'accessibilité à l'établissement par le biais de l'espace virtuel plutôt que de l'espace réel.

Le blogue est aussi, selon Marjolaine Bourdua, une façon d'alléger la page Facebook du MAC, sur laquelle on y trouvait auparavant des billets et des articles, qui, à son avis, n'avaient pas nécessairement leur place à cet endroit. Cette plateforme numérique crée ainsi un espace qui convient davantage à ces textes plus élaborés.

Limites

Aucune limite spécifique au blogue n'a été soulignée au sein de l'enquête empirique de ce projet de recherche.

4.3 SOMMAIRE DE LA RECHERCHE

Le tableau suivant a été construit en guise de synthèse. Il propose une version condensée de l'étude présentée au sein de ce travail dirigé effectué dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'UQAM au courant des sessions universitaires d'hiver et d'été 2018. On y trouve l'objectif principal de la recherche, les questions dont elle traite, les terrains étudiés ainsi que le sommaire des résultats et des conclusions qui en découlent. L'intérêt de cette synthèse est d'offrir, de manière abrégée, une vision globale du projet. Dans l'ensemble, cette recherche montre que les institutions d'art contemporain à Montréal soulignent l'importance de l'éducation muséale en posant des actions concrètes pour s'investir dans le domaine de la médiation culturelle. En déterminant les apports et les limites de certains dispositifs numériques pédagogiques, il a été possible de rendre compte des caractéristiques spécifiques de différents outils et ainsi, de voir comment les instruments didactiques traditionnels demeurent pertinents aujourd'hui malgré l'arrivée de nouvelles techniques qui, elles, sont non seulement un apport au service éducatif, mais aussi aux relations publiques. L'enquête empirique a permis de constater que les professionnels qui œuvrent dans ces établissements semblent conscients de la singularité de chaque individu et des problèmes qui entourent la manière de transmettre des savoirs à une hétérogénéité de visiteurs. Par conséquent, les modes d'accompagnement à la visite sont de plus en plus diversifiés, notamment grâce à l'intégration des technologies, et, par le fait même, personnalisés à plusieurs types de publics. L'enseignement dispensé au musée apparaît alors comme plus démocratique. Néanmoins, bien que l'intérêt envers l'éducation soit considérable au sein du milieu culturel, on note un décalage entre les activités engagées dans la sphère muséale et l'image que cette dernière projette dans la société. En effet, les publics semblent ignorer ou sous-estimer l'investissement communautaire des institutions culturelles, d'où la pertinence de l'usage de plateformes numériques également dans les opérations de communication et marketing. L'étude pourrait donc s'étendre à de nouveaux objectifs de recherches permettant de traiter davantage de la relation entre le musée et sa communauté.

TABLEAU SYNTHÈSE DE LA RECHERCHE

OBJECTIF PRINCIPAL

Analyse des usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation de l'art contemporain à Montréal

TERRAINS DE RECHERCHE

- Musée d'art contemporain de Montréal (MAC) ;
- DHC/ART Fondation pour l'art contemporain.

ENVIRONNEMENTS NUMÉRIQUES CIBLÉS

- Sites Web ;
- Réseaux sociaux ;
- Microsites ;
- Applications mobiles ;
- Audioguides ;
- Numérisation des œuvres, des salles d'exposition et des collections ;
- Blogues.

QUESTION PRINCIPALE

Quels sont les apports et les limites des environnements numériques utilisés au sein des dispositifs de médiation de l'art contemporain à Montréal ?

RÉSULTATS

Principaux apports :

- Visibilité de l'institution ;
- Variété dans les supports et les formats de diffusion ;
- Accessibilité des contenus ;
- Disponibilité des contenus ;
- Diminution des coûts en marketing ;
- Promotion de l'institution ;
- Intégration de nouveaux publics ;
- Usages quantifiables ;
- Adaptation aux réalités culturelles contemporaines ;
- Malléabilité des dispositifs ;
- Maintien du contact avec les publics hors institution.

Principales limites :

- Absence des ressources nécessaires (humaines, temporelles et financières) ;
 - Obsolescence des technologies ;
 - Distraction pendant la visite ;
 - Interactions restreintes avec les visiteurs (machine vs humain) ;
 - Abstraction du contexte qu'offre l'espace réel ;
 - Droits d'auteurs ;
 - Usages non qualifiables ;
 - Design contraignant des plateformes.
-

QUESTIONS SECONDAIRES

RÉSULTATS

Les environnements numériques permettent-ils de rendre l'art contemporain accessible au grand public ?

Les environnements numériques contribuent à rendre l'art contemporain plus disponible, puisqu'ils se déploient en une variété de supports aux contenus, mais pas nécessairement plus accessible. Ainsi, les nouvelles formes d'accès aux savoirs sont désormais adaptées à plusieurs types de publics, voire au grand public.

Quelle est la place du volet éducatif au sein des institutions d'art contemporain à Montréal ?

Les institutions d'art contemporain montréalaises se préoccupent hautement de leurs publics et des contenus qu'elles transmettent. L'éducation et la médiation culturelle occupent donc une place importante dans le mandat et les missions de ces établissements.

Comment le recours aux environnements numériques permet-il la réalisation des projets institutionnels des musées ?

Certains outils permettent une économie des ressources et d'autres offrent la possibilité de toucher un plus grand public. En contrepartie, certains demandent beaucoup trop de ressources et d'autres ne fonctionnent qu'auprès d'un type de public précis. La forme de matérialisation des environnements numériques doit donc être déterminée en fonction des besoins et des particularités de chaque établissement.

Comment les contenus virtuels interfèrent-ils avec l'expérience réelle du visiteur *in situ* ?

Les environnements numériques affectent l'expérience des visiteurs face aux œuvres, de manière constructive et parfois distractive. Ils sont particulièrement bénéfiques pour le public qui souhaite obtenir de l'information supplémentaire, mais qui n'a pas les aptitudes requises pour accéder à un long texte d'accompagnement. Les contenus virtuels diffusés à l'extérieur des lieux physiques sont perçus comme des informations complémentaires à la visite qui ne remplacent pas forcément ce que l'on trouve dans l'espace réel, mais qui préparent à la visite ou lui font suite. Ces derniers offrent également une liberté de leur utilisation par les publics.

HYPOTHÈSES RELEVÉES À PARTIR DE L'ANALYSE

- Les pages Web du MAC et de la fondation DHC/ART rejoignent les publics étrangers et les attirent sur place ;
- Les plateformes virtuelles font rayonner le contenu culturel québécois à l'international ;
- Les visiteurs parcourent les expositions avec un appareil mobile, tel qu'un téléphone intelligent, et l'utilisent durant leur visite ;
- Une majorité des visiteurs des institutions culturelles fréquente le Web ;
- Les réseaux sociaux sont plus utiles pour divertir la population que pour la renseigner ;
- Une majorité des visiteurs possède un appareil intelligent qui permet d'avoir accès aux contenus virtuels diffusés par les institutions culturelles ;
- Les projets de numérisation des collections doivent être davantage promus afin d'être exploités par les publics.

EN SOMME

Les environnements numériques offrent diverses possibilités à la médiation culturelle et l'ouvrent ainsi à de nouvelles avenues. Bien qu'ils puissent être contraignants de différentes manières, ils sont complémentaires aux autres outils plus traditionnels, ce qui permet aux institutions culturelles d'accroître leur visibilité et leur portée éducative. Les dispositifs technologiques permettent également d'étaler les contenus sur de plus amples surfaces afin de les transmettre à une plus grande population. Ils posent toutefois plusieurs questions en ce qui concerne les ressources qu'ils mobilisent et leur pérennité, dans une perspective de rentabilité des investissements qui doivent leur être consacrés.

CONCLUSION

Les établissements d'art contemporain montréalais se sentent concernés par les usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle. Les outils présentent tous leurs forces et leurs faiblesses respectives, qu'ils relèvent de l'espace virtuel ou du monde réel. Les instruments didactiques numériques comportent à la fois des apports et des limites qui leur permettent à leur manière de réaliser les projets institutionnels des musées. Les dispositifs de médiation culturelle doivent donc être sélectionnés en fonction des objectifs ainsi que de la réalité de chaque institution, à savoir, sa situation financière, ses ressources humaines, ses publics cibles, son nombre d'expositions annuel, etc.

Les limites du cadre de cette recherche, tel que le nombre insuffisant de répondants aux questionnaires, ne permettent pas de généraliser les résultats exposés dans les analyses et la discussion. Il a toutefois été possible d'émettre des hypothèses qui seraient pertinentes à vérifier au sein d'études de plus grandes envergures.

Néanmoins, il a été intéressant de remarquer que les environnements numériques issus de l'ère contemporaine, en tant que supports aux connaissances et aux informations vouées à la diffusion publique, semblent être une suite à l'imprimé. Comme il a été abordé dans le célèbre ouvrage d'André Malraux, *Le musée imaginaire* (Malraux, 1997), le rapprochement de réalités physiquement éloignées est rendu possible grâce à leur photographie et leur impression dans un même ouvrage, voire au support traditionnel de transmission des savoirs et des images qu'est le livre. À l'heure actuelle, dans les institutions d'art contemporain à Montréal, tel qu'on a pu l'observer au sein de cette étude, les rapprochements sont notamment occasionnés par la médiation culturelle numérique, que ce soit la connexion entre un individu et une œuvre, entre deux visiteurs, entre les publics et le médiateur ou le guide, entre l'établissement et l'étranger, entre deux œuvres, entre l'institution et ses visiteurs ou sa communauté, etc.

Les plateformes virtuelles ont alors en quelque sorte une fonction d'unification, servant à rassembler ce qui est disparate, que ce soit des individus, des intérêts ou encore des aptitudes. Par conséquent, les environnements numériques inclus dans la médiation culturelle de l'art contemporain montréalais permettent de démocratiser ces espaces, étant donné qu'ils tendent vers la plus grande accessibilité possible en raison de leur variété, de leurs particularités, ainsi que de leur adaptabilité à tous types de publics.

On a également pu constater que, peu importe le type d'établissement, qu'il soit public ou privé, les ressources financières, temporelles et humaines sont des enjeux qui conditionnent le développement des dispositifs de médiation culturelle. Le caractère éphémère des technologies est également une question qui touche chaque institution. Par ailleurs, le rapport à la tradition muséale, soit l'expérience réelle face à l'œuvre, est encore aujourd'hui fort important au sein des établissements d'art contemporain. Ainsi, les outils technologiques sont vraisemblablement pertinents, mais ils ne semblent pas connaître toute la latitude leur permettant de remplacer complètement les dispositifs pédagogiques traditionnels. Le numérique apparaît alors comme un instrument complémentaire à ceux que l'on trouve dans l'espace physique depuis longtemps.

Somme toute, bien que l'utilité des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle semble établie, leurs usages s'avèrent être négligés des publics puisqu'ils en ignorent leur existence. Les intentions de proposer une variété d'outils pédagogiques et de démocratiser l'art contemporain ainsi que les espaces de diffusion sont présentes au sein des institutions, mais une communication supplémentaire avec les citoyens paraît nécessaire afin de leur faire savoir qu'ils sont inclus au milieu et qu'ils pourront en avoir une expérience enrichissante ou divertissante selon ce que chacun souhaite retirer de l'art contemporain, une pratique artistique qui laisse place à l'interprétation individuelle ainsi qu'à plusieurs formes d'appréciation.

BIBLIOGRAPHIE

- Albarello, L. (2012). *Apprendre à chercher* (4^e édition). Bruxelles : De Boeck.
- Alcade, M. (2011). Some Void Thoughts on Museums : l'exposition. Dans *L'artiste opportuniste. Entre posture et transgression* (p. 36-56). Paris : L'Harmattan.
- Angers, M. (2014). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Anjou : Les Éditions CEC.
- Association des galeries d'art contemporain. (2018a). Galeries. Consulté 22 février 2018, à l'adresse <http://www.agac.ca/galleries/>
- Association des galeries d'art contemporain. (2018b). Mission et historique. Consulté 22 février 2018, à l'adresse <http://www.agac.ca/a-propos/mission-et-historique/>
- Baillargeon, N. (2013). Les NTIC révolutionnent l'éducation. Dans *Légendes pédagogiques : l'autodéfense intellectuelle en éducation* (p. 115-150). Montréal (Québec) : Éditions Poètes de brousse.
- Baillargeon, N. (2014). *Une histoire philosophique de la pédagogie*. Montréal, Québec : Poètes de brousse.
- Bal, M. (2007). Le public n'existe pas. Dans *L'art contemporain et son exposition : Tome 2* (p. 9-33). Paris : L'Harmattan.
- Beauchamps, M. (2009). L'accessibilité numérique. Transformer le risque de renforcement des inégalités numériques en opportunité. *Les Cahiers du numérique*, 5(1), 101 à 118.
- Bowen, J. (2000). The virtual museum. *Museum International*, 52(1), 4-7. <https://doi.org/10.1111/1468-0033.00236>
- Bowen, J. P. (2002). Weaving the museum web: the Virtual Library museums pages. *Program*, 36(4), 236-252. <https://doi.org/10.1108/00330330210447208>
- Brooklyn Museum. (2017). Collection. Consulté 12 novembre 2017, à l'adresse <https://www.brooklynmuseum.org/opencollection/collections>
- Caillet, É. (1995). *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Caillet, É., & Bordeaux, M.-C. (2013). Dans H. Gottesdiener & J. Davallon (Éd.), *La muséologie : 20 ans de recherches*. Actes Sud.
- Caillet, É., & Jacobi, D. (2004). *Les médiations de l'art contemporain*. Avignon : Actes Sud.
- Caune, J. (1999). *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

- Caune, J. (2005). La politique culturelle initiée par Malraux. *EspacesTemps.net*. Consulté à l'adresse <https://www.espacestemp.net/articles/politique-culturelle-malraux/>
- Chaumier, S. (2011). Les écritures de l'exposition. *Les musées au prisme de la communication, Hermès*, (61), 45-51.
- Chaumier, S., & Mairesse, F. (2013). *La Médiation culturelle*. Paris : Armand Colin.
- Chirollet, J.-C. (2005). Qu'est-ce que l'art numérisé ? Dans *Numériser, reproduire, archiver les images d'art* (p. 9-32). Paris, France : Harmattan.
- Daignault, L., & Cousson, C. (2011). Quand la technologie s'invite au musée. *La Lettre de l'OCIM*, (137), 5-11. <https://doi.org/10.4000/ocim.950>
- Daignault, L., & Schiele, B. (2011). *L'évaluation muséale : savoirs et savoir-faire*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Davallon, J. (1999). *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : Harmattan.
- Davallon, J. (2002). Réflexions sur la notion de médiation muséale. Dans *L'art contemporain et son exposition (1)* (p. 41-62). Paris : L'Harmattan.
- Desrosiers, H., Institut de la statistique du Québec, & Bibliothèque numérique canadienne (Firme). (2015). *Les compétences en littératie, en numératie et en résolution de problèmes dans des environnements technologiques : des clefs pour relever les défis du XXI^e siècle : rapport québécois du Programme pour l'évaluation internationale des compétences des adultes (PEICA)*. Canada : Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec. Consulté à l'adresse <http://www.deslibris.ca/ID/10050436>
- DHC/ART. (2017a). À propos. Consulté 9 octobre 2017, à l'adresse <https://dhc-art.org/fr/fondation/>
- DHC/ART. (2017b). Mandat. Consulté 2 février 2017, à l'adresse <http://dhc-art.org/fr/fondation/>
- DHC/ART. (2018a). Audioguide. Consulté 6 mars 2018, à l'adresse <https://guide.dhc-art.org/audioguide/>
- DHC/ART. (2018b). Visite. Consulté 29 juin 2018, à l'adresse <https://dhc-art.org/fr/visite/>
- Donguy, J. (2018). Cyberart, cyberartistes, à l'heure du biolithique. *Inter*, (128), 4-5.
- Donnat, O. (2003). La question de la démocratisation dans la politique culturelle française. *Modern & Contemporary France*, 11(1), 9-20. <https://doi.org/10.1080/0963948032000067418>
- Facebook. (2018). Facebook Local (Version 9.0) [Android 4.1 ou version ultérieure]. Facebook. Consulté à l'adresse <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.Socal>

- Glicenstein, J. (2009). Les médiations à l'oeuvre. Dans *L'art : une histoire d'expositions* (p. 119-149). Paris : Presses Universitaires de France - PUF.
- Glicenstein, J. (2013). *L'art contemporain entre les lignes : textes et sous-textes de médiation* (1^{re} édition). Paris : Presses universitaires de France.
- Glicenstein, J. (2017). *Peut-on parler de genres et de styles pour le commissariat d'exposition ?* Conférence, Galerie de l'UQAM.
- Gouvernement du Québec. (2018). À propos : Plan culturel numérique. Consulté 16 février 2018, à l'adresse <http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/a-propos/>
- Heinich, N. (2009a). *Faire voir : l'art à l'épreuve de ses médiations*. Bruxelles : Les Impressions Nouvelles.
- Heinich, N. (2009b). Lettre à un commissaire. Dans *Faire voir. L'art à l'épreuve de ses médiations* (p. 193-199). Bruxelles : Les Impressions Nouvelles.
- ICA Boston. (2017). ICA Mobile Guide. Consulté 12 novembre 2017, à l'adresse <https://web-app.cuseum.com/?ica-boston>
- ICOM. (2007). Définition du musée. Consulté 16 mars 2018, à l'adresse <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/>
- Lacerte, S. (2007). *La médiation de l'art contemporain*. Trois-Rivières, Québec, Canada : Editions d'art Le Sabord.
- Lafortune, J.-M. (2012). *La médiation culturelle : le sens des mots et l'essence des pratiques*. Québec : Presses de l'Université du Québec. Consulté à l'adresse <http://international.scholarvox.com/book/88807165>
- Lafortune, J.-M. (2017). (Dé)politisation de la culture et transformation des modes d'intervention. Dans *Expériences critiques de la médiation culturelle* (p. 31-54). Québec : Presses de l'Université Laval.
- Larouche, M.-C., Landry, N., & Fillion, P.-L. (2015). Conception et étude du potentiel d'un dispositif muséo-techno-didactique pour le raisonnement en sciences humaines d'élèves québécois de 5^e année du primaire. *McGill Journal of Education*, 50(2-3), 293. <https://doi.org/10.7202/1036434ar>
- Larouche, M.-C., Meunier, A., & Lebrun, N. (2012). Ressources muséales, TIC et univers social au primaire : résultats d'une recherche collaborative. *McGill Journal of Education*, 47(2), 171. <https://doi.org/10.7202/1013122ar>
- Lévy, B., & Paquet, B. (Éd.). (1999). Qui a peur de l'art contemporain ? *Vie des arts*, 43(175), 22-25.
- Lisney, E., Bowen, J. P., Hearn, K., & Zedda, M. (2013). Museums and Technology: Being Inclusive Helps Accessibility for All. *Curator: The Museum Journal*, 56(3), 353-361. <https://doi.org/10.1111/cura.12034>
- Mairesse, F., Desvallées, A., & International Council of Museums (Éd.). (2007). *Vers une redéfinition du musée*. Paris : Harmattan.

- Malraux, A. (1997). *Le musée imaginaire*. Paris : Gallimard.
- Merleau-Ponty, C., & Ezrati, J.-J. (2006). Pratique de l'exposition. La mise en espace. Dans *L'exposition, théorie et pratique* (p. 81-110). Paris : L'Harmattan.
- Ministère de la Culture et des Communications. (2017). *L'environnement numérique et la problématique du droit d'auteur, entre autres. Rapport du comité des sages*. (p. 77 pages).
- Montpetit, R. (2011). Médiation. Dans F. Mairesse & A. Desvallées (Éd.), *Dictionnaire encyclopédique de muséologie* (p. 215-234). Paris : Armand Colin.
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2017a). À propos. Consulté 13 novembre 2017, à l'adresse <http://macm.org/le-musee/a-propos/>
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2017b). Équipe. Consulté 20 novembre 2017, à l'adresse <http://macm.org/le-musee/equipe/>
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2018a). Collections. Consulté 6 mars 2018, à l'adresse <https://macm.org/collections/>
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2018b). Éducation. Consulté 5 février 2018, à l'adresse <https://macm.org/education/>
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2018c). Horaires et tarifs. Consulté 29 juin 2018, à l'adresse <https://macm.org/renseignements/horaire-et-tarifs/>
- Musée d'art contemporain de Montréal. (2018d). Le Blogue. Consulté 29 mars 2018, à l'adresse <https://macm.org/education/le-blogue/>
- Musée d'art de Joliette. (2016). MAJ (Version 2.0.8) [Android 4.0 ou version ultérieure]. Musée d'art de Joliette. Consulté à l'adresse <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.museejoliette.app.maj&hl=fr>
- Musée des beaux-arts de Montréal. (2017). Musée des beaux-arts de Montréal (Version 1.1.0) [Android 4.4 ou version ultérieure]. Musée des beaux-arts de Montréal. Consulté à l'adresse <https://play.google.com/store/apps/details?id=ca.qc.mbam.mobile&pcampaignid=MKT-Other-global-all-co-prtnr-py-PartBadge-Mar2515-1>
- Musée des beaux-arts de Montréal. (2018). Musée des beaux-arts de Montréal. Consulté 3 mars 2018, à l'adresse <https://www.mbam.qc.ca/>
- Musée du Louvre. (2017a). L'audioguide du musée. Consulté 12 novembre 2017, à l'adresse <http://www.louvre.fr/l-audioguide-du-musee>
- Musée du Louvre. (2017b). Louvre : ma visite. Consulté 12 novembre 2017, à l'adresse <http://www.louvre.fr/louvre-ma-visite>
- Musée McCord. (2018). Collections en ligne. Consulté 8 mars 2018, à l'adresse <http://collections.musee-mccord.qc.ca/fr/clefs/collections/>

- Musée national des beaux-arts du Québec. (2018). MediaGuide. Consulté 5 mars 2018, à l'adresse <http://mediaguide.mnbaq.org/#/pavillon>
- National Gallery. (2017). Virtual tour. Consulté 12 novembre 2017, à l'adresse <https://www.nationalgallery.org.uk/visiting/virtual-tour>
- Quay, J., & Seaman, J. (2013). *John Dewey and Education Outdoors Making Sense of the « Educational Situation » through more than a Century of Progressive Reforms*. Rotterdam: Sense Publishers.
- Rey, A., Rey-Debove, J., & Robert, P. (Éd.). (2014a). *Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* (Nouvelle éd. millésime 2015). Paris : Le Robert.
- Rey, A., Rey-Debove, J., & Robert, P. (Éd.). (2014b). Médiation. *Le Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* (Nouvelle éd. millésime 2015). Paris : Le Robert.
- Robert, P., Rey-Debove, J., & Rey, A. (2017). Médiation. Dans *Le Petit Robert [ressource électronique] : dictionnaire analogique et alphabétique de la langue française : version numérique*. Paris : SEJER. Consulté à l'adresse <https://pr-bvdep-com.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2443/robert.asp>
- Société des musées du Québec. (2017a). À propos. Consulté 8 mars 2018, à l'adresse <http://www.musees.qc.ca/fr/a-propos-smq/mission>
- Société des musées du Québec. (2017b). Expériences numériques. Consulté 15 novembre 2017, à l'adresse <http://www.musees.qc.ca/fr/musees/experiences-numeriques>
- Steegmuller, C. (2008). L'élargissement du public muséal ou l'art contemporain pour tous. Marc Mayer, Directeur général du Musée d'art contemporain de Montréal. *Muséologies : Les cahiers d'études supérieures*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.7202/1033590ar>
- Tilden, F. (1957). *Interpreting Our Heritage*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Urfalino, P. (1993). La philosophie de l'Etat esthétique. *Politix*, 6(24), 20-35. <https://doi.org/10.3406/polix.1993.1586>
- Villers, M.-É. de. (2015). *Multidictionnaire de la langue française* (6^e édition). Montréal : Éditions Québec Amérique inc.
- VOX. (2018). Plateformes numériques. Consulté 19 mars 2018, à l'adresse <http://www.centrevox.ca/plateformes-numeriques/>
- Welger-Barboza, C. (2001). *Du musée virtuel au musée médiathèque : le patrimoine à l'ère du document numérique*. Paris : L'Harmattan.

ANNEXES

ANNEXE 1 – GRILLES D'OBSERVATION

1.1 OBSERVATION PARTICIPANTE LORS D'UNE VISITE DU MIDI À DHC/ART

GRILLE D'OBSERVATION

Nom de l'institution observée : DHC/ART Fondation pour l'art contemporain

Date de l'observation : 14/06/18

Heure de l'observation : 12h15

Durée de l'observation : 45 minutes

Type d'observation : Observation participante : intégration d'une visite commentée du midi en semaine

Informations générales

Exposition(s) en cours : Bharti Kher – Points de départ, points qui lient

Guide : Amanda Beattie

Nombre de personnes qui assistent à la visite : 8

Profil approximatif des visiteurs sur place :

- Environ 75% femmes et 25% hommes ;
- Deux étudiants en francisation avec une enseignante ;
- Une jeune adulte dans la vingtaine ;
- Quelques femmes dans la quarantaine
- Anglophones et francophones

Déroulement de la visite

La visite est orientée en fonction du comportement des visiteurs et est offerte de façon bilingue, soit en anglais et en français. La guide offre d'abord la possibilité à son public de prendre la parole et d'établir le déroulement de la visite. Elle pose plusieurs

questions pour connaître le genre de discussion souhaitée par son audience ainsi que pour engendrer un dialogue autour de l'œuvre dont son public souhaite traiter. Elle se permet néanmoins de suggérer quelques pistes de réflexion lorsqu'il n'y a aucun visiteur qui intervient. Les gens peuvent donc ensuite s'exprimer à partir des sujets proposés par la guide qui les accompagne.

Comportement des visiteurs

Les visiteurs posent plusieurs questions. Ils font également des commentaires concernant ce qu'ils voient ou ce qui a été dit. Certains interviennent au tout début de la visite pour émettre leurs propres réflexions et d'autres interviennent à la suite de la guide afin de rebondir sur les informations qu'elle a données. Des sous-groupes de discussion de deux à quatre personnes environ, qui se connaissent ou non, se forment au fil de la visite selon les thèmes abordés. En somme, il y a beaucoup d'interactions, que ce soit avec la guide ou les visiteurs entre eux. Par ailleurs, la visite est, la plupart du temps, axée autour d'une œuvre ou d'un groupe d'œuvres, mais certains choisissent tout de même de circuler dans l'espace et de s'intéresser aux autres œuvres dans la salle, avant, pendant ou après le commentaire de la guide. Toutefois, il est plus fréquent que les individus se déplacent d'abord dans l'espace pour regarder les œuvres, puis ils écoutent la guide et enfin, ils discutent avec elle ou entre eux. Finalement, deux personnes du groupe prennent des notes personnelles tout en suivant la visite.

1.2 OBSERVATION PARTICIPANTE AU SEIN DE L'ÉQUIPE DES PRÉPOSÉS À LA GALERIE À DHC/ART

GRILLE D'OBSERVATION

Nom de l'institution observée : DHC/ART Fondation pour l'art contemporain

Date de l'observation : 16/06/18

Heure de l'observation : 11h

Durée de l'observation : 7h

Type d'observation : Observation participante : intégration de l'équipe des préposés à l'accueil du 465 rue Saint-Jean

Informations générales

Exposition(s) en cours : Bharti Kher – Points de départ, points qui lient

Nombre approximatif de visiteurs au courant de la journée : 70

Profil approximatif des visiteurs sur place :

- Touristes
- Adultes
- Jeunes adultes
- Environ 50% homme et 50% femmes

Comportement des préposés à l'accueil

Les préposés accueillent les visiteurs en leur informant des activités de l'institution au moment présent. Ils leur parlent donc principalement de l'exposition en cours, de l'artiste, des visites guidées du midi lorsqu'il y en a ainsi que du parcours suggéré, c'est-à-dire qu'on leur explique la présence des deux édifices (le 465 et le 451 rue Saint-Jean). Les employés recommandent également aux gens de laisser leur sac ou encore leur parapluie à l'entrée. S'il y a lieu, on leur indique qu'il n'est pas toléré de

boire ou de manger en salle. Enfin, les préposés offrent la brochure incluant le mot de la commissaire ainsi que le plan des salles. Lorsque le visiteur semble plus intéressé, on lui parle d'autres événements à la fondation, on lui suggère l'audioguide en ligne, on lui parle de Centre Phi, etc. Les préposés à l'accueil se déplacent aussi dans les salles d'exposition, de manière discrète, afin d'avertir les visiteurs de ne pas toucher les œuvres, en but de répondre aux différentes questions ou pour donner toute autre information si nécessaire et subvenir aux besoins des publics. Somme toute, ils agissent de la manière la moins intrusive possible et laissent le visiteur réaliser sa visite comme il le souhaite. Ils ne se mêlent que lors de situations où une intervention semble indispensable afin que les règlements de la fondation soient respectés.

Comportement des visiteurs

Les visiteurs semblent intéressés par l'information qu'on leur donne, lorsqu'elle est concise, au sujet de l'exposition en cours, de l'artiste et du parcours. Toutefois, la plupart ne tiennent pas à obtenir des renseignements supplémentaires et souhaitent parcourir les salles. Une seule personne est venue à l'accueil pendant sa visite pour demander des indications à propos de l'audioguide qu'elle consultait sur son téléphone. Une autre personne s'est intéressée, à son arrivée, à l'audioguide lorsqu'un préposé lui en a fait mention. Les gens parcourent davantage les salles à l'aide de la brochure qu'on leur fournit à l'entrée qu'avec leur téléphone. Enfin, à la fin de leur visite, plusieurs semblent vouloir quitter la fondation immédiatement en se dirigeant assez rapidement vers la sortie sans aborder les préposés. Toutefois, quelques-uns s'intéressent aux documents disponibles sur les comptoirs des deux bureaux d'accueil et s'adressent aux employés afin d'obtenir de l'information complémentaire.

1.3 OBSERVATION NON PARTICIPANTE AU MAC

GRILLE D'OBSERVATION

Nom de l'institution observée : Musée d'art contemporain de Montréal

Date de l'observation : 20/06/18

Heure de l'observation : 17h

Durée de l'observation : 3 heures

Type d'observation : Observation non participante à l'entrée des salles au 2^e étage

Informations générales

Exposition(s) en cours : Rafael Lozano-Hemmer – Présence instable

Nombre approximatif de visiteurs sur place : 75 personnes

Profil approximatif des visiteurs sur place :

- Un groupe d'étudiants adolescents
- Adultes – Baby-boomers
- Jeunes adultes
- Peu d'enfants
- Touristes
- Environ 50% homme et 50% femme

Comportement des visiteurs

Avant de parcourir les salles d'exposition, les visiteurs présentent leur billet d'entrée. Certains s'informent au sujet des visites guidées offertes en soirée et d'autres demandent des indications concernant l'emplacement des expositions, soit l'exposition temporaire et l'exposition des collections. Il y a aussi plusieurs personnes qui se dirigent directement aux expositions sans réclamer aucun renseignement. Un comptoir est installé devant l'entrée des salles sur lequel on y trouve une brochure informative

ainsi qu'un panneau qui montre les indications pour se connecter au *wifi*. Plusieurs visiteurs s'arrêtent pour prendre la brochure ou seulement pour la feuilleter, avant et après leur visite des expositions. Également, beaucoup de gens notent le code pour la connexion Internet avant leur parcours et certains viennent prendre cette information pendant leur visite. Il y a donc un nombre considérable d'individus qui transportent leur téléphone avec eux au musée.

ANNEXE 2 – TRANSCRIPTIONS DES ENTRETIENS

2.1 FORMULAIRE DE CONSENTEMENT POUR LES ENTRETIENS



FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Préambule

Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique que vous répondiez aux questions de cet entretien. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin. Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Titre du projet de recherche

Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse

Sarah Turcotte, maîtrise en muséologie, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Jean-Marie Lafortune, Département de communication sociale et publique, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Description du projet et de ses objectifs

Le projet de recherche est réalisé dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) et se déroulera tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018. Il consiste à l'étude de la médiation culturelle dans l'art contemporain sur la scène culturelle montréalaise. La recherche concerne plus spécifiquement l'usage des environnements numériques, voire du Web, dans les dispositifs médiateurs, entre les publics et les activités des institutions muséales.

L'objectif principal est donc de connaître et de décrire les apports ainsi que les limites de l'usage des espaces virtuels et numériques au sein de la médiation culturelle dans l'art contemporain à Montréal.

La collecte de données sera effectuée entre autres à l'aide d'entretiens qui seront réalisés auprès de professionnels employés d'établissements montréalais dédiés à l'art contemporain, à savoir, le Musée d'art contemporain de Montréal et DHC/ART Fondation pour l'art contemporain. L'entretien est d'une durée d'environ 30 minutes et sera enregistré. La transcription devra être signée par le participant afin que ce dernier puisse donner son accord avant toute utilisation des données par les chercheurs.

Avantages liés à la participation

Vous ne retirerez personnellement pas d'avantages à participer à cette étude. Toutefois, vous aurez contribué à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine de la muséologie.

Risques liés à la participation

En principe, aucun risque n'est lié à la participation à cette recherche.

Confidentialité

Les entretiens sont réalisés de manière non anonyme de sorte que vos informations personnelles, c'est-à-dire votre nom, votre prénom, la fonction que vous occupez ainsi que l'institution pour laquelle vous travaillez, seront dévoilées lors de la diffusion des résultats de la recherche. L'ensemble des documents sera conservé sous clef durant la durée de l'étude et vos informations personnelles seront détruites 5 ans après la publication de la recherche.

Participation volontaire et retrait

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous n'avez qu'à aviser Sarah Turcotte par courriel et toutes les données vous concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Résultats de la recherche

Lorsque le projet sera achevé, les résultats de l'étude seront publiés à la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal. Il vous est toutefois possible d'envoyer un courriel à l'étudiante-chercheuse afin d'obtenir une copie de la publication par voie électronique.

Des questions sur le projet ?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation, vous pouvez communiquer avec les responsables du projet :

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie Lafortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordonnatrice du CERPE 2 :

- Caroline Vrignaud : vrignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Remerciement

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous remercier infiniment.

2.2 ENTRETIEN AVEC DANIEL FISET – DHC/ART

Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

DANIEL FISET

Prénom Nom

[Signature]

Signature

DFiset@dhc-art.org

Courriel

17/05/2018

Date

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

SARAH TURCOTTE

Prénom Nom

[Signature]

Signature

turcotte.sarah@courrier.ugam.ca

Courriel

17/05/18

Date

ENTRETIEN

Nom de la personne interrogée : Daniel Fiset

Titre de la personne interrogée : Éducateur

Employeur : DHC/ART Fondation pour l'art contemporain

Date de l'entretien : 17/05/18

Heure de l'entretien : 9h30

Durée de l'entretien : 30 minutes

Transcription

ST : Quelle importance votre institution accorde-t-elle à la médiation culturelle et à l'éducation des publics ?

DF : C'est très important. Ça fait partie du mandat de la fondation. Le mandat de la fondation est d'abord de rendre accessible l'art contemporain à tous les publics et une des manières de le rendre accessible est d'avoir un département éducatif qui propose des activités variées pour s'assurer que peu importe la scolarité, les connaissances en art contemporain ou les intérêts spécifiques, il y ait des manières différentes d'entrer en contact avec l'art contemporain.

ST : Quels sont les publics visés lorsque vous créez des dispositifs de médiation culturelle ?

DF : C'est vraiment tous les publics. On a des publics assez variés. On a une bonne base scolaire. En fait, on fait beaucoup de CÉGEP, d'université, selon les expositions on peut aussi recevoir des groupes de primaires et secondaires, ça varie selon la teneur des expositions. Cette exposition-ci c'est l'une des premières expositions depuis un bout de temps où on peut recevoir plus de groupes de primaires. Avec le calendrier ça

fonctionnait bien. Donc on reçoit quand même beaucoup de groupes de primaires pour cette exposition-ci et ça va sûrement continuer.

ST : Est-ce que les enfants sont réceptifs aux visites ? Ils participent ?

DF : Oui, je pense que oui. En fait, on a développé une approche dialogique dans nos visites. L'idée c'est qu'on travaille évidemment du contenu pour les enfants, mais il n'y a pas de plan de visites précis. Dans les visites pour enfants comme dans les visites pour les publics adultes, tout est centré sur la réponse des visiteurs aux œuvres. Donc on laisse toujours un moment pour regarder et ensuite on discute. On peut parler d'éléments plus techniques comme de la démarche de l'artiste. Toutes les questions sont ouvertes et à partir de ça on développe le contenu de la visite. Pour revenir à ta question sur les types de publics visés, on a des groupes scolaires et aussi des groupes communautaires qui proviennent de centres qui ont à cœur différentes problématiques comme les femmes immigrantes, la réinsertion sociale, la situation d'itinérance, la déficience intellectuelle. Sinon on a aussi des écoles de langues, de francisation, qui viennent et on accueille aussi des groupes du grand public. Dans nos visites du midi, on vise le grand public. On essaie de toucher vraiment tout le monde.

ST : Quels sont les dispositifs de médiation culturelle que vous offrez à vos publics ?

DF : L'équipe d'éducation rédige pour chaque exposition un outil pédagogique qui s'appelle mouvement. C'est un outil qui a toujours sensiblement la même forme. Il possède quatre catégories et ce sont des textes qui analysent les expositions et qui proposent des questions aux visiteurs. Le document mouvement est disponible en ligne et il est envoyé avant la visite. C'est un outil qui peut servir avant ou après la visite, en groupe ou seul. Ensuite, on offre des visites guidées, des visites de groupes pour dix personnes ou plus, qui durent quatre-vingt-dix minutes, en anglais et en français. On offre aussi des ateliers de création qui sont des ateliers créés en collaboration avec des artistes locaux. Quand les groupes réservent un atelier, on fait une heure de visite et

une heure d'atelier, donc deux heures d'activités au total qui sont aussi offertes gratuitement. Tout est gratuit. On offre également des visites le midi, le mercredi, jeudi et le vendredi de 12h15 à 13h. Ce sont des visites « premiers arrivés, premiers servis », aucune réservation n'est requise. Elles se donnent en français, en anglais ou bilingue. Il y a des gens qui viennent précisément pour ces visites et d'autres qui entrent à la fondation à ce moment et prennent la visite pour en savoir plus sur les expositions. Ces visites sont de plus en plus populaires. On a aussi de la programmation extérieure, mais qui est peut-être moins un outil de médiation directe avec les expositions. Pour chaque exposition, on fait un événement qui s'appelle *Dissections*, qui est un événement où on invite des chercheurs, des artistes, à développer des dialogues alternatifs autour des expositions. Ces gens ont vu les expositions et ils y réfléchissent autrement selon leurs recherches personnelles ou leur pratique artistique. Donc on a des activités variées dans le cadre de ce cycle de conférences. On a aussi un *happening* de fin d'exposition qui est une façon de célébrer la fin de l'atelier. Puis on a des portes ouvertes pour les publics pour l'atelier également. En ligne, on travaille beaucoup avec Dahlia Cheng qui est la coordonnatrice des médias sociaux. Avec elle, on a un blogue en ligne où on met des articles. On publie *Mouvement*, par exemple, on met aussi des articles qui exposent les différentes activités de médiation qu'on fait. On a aussi *Trace*, un projet qui est ouvert à tous. C'est dans un espace au sous-sol. C'est une salle où, après la visite de l'exposition, les gens sont invités à faire un petit geste créatif en réponse à l'exposition qui leur permet d'approfondir une notion de l'exposition. En ligne, c'est surtout la diffusion du contenu de *Mouvement*, le blogue, le site Web, les réseaux sociaux, l'audioguide. L'audioguide est plus un projet de Cheryl Sim. C'est souvent basé sur un texte commissarial. On fait aussi des entrevues avec des collaborateurs qu'on met en ligne sur SoundCloud. Elles sont aussi des outils qui nous permettent de développer la réflexion dans notre travail de médiation.

ST : Qu'est-ce qui explique votre réticence face à l'usage de dispositifs numérique de médiation directement dans vos salles d'exposition ?

DF : Je ne sais pas si c'est une réticence, en fait on utilise les technologies quand on peut. Je pense qu'on vient d'une pratique qui a pris du temps avant d'intégrer les technologies dans les salles. Quand on regarde surtout la différence dans les dispositifs muséographiques entre les musées d'art et les musées de sciences, par exemple, ou les musées de la civilisation qui ont rapidement adopté les technologies dans leurs dispositifs d'exposition. J'ai l'impression que souvent les dispositifs plus technologiques sont des outils de médiation utiles pour les gens qui n'ont pas le temps, l'occasion ou l'envie de réserver des visites ou de venir lors des plages horaires qui sont disponibles. Pour nous, c'est une façon d'aller chercher un public qui ne peut pas fréquenter nos expositions ou nos activités de médiation en temps réel, ou en *live*. C'est vrai qu'on pourrait peut-être plus les intégrer.

ST : Vous offrez un audioguide en ligne, mais pourquoi vous n'offrez pas de dispositifs à vos publics qui en permettraient l'écoute lors de leurs visites à la fondation ?

DF : En fait, je pense que c'est un outil qui est en transition. La forme a changé de l'application à un microsite. Éventuellement, le microsite sera intégré dans une refonte.

ST : Est-ce que vous offrez un *wifi* pour que les gens puissent se connecter et utiliser vos contenus en ligne lors de leur visite ?

DF : Oui. En fait, on avait un *wifi* qui était exclusif à l'application pour l'audioguide et maintenant on peut l'utiliser pour le microsite et le contenu du microsite est téléchargeable à l'extérieur de la fondation. On y a accès par le biais du site Web de la fondation.

ST : Comment évaluez-vous l'efficacité de vos dispositifs de médiation culturelle ?

DF : C'est toujours embêtant, parce qu'il y a du quantitatif, on a des statistiques et on peut constater l'augmentation de la fréquentation des visiteurs ou de la participation

aux activités de médiation, mais de déterminer de façon qualitative c'est difficile. On a des rétroactions des visiteurs, on reçoit des commentaires par courriel de gens qui ont apprécié leur visite. De revoir des gens aussi c'est un indicatif qui montre que nos activités de médiation répondent à un besoin, qu'elles sont bien ciblées, mais je serais curieux de savoir quels sont les outils qu'on peut utiliser pour analyser de manière qualitative. On est ravi de collaborer avec des étudiants en muséologie, parce que je pense que c'est un mode d'enquête qui est difficile à envisager. Certains musées vont envoyer des questionnaires après la visite. Ça peut être utile, mais ça, c'est si les gens acceptent de participer et personnellement, je trouve que ça ajoute beaucoup de pression, c'est une responsabilité et une tâche de plus. Évidemment, on aimerait avoir du feed-back en tout temps, mais parfois c'est plus difficile d'avoir des réponses. Ce n'est pas tout le monde qui va le faire. C'est aussi la question de comment l'intégrer dans nos tâches quotidiennes. C'est une responsabilité supplémentaire pour les institutions d'avoir à s'inquiéter de la rétroaction. Les sondages ne fonctionnent pas toujours, mais c'est une chose sur laquelle on pourrait réfléchir.

ST : Quelle(s) différence(s) voyez-vous entre les médiations numériques et les autres types de médiation ? Par exemple entre vos contenus en ligne et vos contenus papiers ou verbaux.

DF : Souvent dans nos dispositifs numériques, c'est un nouveau dispositif, mais pour le même contenu, c'est-à-dire que j'ai l'impression que les contenus qui sont développés du côté de l'éducation sont les mêmes, peu importe de la façon dont ils sont livrés, qu'ils soient des contenus numériques, textuels, verbaux, etc. Donc, j'ai l'impression que la distinction va beaucoup plus être dans le contenant que dans le contenu, dans la manière de livrer l'objet aux gens et de s'assurer qu'il va y avoir une médiation pour l'exposition.

ST : Est-ce qu'il y a une différence entre les types de personnes qui accèdent à ces contenus ?

DF : Oui, je pense que ce sont des profils différents. Le contact avec un éducateur ou un médiateur dans les salles, c'est un contact qui est privilégié. C'est riche d'avoir quelqu'un dans les salles. Je sais que ça peut parfois être un frein la médiation, que certains sont intimidés, qu'ils préfèrent le faire par eux-mêmes, qu'ils préfèrent avoir le temps de réfléchir et d'y revenir. Donc, je pense aussi que la médiation numérique permet une autre temporalité, c'est moins immédiat. Je pense que ça peut peut-être favoriser un genre de public qui a besoin de temps, qui veut faire les choses de manière autonome, par eux-mêmes. C'est un défi pour nous d'envisager une approche dialogique dans des outils numériques, parce que le dialogique s'appuie tellement sur le contact avec le public, le contact spontané, l'échange. Comment est-ce qu'on peut créer cet échange-là dans des plateformes qui sont dématérialisées ou virtuelles plutôt que dans la rencontre physique dans les espaces d'exposition.

ST : En général, qu'est-ce que vous pensez de l'usage de ressources numériques dans les dispositifs de médiation culturelle, que ce soit dans les salles ou à l'externe ?

DF : Je pense que c'est important, parce que de toute façon, ça fait partie du quotidien de beaucoup de nos visiteurs, donc c'est une façon pour nous d'entrer en contact avec eux. C'est juste la prise de conscience de la réalité que beaucoup de gens vivent. Il y a beaucoup de choses qui se transmettent par le numérique et c'est un outil important à utiliser. Ça nous permet de diversifier nos outils ou ça nous permettrait de les diversifier plus. C'est aussi une façon de mettre en place l'accessibilité à notre contenu. Ça permet une autre forme d'accessibilité qui n'est pas physique, ça peut être une accessibilité conceptuelle, disons, ou pratique. Je dirais aussi que ça nous permettrait peut-être d'aller chercher un autre public.

ST : Est-ce le fait d'étaler vos contenus par le biais de plateformes numériques rend le contenu vraiment plus accessible ou si c'est seulement plus disponible ?

DF : Oui c'est vrai qu'il y a une différence entre l'accessibilité et la disponibilité. Souvent quand on pose la question du numérique dans les espaces d'exposition, on prend pour acquis, par exemple, que le matériel est disponible pour que les gens puissent consulter les contenus, que les gens vont avoir d'office une tablette ou un téléphone, que les gens vont avoir accès à un *wifi* ou qu'ils vont avoir des données Internet. J'ai l'impression que si les gens le demandent, on va le fournir. C'est à voir avec Victoria Carrasco et l'équipe des préposés qui s'occupent des espaces de galerie quand nous on n'est pas là dans le travail de médiation. Il y a aussi une double question de médiation qui est intéressante. C'est qu'on a défini ce que nous on fait comme travail dans l'éducation, mais on est conscient aussi que les préposés à l'accueil font un travail de médiation qui est différent de notre travail, mais qui est complémentaire et tout aussi important. Ils sont le premier contact avec les visiteurs, ce sont eux qui disent ce qu'il va se passer dans les salles, ce sont eux qui sont là pour répondre aux questions. Souvent, ils sont dans les salles avec les visiteurs. Ils ont un rôle de surveillance, de sécurité, oui, mais il y a aussi un rôle de médiation qui est là et qui est important.

ST : Est-ce que les préposés à l'accueil informent les visiteurs des dispositifs de médiation disponibles ?

DF : Oui, l'information est donnée systématiquement aux visiteurs.

ST : Quand je parle d'accessibilité versus de disponibilité, vos contenus sont-ils toujours offerts en français et en anglais ?

DF : Oui, c'est toujours en anglais et en français seulement.

ST : Est-ce que ça vous arrive qu'il y ait des gens qui ne parlent qu'une seule autre langue ?

DF : C'est déjà arrivé dans des groupes touristiques, par exemple, qui viennent faire une visite du midi et l'éducateur est francophone et parle en anglais comme deuxième langue, le touriste est européen et parle anglais comme deuxième ou troisième, quatrième langue, mais il y a toujours un terrain d'entente qui arrive. Fournir nos contenus en d'autres langues serait super intéressant, mais ça implique que le contenu doit respecter un script. C'est peut-être plus facile d'envisager la traduction multilingue si la visite est guidée avec un plan strict, disons dans le cadre de l'audioguide par exemple ça serait peut-être plus facile de le traduire en plusieurs langues pour les touristes, mais dans le cadre d'une visite dialogique, ça demande d'embaucher des gens qui ont des connaissances linguistiques supplémentaires. On a en dans l'équipe, mais peut-être pas assez pour faire ce travail-là, on maîtrise d'autres langues, mais pas assez pour l'utiliser comme troisième ou quatrième langue. J'ai l'impression que les contenus numériques nous permettraient de faire ça, pour avoir une visibilité à l'international, mais en même temps l'anglais est souvent pris comme la langue de défaut pour les institutions en art contemporain qui cherchent un public international. Les communiqués sont souvent en anglais, les sites Web sont en anglais, donc c'est comme la langue par défaut et souvent, à tort, c'est la langue utilisée pour le partage international de l'information.

ST : Qu'est-ce qui vous limite à faire usage du numérique ?

DF : Les questions d'accessibilité des matériaux, les coûts, les connaissances de l'équipe. On a une équipe qui est super forte en médias sociaux, en nouvelles technologies. On peut collaborer avec des gens au Centre Phi qui travaillent très très bien aussi et qui connaissent ces enjeux-là. C'est une question de temps souvent. Ce n'est pas un refus total ou un manque de volonté de la part de l'éducation. On y réfléchit en tout cas, je reste un peu nébuleux par rapport à ça, mais on est en train d'y penser à comment rendre nos informations disponibles ou accessibles sur Internet, de quelles manières ça peut se faire, comment envisager une réponse, un dialogue.

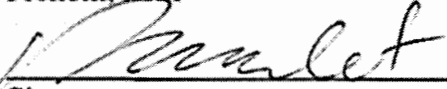
ST : Pour une institution d'art contemporain, est-ce que le fait de rendre vos contenus disponibles en ligne augmente les possibilités de controverse ?

DF : Oui c'est vrai que parfois c'est plus choquant de lire sur l'œuvre que de la voir. Parfois, il y a comme une anticipation. L'expérience en galerie est importante et parfois il y a une forme de contextualisation que l'exposition en galerie permet et qu'aucune autre forme de médiation ne permette. Souvent, on lit sur des pratiques et elles nous semblent inacceptables, non éthiques, choquantes et quand on est confronté à l'objet dans l'espace, parfois ça désamorce de voir l'objet alors que les discours qui sont produits autour des œuvres peuvent être enflammés. C'est vrai que ça peut peut-être causer des controverses. Je ne pense pas qu'on ait eu de gros cas ici. Parfois, on s'attendait à peut-être en avoir et non. Je pense que le public est un peu désensibilisé par rapport à la controverse, parce que la controverse profite plus à des organes médiatiques qu'à des publics. Les médias sont super rapides à crier au scandale alors que c'est le contraire pour le public.

Approbation

DANIEL Fiset

Prénom, nom



Signature

25/05/2018

Date

2.3 ENTRETIEN AVEC DAHLIA CHENG – DHC/ART

Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Dahlia Cheng
Prénom Nom

D Cheng
Signature

dcheng@dhc-art.org
Courriel

25-05-2018
Date

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

SARAH TURCOTTE
Prénom Nom

St
Signature

turcotte.sarah@courrier.ugam.ca
Courriel

25/05/18
Date

ENTRETIEN

Nom de la personne interrogée : Dahlia Cheng

Titre de la personne interrogée : Coordinatrice, contenus et communications numériques

Employeur : DHC/ART Fondation pour l'art contemporain

Date de l'entretien : 25/05/18

Heure de l'entretien : 9h30

Durée de l'entretien : 30 minutes

Transcription

ST : Quels objectifs poursuivez-vous en faisant usage du Web ?

DC : Nos objectifs sont de faire connaître la fondation, de communiquer les informations sur ses expositions et sa programmation afin d'attirer le plus de visiteurs possible. Je pense que le but de chaque département, ensemble, c'est d'attirer plus de visiteurs et que le Web est l'un des canaux qui va nous aider à atteindre cet objectif.

ST : Quels types de contenus favorisez-vous sur votre plateforme Web ? Est-ce que c'est plus du contenu publicitaire, informatif, éducatif... ?

DC : Je dirais plus éducatif. Nous avons une série d'entrevues vidéo avec des artistes locaux, organisée par DHC/ART Éducation. Nous avons aussi des bandes-annonces, des mini-documentaires de trois/quatre minutes sur l'exposition en cours qu'on essaie de diffuser vers le début de l'exposition pour que les gens apprennent à connaître l'artiste et pour qu'ils sachent ce qui est présenté actuellement. C'est aussi une vitrine pour ceux qui n'ont pas la chance de visiter nos galeries, par exemple, notre public qui vient de l'étranger.

ST : Qu'est-ce que ça apporte à DHC/ART d'avoir une présence sur le Web ?

DC : Je pense que c'est important pour n'importe quelle galerie d'avoir une présence, juste pour être là dans la conscience des gens, parce qu'étonnamment, même si DHC/ART existe depuis dix ans, il y a beaucoup de gens qui ne connaissent toujours pas la fondation et c'est quelque chose qu'on essaie de travailler encore. L'introduction des médias sociaux dans notre stratégie média été faite il n'y a pas très longtemps. Quand j'ai commencé en 2014, on avait à peine commencé à utiliser notre compte Instagram et on venait d'avoir le OK pour le faire, parce qu'avant, il y avait une certaine réticence de la part de Phoebe, la fondatrice de DHC/ART, qui n'était pas certaine du potentiel que ça pourrait avoir pour la fondation. Notre présence sur le Web nous aide aussi à réduire nos coûts en marketing. Si on faisait de la distribution d'affiches à l'étranger, ça nous coûterait une fortune. Le mandat de la fondation, c'est de montrer de l'art international, des artistes de renom. On ne vise pas seulement le public montréalais et l'Internet nous aide à rejoindre les gens de l'étranger.

ST : Quand vous diffusez de l'information sur les artistes que vous exposez, est-ce que vous êtes limités, par exemple par des droits d'auteur ?

DC : Normalement, l'artiste nous fournit sa biographie ou Cheryl rédige une biographie et la fait approuver par le studio de l'artiste ou l'artiste même. Il n'y a pas vraiment de limites. Je dirais que les limites sont plus par rapport à l'utilisation des images. Elles doivent être créditées correctement partout en tout temps. Il ne faut pas les modifier ou les utiliser de n'importe quelle façon.

ST : L'usage du Web vous permet-il d'attirer un plus vaste public ou un nouveau public ?

DC : Oui, on a notre clientèle qui est assez fidèle, je dirais que le groupe le plus populaire c'est les étudiants universitaires. Il y a aussi les adultes dans la quarantaine/cinquantaine, mais la tendance que je remarque en ce moment, c'est que, sur les réseaux sociaux, il y a beaucoup d'ainés (65 ans et plus). Le Web nous aide à les rejoindre et on le voit dans

les résultats de nos publications. Souvent on remarque que ce sont les personnes plus âgées qui interagissent avec nos publications, c'est eux qui ont le plus tendance à commenter et à liker.

ST : Les contenus que vous rendez disponibles en ligne, pensez-vous qu'ils permettent de rendre votre institution plus accessible ou s'ils permettent seulement de diffuser de l'information à un plus large public ? Autrement dit, est-ce que selon vous un contenu plus disponible est nécessairement plus accessible ?

DC : Ça dépend, parce qu'on a du contenu qui est vraiment destiné au grand public, par exemple, les mini-documentaires comme je te disais ou sinon les entrevues avec les artistes. On a aussi des vidéos qui sont des documentations d'événements comme des conférences ou des tables rondes, et je pense qu'ils s'adressent à un public qui est plus académique, pour des chercheurs qui ont besoin de plus d'informations que juste un topo général de l'exposition en cours. Les contenus sont variés pour qu'ils puissent s'adresser à différents publics.

ST : Concernant l'audioguide qui est disponible en ligne, pourquoi n'offrez-vous pas dans votre établissement des dispositifs qui permettraient de l'écouter pendant la visite ?

DC : C'est juste une question de coûts. La version précédente de notre application mobile était une application gratuite pour les iPhones seulement, mais, après quelques années, on a remarqué que l'application devenait un petit peu désuète et qu'elle ne répondait plus à nos besoins. Ça nous coûtait environ 2000\$ par année pour la garder sur l'*App Store*. On n'est pas certain de l'avancement de la technologie, de la compatibilité des applications sur différents types de téléphones intelligents, donc finalement on a juste décidé de lancer un microsite qui coûte très peu à héberger. Notre microsite est accessible à n'importe qui qui possède un téléphone intelligent, que ce soit iPhone ou Android, et ça nous donne beaucoup plus de flexibilité en termes de modification de contenus. Auparavant, avec l'application DHC/ART, nous devions envoyer des rapports de bogues

au développeur pour qu'il puisse les corriger et pour qu'il mette notre application à jour. Maintenant, c'est nous-mêmes qui gérons le microsite et qui faisons les suivis pour nous assurer que les changements soient faits.

ST : Qu'est-ce que vous pensez de l'usage des dispositifs muséographiques numériques de médiation culturelle ?

DC : Je pense que dans l'expérience qu'on veut offrir ici, on essaie d'éviter de bombarder le visiteur avec trop d'informations. On aimerait que le visiteur ait sa propre interprétation, ses propres impressions sur chaque œuvre. C'est sûr que l'audioguide aide à la compréhension, mais on ne veut pas dicter et je pense que c'est pour ça qu'on ne fournit pas l'audioguide à la réception ou un dispositif pour que le public soit guidé dans l'exposition. On veut laisser les gens visiter et s'ils désirent avoir plus d'informations, on a les dépliants, on a l'audioguide, on a le site Web qui contient encore plus de contenus informatifs, comme les vidéos bande-annonce, les entrevues, etc.

ST : Quels sont les réseaux sociaux que vous utilisez ?

DC : On utilise Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et tous les sites qui sont plus axés sur des contenus vidéo et audio, on est sur SoundCloud, Vimeo et aussi, parfois, la Fabrique culturelle pour nos contenus vidéo en français.

ST : Quels sont vos objectifs en utilisant les réseaux sociaux ?

DC : C'est de diffuser l'information sur notre programmation pour que les gens soient au courant de ce qui se passe à la fondation comme nos expositions, nos événements, etc.

ST : Quel est le type d'informations que vous diffusez dans vos réseaux sociaux ?

DC : Du contenu publicitaire et éducatif. On partage des vidéos, des entrevues audio et aussi des articles rédigés par DHC/ART Éducation. Les articles de blogue peuvent être à la fois éducatifs et publicitaires. On en profite souvent pour faire des liens entre les activités qu'on propose comme notre événement Portes ouvertes, notre projet public Traces, Dissections, le Happening, etc. et les thèmes abordés par l'artiste.

ST : Quel est le réseau social qui fonctionne le plus ? qui touche le plus de publics ?

DC : Je dirais Facebook, parce qu'on est là-dessus depuis un peu plus longtemps que sur les autres plateformes donc on a accumulé un meilleur nombre de followers et je remarque qu'il y a beaucoup plus d'interactions sur Facebook que sur les autres plateformes. Les vidéos sont plus écoutées sur Facebook que sur Vimeo ou YouTube.

ST : Est-ce que votre présence sur les réseaux sociaux vous permet d'attirer un plus grand public ? Ou encore un nouveau public ?

DC : Je dirais que oui, parce qu'on peut identifier des organisations quelconques comme des musées, des galeries, des centres d'arts, des lieux culturels, etc. et ils vont recevoir le message directement et vont savoir quand ils sont mentionnés. Souvent, on fait des clin d'œil à des événements qui nous rejoignent, comme des événements locaux du MAC ou du CCA, mais aussi des événements internationaux. Par exemple des artistes qu'on a eus dans le passé, quand ils ont une exposition à l'étranger on fait une annonce et les galeries sont toujours ravies de voir nos publications. Je pense qu'en interagissant avec les autres galeries, que ce soit par des mentions sur Twitter, Instagram ou Facebook, ça nous aide à nous faire connaître auprès de leur audience, parce que ça leur permet de voir avec qui les musées ou galeries qu'ils suivent interagissent. Aussi, autre que sur les réseaux sociaux, on suggère souvent les expositions et les activités des autres institutions dans notre infolettre et la plupart du temps ils acceptent de parler de nous en échange.

ST : Pouvez-vous me parler des avantages et des désavantages pour DHC/ART d'être présent sur les réseaux sociaux ?

DC : L'un des avantages, c'est qu'on rejoint plus de personnes. Aussi, je trouve que ça aide à positionner DHC comme une référence par notre transparence. Tous nos contenus sont disponibles quelques jours après que les événements ont lieu. On essaie de notre mieux de tout documenter et je pense que les gens sont contents de savoir que si jamais ils manquent un événement, il y aura tout le temps de la documentation quelque part en ligne. On a beaucoup de ressources en ligne pour aider les gens à apprécier l'art contemporain, par exemple nos vidéos, nos articles, nos outils éducatifs. Les expositions qu'on présente sont de qualité et on aimerait les partager avec autant de gens possibles. Je pense que tous ces outils aident à bonifier l'image de la fondation. Sinon, les désavantages, je n'y ai jamais vraiment pensé.

ST : Comme il y a plus de gens qui ont accès à votre contenu étant donné qu'il est également disponible sur le Web et les réseaux sociaux, est-ce que vous obtenez plus de réponses à vos activités, des réponses négatives qui pourraient créer des conflits ?

DC : Oui, en fait je l'ai vécu juste une fois depuis que je travaille ici, mais je sais qu'il y avait beaucoup de réactions négatives quand il y a eu l'exposition de Jake et Dinos Chapman. Il y avait beaucoup de sculptures choquantes, par exemple des mannequins habillés en KKK. Ça a beaucoup offensé, je pense, certaines communautés. Aussi, durant l'exposition de Wim Delvoye, on a reçu quelques commentaires par rapport à la cruauté envers les animaux dans l'événement Facebook du vernissage, mais ça n'a pas vraiment affecté l'événement en tant que tel. Je dirais que c'est juste des opinions et on les accepte. On ne va pas censurer l'opinion de notre audience. On est ouvert à la discussion.

ST : Est-ce que le Web et les réseaux sociaux sont des plateformes qui permettent aux gens de s'exprimer davantage que seulement lors de leur visite physique en galerie ?

DC : Oui, avec les réactions sur Facebook, par exemple, ça nous aide à voir si les gens sont intéressés par nos événements, s'ils aiment notre contenu et s'ils ont hâte à notre prochaine exposition. Je reviens à la question précédente, mais parfois ça vaut la peine de répondre aux commentaires négatifs. Je me souviens qu'une fois quelqu'un avait laissé un commentaire sur une vidéo de la conférence de Yinka Shonibare. C'était à propos de quelque chose que Cheryl avait dit et qui avait été mal compris. Quand j'ai montré ça à Cheryl, elle a dit qu'elle voulait clarifier son point de vue, qu'on allait répondre et qu'on allait le faire poliment et avec respect.

ST : Est-ce que tu dirais que c'est un avantage d'avoir cette plateforme-là en regard du fait que ça ouvre des discussions ?

DC : Oui, les commentaires négatifs, je ne les vois pas vraiment comme un désavantage, puis c'est assez rare qu'on en reçoive.

ST : Finalement, je vous ai parlé davantage de vos plateformes numériques qui sont externes aux salles d'expositions, mais en général, comment DHC/ART conçoit-il sa relation avec le numérique que ce soit par le biais de plateformes comme le Web ou les réseaux sociaux ou encore dans vos dispositifs muséographiques ?

DC : On essaie d'être présent sur les plateformes qui nous semblent les plus importantes. On a décidé que par exemple Pinterest ou Snapchat ça ne s'adressait pas à notre audience donc on a laissé ça de côté, mais je pense que sur les plateformes les plus populaires, ça vaut la peine d'interagir et de faire partie de la discussion dans le monde de l'art, d'être à l'affût de ce qui se passe, de suivre les autres musées, d'être présent.

ST : Pensez-vous que les dispositifs numériques de médiation externes à l'exposition sont plus efficaces que ceux dans l'exposition directement, dans la muséographie ?

DC : Si on parle de guides d'exposition, je pense qu'il y aura toujours un besoin pour les deux médiums, imprimé ou en version électronique. Étant donné qu'on est très axés sur l'accessibilité, on aimerait offrir les deux options au public. Par exemple, je pense que les personnes qui ont de la difficulté à lire en français et en anglais favoriseraient l'audioguide, tandis que des personnes qui ont des troubles auditifs favoriseraient le dépliant imprimé. Pour DHC/ART, je pense que le numérique comme outil de médiation est plus efficace directement dans les galeries. On parle seulement de notre audioguide/microsite aux visiteurs une fois qu'ils sont dans la galerie, car c'est un outil d'accompagnement à l'exposition, mais qui perd un peu sa valeur s'il est partagé sur le Web sans contexte, sans tous les visuels. Je pense que pour un grand musée qui possède une collection permanente, un site Web de visite de 360 degrés serait un magnifique outil, mais pour DHC/ART, qui est une fondation qui ne reçoit que deux expositions temporaires par année, on n'y voit pas vraiment l'intérêt et il y a quelques obstacles, les œuvres ne nous appartiennent pas et il faudrait vérifier avec les artistes s'ils acceptent de présenter leurs œuvres en visite 3D.

ST : Pensez-vous que les publicités en versions numériques sont plus efficaces que les versions imprimées ?

DC : Oui, parce que dans les publicités imprimées, je dirais qu'on fait le minimum. On vise surtout les magazines locaux. Dans le passé, on avait des publicités dans les magazines internationaux comme Artforum, mais ça mangeait une grosse partie de notre budget publicitaire et dans ce temps-là, on ne misait pas vraiment sur les réseaux sociaux. Maintenant, je dirais que c'est plus efficace d'utiliser les réseaux sociaux que d'utiliser des publicités papier. Je trouve que c'est un moyen plus efficace aussi, car si, par exemple, on fait de l'affichage dans les écoles, c'est difficile de calculer le nombre de personnes qui a vu notre affiche. Tandis que pour notre site Web ou sur Facebook, nous avons une quantité énorme de données sur les gens qui sont atteints via les outils d'analyse.

ST : Quel est le rapport entre les visites de votre microsite destiné à votre audioguide et les visites de votre page générale ?

DC : Je dirais que le microsite est moins visité, parce que c'est juste un site qui est proposé quand le visiteur arrive dans la galerie, on n'en parle pas vraiment sur les réseaux sociaux, parce que ce n'est pas quelque chose que le visiteur aura besoin d'écouter s'il n'est pas là dans l'exposition, mais je pense que ça va changer dans le futur quand on va avoir notre nouveau site Web. Il y aura une section où on pourra consulter tous les audioguides passés, sauf qu'en ce moment, on est limité avec le design actuel du site Web qui n'est pas optimal pour l'hébergement de nos audioguides.

ST : Est-ce qu'on peut accéder au microsite par le biais du site Web de la fondation ?

DC : Oui, on peut le trouver dans la section « Outils interactifs », sauf que c'est quand même difficile de le trouver. On ne pousse pas vraiment les visiteurs à visiter le microsite s'ils sont déjà sur le site Web.

ST : Est-ce que vous partagez le microsite sur vos réseaux sociaux ? est-ce que vous en faites la publicité ?

DC : Non, parce que ce n'est pas vraiment un site qui se visite sur ordinateur, c'est plus un outil fait pour être consulté sur les téléphones intelligents.

ST : De quelle façon les gens trouvent le microsite ?

DC : Ici, en visitant la fondation, c'est affiché à la réception et parfois sur les cartels, selon le design de l'exposition.

ST : Comment l'audioguide sera-t-il intégré à votre nouveau site ?

DC : Les audioguides vont être inclus dans chaque page d'exposition correspondante. Aussi, on aura une nouvelle section qui va s'appeler « Explorez » qui va nous permettre de faire une recherche de toutes les vidéos, contenus audio, les articles de blogue, tout ce qui est pertinent à la recherche, pour en savoir plus, pour voir ce qui a été fait dans le passé.

ST : Quand votre nouveau site sera-t-il lancé ?

DC : C'est prévu pour l'automne 2018, peut-être octobre ou novembre.

ST : Est-ce qu'en ce moment vous êtes limités par votre site actuel, par son design ?

DC : Oui, il y a beaucoup de limites. En ce moment, personnellement, j'ai l'impression que le design a été conçu pour un site de style « blogue », puis comment le texte est disposé, je trouve que ce n'est pas optimal pour la quantité d'informations qu'on veut diffuser. Aussi, on n'a pas de galerie média en ce moment ni de sections galerie photos, donc je trouve que ça fait un petit peu vide, qu'il manque de contenus dans chaque page d'exposition et même dans les pages d'évènements, je pense que ce sont des pages qui peuvent être bonifiées avec ce qui a été fait dans le passé et en ce moment, on n'a pas l'occasion de le faire. Tout ce qu'on peut faire sur une page d'exposition, c'est d'inclure le texte, quelques images et des liens vers les événements et vers les documents d'éducation.

ST : Pour quelles raisons vous étiez-vous limités à un site comme celui-là ?

DC : En fait, c'est que durant le design du site actuel, il n'y avait pas beaucoup d'employés de DHC qui avaient été consultés pour savoir c'était quoi nos besoins. C'est pour ça qu'il y a eu quand même plusieurs manques au niveau du design. Avec le temps on a réfléchi et on a décidé de lancer un nouveau site Web. Cette fois-ci on a vraiment fait appel à toute l'équipe pour connaître les besoins de chacun.

ST : Est-ce que vous vous basez sur l'opinion de vos publics pour savoir ce qu'ils souhaitent voir sur votre site Web ou si c'est plus en fonction de vos propres observations ?

DC : On a fait des recherches, on a essayé d'identifier c'était qui nos visiteurs, on a créé des *personas* et on a découvert qu'il y avait plusieurs types de visiteurs, on a le touriste, les seniors, les étudiants, les professeurs, les professeurs en art, donc on essaie de plaire à ces publics. Le site sera destiné au grand public, il sera plus accessible et il va contenir plus d'informations pour que les gens puissent mieux apprécier l'art contemporain, mais on continue à sortir du contenu riche qui est un peu plus poussé pour ceux qui savent déjà un peu de quoi on parle, que ce ne soit pas juste de l'information de surface, mais pour des recherches plus profondes.

Approbation

Dahlia Cheng

Prénom, nom



Signature

15-06-2018

Date

2.4 ENTRETIEN AVEC MARJOLAINE BOURDUA – MAC

Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Marjolaine Bourdua

Prénom Nom

M. Bourdua

Signature

marjolaine.bourdva@macm.com

Courriel

21 juin 2018

Date

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

SARAH TURCOTTE

Prénom Nom

ST.

Signature

turcotte.sarah@caurrier.ugam.ca

Courriel

21/06/18

Date

ENTRETIEN

Nom de la personne interrogée : Marjolaine Bourdua

Titre de la personne interrogée : Coordonnatrice médiation numérique

Employeur : Musée d'art contemporain de Montréal

Date de l'entretien : 21/06/18

Heure de l'entretien : 13h

Durée de l'entretien : 55 minutes

Transcription

ST : Peux-tu me parler sommairement de tes fonctions ici au Musée d'art contemporain de Montréal ?

MB : Oui. J'occupe deux chapeaux ici depuis près de dix ans maintenant. Je travaille à la médiation, donc je travaille comme guide dans l'équipe des visites, le service de l'éducation étant divisé principalement en deux secteurs, le secteur des visites et le secteur des ateliers. Ça fait plusieurs années que je travaille aux visites, donc dans les espaces d'exposition, accueil des publics, visites interactives, auprès de tous les publics de quatre ans jusqu'à des publics adultes en passant par des publics spécialisés, avec des besoins particuliers. C'est un de mes chapeaux, mais depuis un an et demi environ, je suis également coordonnatrice de la médiation numérique. C'est un poste qui a été créé plus récemment, un poste à contrat en lien avec le PCNQ (Plan culturel numérique du Québec). C'est à travers le PCNQ que le musée a créé ce nouveau poste et le musée avait la volonté d'engager quelqu'un qui, de préférence, provenait soit de l'équipe des visites ou avait cette expérience-là pour pouvoir créer une nouvelle offre, mais qui allait être en interaction directe avec la philosophie du travail qui se fait déjà à l'éducation. Donc c'est le poste que j'occupe depuis un an et demi.

ST : Quelle importance le musée d'art contemporain accorde-t-il à la médiation culturelle et à l'éducation des publics ?

MB : Ça fait partie de sa mission. C'est une des quatre grandes fonctions muséales d'éduquer le public. Donc, par essence, l'éducation elle est importante au musée. Après, elle a toujours existé, je veux dire, on reçoit au musée chaque semaine des centaines d'enfants de groupes scolaires par exemple, qui est une grosse partie de notre clientèle, mais elle n'a pas toujours été mise de l'avant. Dans le champ des arts, on voit depuis six/sept ans peut-être vraiment une lumière qui est jetée sur cette notion de médiation qu'on n'appelait même pas comme ça avant. On utilisait carrément le mot éducation. Donc, au fur et à mesure qu'il y a eu un intérêt pour la médiation dans le champ des arts, je pense que le musée a aussi dévoilé, mis un peu plus de l'avant, ses programmes éducatifs, mais je pense que ç'a toujours été présent, toujours été soutenu, toujours été vivant.

ST : Quels sont les dispositifs de médiation qui sont favorisés ici au musée ?

MB : Je dirais que les-trois grands axes au niveau de la médiation ou au niveau de l'éducation, il y aurait les visites, les ateliers d'arts plastiques et tout ce qui est conférences, action culturelle, rencontres avec artistes, colloques, donc c'est un autre grand axe. Je vais parler plus spécifiquement de ce qui se passe au niveau des visites. Les visites interactives, je pense que ce serait le principal dispositif de médiation. Donc, le dispositif étant le médiateur. Il y a vraiment la dimension humaine qui est de l'avant ici. On a eu l'expérience de toute sorte d'applications, de microsites, j'y reviendrai après, mais on se rend compte que ces outils-là, paradoxalement, les utilisateurs ont souvent besoin d'une présence humaine pour les activer, les rendre vivants, les comprendre, entrer dans leurs contenus. Donc la principale ressource ce serait les médiateurs. D'ailleurs, on donne des visites, mais il y a aussi de la présence en salle qui se fait beaucoup dans les salles des collections, puis dans les expositions temporaires également.

ST : Qu'est-ce qui explique votre réticence face à l'usage des environnements numériques directement dans les salles d'expositions ? Est-ce que, comme tu viens de dire, c'est parce qu'on a aussi besoin d'une présence humaine ?

MB : La principale réticence de l'utilisation de ces ressources-là, en salle, c'est que, souvent, les outils, la manière dont ils sont conçus, vont interférer avec l'expérience de l'œuvre. C'est aussi simple que ça, c'est principalement ça la raison numéro un. Ce qui qualifie l'expérience de venir au musée plutôt que de consulter une bibliothèque en ligne ou une collection en ligne, par exemple, c'est d'être en contact avec des œuvres en vrai, des œuvres réelles. Donc, en général, les outils numériques, comme ils sont le plus souvent sur des appareils, l'expérience de l'appareil, que ce soit un téléphone intelligent, une tablette ou un ordinateur ce qui serait plus rare, va créer un effet d'interférence avec l'expérience de l'œuvre. Par contre, on est assez ouverts aux outils qui peuvent précéder, préparer, une visite au musée ou à l'inverse qu'est-ce qui peut nous permettre de développer des contenus après avoir fait la visite au musée. Puis, pour ce qui est d'avoir des outils numériques sur le site du musée, mais en dehors des salles d'expositions, à proximité des salles d'expositions, il n'y a pas de réticence ici au niveau philosophique. Ce serait d'autres types de réticences, principalement financières par exemple. Il y a peut-être d'autres outils que je n'ai pas mentionnés, j'ai parlé des microsites. Ils sont disponibles dans la section « multimédia » du site Web du musée. Donc, ce sont des microsites qui ont été faits en 2015-2016 pour les expositions de Patrick Bernatchez, Liz Magor, Dana Schutz, David Altmejd, peut-être la plus connue. Ce que j'aimerais mentionner à propos de ces microsites, c'est qu'ils ont été principalement produits par l'équipe des communications et quand on les analyse un peu plus en profondeur, oui c'est un bon accompagnement, il y a quand même certains contenus enrichis notamment des entrevues où les artistes commentent leurs œuvres. Ça c'est très intéressant, il y a quelque chose de plus consistant, mais autrement, ces microsites sont assez informatifs et ils ont aussi une couleur un peu promotionnelle (le catalogue d'exposition, achetez vos billets en ligne). Je pense qu'on peut sentir que l'initiative venait plutôt des communications que de l'éducation par exemple. Si

l'éducation avait fait les microsites, ce serait différents contenus qu'on y retrouverait. Je dis ça en toute objectivité, tu vas voir de quoi je parle en les consultant. Donc, j'hésiterais à les nommer comme des outils de médiation, mais je pense qu'ils pourraient être considérés ainsi à cause de certains contenus enrichis, certaines fiches d'œuvres avec les entrevues audio avec les artistes. Il y a certains contenus qui, à mon sens, relèvent de la médiation. Le blogue c'est mon projet principal à la coordination de la médiation numérique, qui a vu le jour officiellement il y a quelques mois, mais sur lequel je travaille depuis mon entrée en poste. Au tout début, en fait c'est né du PCNQ, Plan culturel numérique du Gouvernement du Québec, et quand le musée est entré dans la vague PCNQ, il avait beaucoup d'arriérages à faire. Donc, toutes les premières phases, ç'a été au niveau de la numérisation des collections, sauvegarder certaines copies, transférer des films, par exemple, des œuvres vidéographiques qui devaient être préservées, créer une banque de données pour ça. On partait de loin. Donc, nous, peut-être si on se compare à d'autres institutions, ça nous a pris du temps avant d'arriver à des phases de diffusion. Maintenant que cette étape a été faite, on arrive à vouloir diffuser une sélection de la collection. Il y a eu les collections en ligne qui ont été rendues publiques avant le blogue. Donc, ça aussi on pourrait le concevoir comme un outil de médiation, mais qui est assez de base dans le sens que oui il y a des images, c'est le fun de naviguer dans cette sélection. C'est à peu près trois cents œuvres sur les plus ou moins huit mille œuvres de la collection du MAC. Certaines ont des fiches descriptives qui sont bien, mais il n'y en a pas pour toutes les œuvres donc ça mériterait d'être bonifié, mais c'est déjà un bon début. Moi je suis arrivée après ça et on m'a demandé de rendre ça dynamique et de développer des outils de médiation à partir de cette sélection. Depuis le tout début, ça fait partie de mon mandat. Le travail de médiation numérique que je fais, il est assez collé sur la collection versus les expositions temporaires par exemple. Donc, je dois trouver des manières détournées de parler des expositions temporaires en les rattachant à la collection. Le blogue, il devait être en lien avec la collection, mais c'était aussi important de le créer dans un esprit d'interaction, de cohérence avec l'action éducative qui était déjà en place. Je me suis beaucoup inspiré du travail que je fais aux visites en collaboration avec l'équipe des

médiateurs. Par exemple, une des catégories du blogue, c'est la question spontanée. Donc, une question qu'on peut se poser devant l'œuvre qui nous permet d'enclencher un processus de compréhension et éventuellement d'interprétation des œuvres. Puis, ces questions-là sont beaucoup inspirées des questions que le public nous pose quand on présente ces œuvres-là ou, à l'inverse, des questions que nous on leur lance en visite pour susciter la conversation, parce qu'on est beaucoup sur le mode conversation en visite. Donc, c'est important de rester proche de la philosophie, de ne pas créer quelque chose qui était différent, qui restait cohérent avec, disons, notre personnalité au niveau de notre action éducative. Il y a cinq catégories en tout. Je t'en ai nommé une, mais il y en a une qui est plus au niveau des archives qui s'appelle « Jouer avec le temps » et qui me permet de faire des liens avec la chronologie du musée dont Julie Bélisle pourra te reparler après. Il y a « Les complices », c'est carrément le point de vue du public sur le musée. Donc, c'est des projets de collaboration. C'est le musée et/ou les œuvres vues à travers des collaborateurs, groupes scolaires, groupes spécialisés, une entrevue avec un professeur en art plastique par exemple des choses comme ça. Donc, moi c'est vraiment une grosse partie de mon travail, le blogue (les contenus, la mise en ligne, la recherche).

ST : Quels sont vos objectifs quand vous élaborez des dispositifs de médiation ?

MB : Avec le numérique, c'est de poursuivre notre action éducative, puis de la développer. D'aller chercher peut-être d'autres publics qui ne viennent pas nécessairement au musée, leur faire découvrir les œuvres, leur faire découvrir éventuellement le musée. Toujours en ayant peut-être une petite idée derrière la tête de les faire venir au musée un jour s'ils en ont l'occasion. Les autres objectifs, je dirais, des vrais objectifs éducatifs, c'est vraiment d'être toujours dans un espèce de dialogue entre : « je veux donner de l'information sur cette œuvre-là, mais je veux aussi donner des clés par rapport à l'art contemporain pour que la prochaine fois que ce visiteur-là, que ce soit un visiteur réel physique dans les lieux du musée ou un visiteur virtuel, ait peut-être deux/trois questions clés qu'il peut se poser ou peut-être qu'il comprenne un

peu plus, même si on ne comprend pas tout, comment aborder l'art contemporain ». Donc, éduquer sur l'art contemporain c'est comme tout le temps le grand chapeau, le principal objectif. Autre objectif très pratico-pratique, il y a aussi un besoin au niveau des communications de nourrir les réseaux sociaux, principalement Facebook. Le musée utilise aussi Instagram. Au tout début, avant qu'on aille ce qu'on a appelé notre coquille, qui était le blogue, j'ai, pendant presque un an, créé des billets, des articles, qui étaient uniquement publiés sur Facebook, mais je les faisais en ayant en tête qu'on allait avoir le blogue. Donc, on n'a pas tout repensé ensemble avec Valérie Sirard qui est responsable de la diffusion des contenus numériques et qui travaille aux communications. Dans un autre scénario on aurait pu, Valérie et moi, travailler ensemble et repenser complètement la voix ou les voix du compte Facebook de l'institution. Ça n'a pas été ça du tout qui s'est passé, mais moi, de mon côté, j'ai créé des contenus qui étaient d'abord diffusés sur Facebook et ensuite, quand on a eu la plateforme qui a été créée pour le blogue, tous ces contenus-là ont été versés sur le blogue. Ça continue de se faire en collaboration en ce sens où moi, je crée mes billets et Valérie les relai sur Facebook de manière plus succincte en reprenant une ou deux phrases clés, en donnant la plupart du temps le lien qui mène vers le blogue. Donc ça permet aux visiteurs de découvrir cet outil de médiation là puis elle, ça lui permet d'alimenter le compte Facebook de l'institution. Elle a un grand grand besoin, parce qu'ils veulent être plus dynamiques, avoir plus de contenus et elle, elle n'a pas le temps de créer des contenus, c'est un autre problème, et moi, ça me convient comme formule. Quand j'avais uniquement Facebook comme moyen de diffusion, je n'ai pas trouvé que c'était très heureux, parce que les billets étaient longs, donc ça détonnait un peu avec la voix déjà existante de l'institution. C'était mêlé à travers un paquet d'autres choses. Le musée c'est la fondation du musée, il y a le bal, il y a les visites du mercredi soir, c'est très très très large tout ce qu'il se fait, le projet de transformation, le resto, donc tout ça doit trouver sa place et moi je me retrouvais un peu plus perdue à travers tout ça, mais maintenant que les billets sont diffusés sur le blogue, je trouve que ça prend mieux sa place, puis c'est beaucoup mieux. Donc, c'est aussi un des objectifs, ç'a aidé à ce qu'on puisse concrétiser le projet de blogue : le fait que ça contribuait à donner

des contenus pour les communications. Je trouve aussi intéressant et futé que l'institution utilise ses contenus éducatifs comme voie de promotion.

ST : Comment évaluez-vous l'efficacité de vos dispositifs de médiation ?

MB : Si on parle toujours de médiation numérique, ce serait difficile pour moi de répondre à cette question-là. Je sais que le blogue est assez consulté. Ça fait peu de temps qu'il est en ligne, mais on a les statistiques. Il n'y a pas de fonctions « like » ou « petit cœur » sur notre blogue, c'est un choix qu'on a fait, mais on a le nombre de vues et on voit quand même qu'il est consulté. On voit tout de suite l'effet quand c'est aussi relayé sur Facebook, ç'a un effet, et sur les autres billets, par exemple le visiteur est venu visiter ça, mais il a aussi consulté ça et ça et ça. Pour avoir un point de vue plus complet, il faudrait les statistiques de la collection en ligne, c'est quoi son niveau de fréquentation, le compte Facebook, son niveau de fréquentation également. Pour le blogue, c'est comme ça qu'on évalue : avec le nombre de vues.

ST : Et les autres outils de médiation, par exemple les visites guidées, est-ce que vous avez des méthodes pour les évaluer ?

MB : Par période, c'est souvent complet au niveau des visites scolaires. Nous sommes au maximum de notre capacité d'accueil. Ça, c'est un indicateur. Nous faisons aussi des rapports pour chacune des visites et les résultats sont compilés. Il y a, ça ne doit pas être fait de manière annuelle, mais de temps en temps, des sondages de satisfaction du client qui sont envoyés à certains professeurs. Ça il faudrait peut-être plus en faire la demande à Sylvie Pelletier qui est la responsable du service des visites ou à Luc Guillemette qui est le responsable des ateliers.

ST : Selon toi quels sont les outils de médiation les plus efficaces ?

MB : C'est qu'on ne peut pas comparer. Moi ce que je trouve le fun avec le blogue, c'est d'imaginer qu'il y a un prof qui utilise le blogue pour préparer sa visite au musée par exemple ou un prof au CÉGEP qui va utiliser le blogue ou la collection en ligne pour montrer des œuvres de la collection du musée pour faire son cours d'histoire de l'art du Québec par exemple. Donc, ç'a son utilité. Aussi, pour les gens qui ne sont pas dans la région de Montréal, qui ne peuvent pas nécessairement venir fréquemment au musée, ça peut répondre à ce besoin-là. Je pense néanmoins qu'il y a vraiment une force de frappe dans la présence des médiateurs. Il y a une qualité du travail dans l'approche, dans la manière de faire. C'est vraiment du travail d'accompagnement et l'équipe s'adapte énormément aux différents publics. C'est d'offrir une visite à des enfants de quatre ans qui viennent au musée pour la première fois ou pas, parce qu'il y a aussi des habitués de quatre ans qui viennent au musée, puis d'être capable après ça d'offrir une visite à des étudiants à la maîtrise en photographie de Concordia par exemple dans la même journée. C'est chose quotidienne pour les médiateurs et à chaque fois on s'adapte énormément à nos publics. Je pense que l'art contemporain se consomme et se comprend aussi dans l'échange d'idées, en formulant une idée, en nommant qu'est-ce qu'on voit à haute voix, sur le mode de la discussion. Le fait qu'on utilise beaucoup le mode interactif, c'est très efficace pour faire un travail de médiation, mais là où je ne peux pas comparer c'est que, je veux dire, il y a une longue tradition de médiation dans l'institution, un travail qui s'est peaufiné, une façon de travailler en équipe aussi, recevoir les dossiers d'étude, échanger des idées : « ah moi telle œuvre ou telle exposition avec tel groupe d'âge je l'aborderais comme ça ou on pourrait tirer tels tels thèmes ». Tout ça s'est peaufiné au fil du temps. Les outils de médiation numérique sont tout nouveaux, donc on ne peut pas les juger de la même façon. Mon souhait serait que les deux puissent interagir à des moments différents ou de manière la plus pertinente et complémentaire que possible. Si on peut utiliser des outils comme le blogue ou la collection en ligne pour créer des expériences pré ou post visites, ce serait un super bel objectif ça, je trouve, pour le musée.

ST : Est-ce que tu dirais que ce qui fait la force de la médiation au MAC c'est d'avoir une variété d'outils disponibles ?

MB : Je ne sais pas si je dirais ça. Je dirais que ce qui fait la force, c'est l'aspect interactif qui tient à la présence d'un être humain, un accompagnement humain.

ST : Est-ce que tu penses que le Web est une plateforme qui est limitée, puisque vous misez sur la présence humaine, sur une approche interactive ?

MB : Il n'y a aucune application qui peut interagir de la même façon qu'un être humain en présence physique. Quand on fait une visite avec un groupe, parfois c'est dans l'intonation de la personne que je comprends que si cette personne-là me parle de couleur, c'est pour telle raison ou c'est parce qu'elle veut m'amener sur l'aspect technique ou si on parle de l'aspect sublime de la couleur. Ça, mes collègues et moi, on va le comprendre à l'intonation, au langage corporel. Il n'y a aucune application qui peut remplacer ça. On a fait des prototypes de projets qui n'ont pas été retenus pour d'autres demandes de subventions et c'est un des grands écueils qu'on avait. Quand on tombe dans l'idée d'une visite virtuelle ou d'un médiateur virtuel, il faut toujours, je pense, ne pas essayer de reproduire cette expérience-là, mais plutôt être une ressource complémentaire face à l'œuvre ou face à l'art contemporain. L'expérience de l'œuvre n'est pas la même non plus, donc je pense que, quand on tombe dans le monde numérique, il ne faut pas faire semblant qu'on n'est pas dans le monde numérique. Je pense que si on peut garder cette distinction-là, dans le futur, ça va nous aider à développer nos outils avec pertinence, mais ce n'est pas facile à faire et pour avoir fait quand même un peu de recherches dans le milieu, je vois qu'il y a énormément d'exploration qui se fait. Combien de musées créent leur propre application allant du *tracking* de visiteurs, que tu vas laisser ton courriel et tu vas te retrouver sur la *mailing list* par exemple et là ils peuvent voir d'où tu viens, à des dispositifs comme le « Ask me » du Brooklyn museum par exemple, tu visites dans le musée, tu as ton téléphone et tu peux demander n'importe quoi à propos de n'importe quelle œuvre et

il y a quelqu'un qui est là numériquement et qui peut répondre à ta question, mais ça ne remplace jamais l'expérience réelle, en temps réel avec quelqu'un. Donc je pense que ça, c'est bien de le garder en tête. Ce qui nous empêche aussi de nous développer, ce qui fait qu'on se développe très lentement au niveau du numérique, c'est aussi notre situation financière. On n'investit pas massivement dans la médiation. On maintient des budgets depuis plusieurs années, mais ce n'est pas quelque chose qu'on augmente à cause de plein plein de raisons qu'on pourrait résumer à la situation financière du musée. On est aussi tributaire dans ce champ-là de subventions, de soutiens gouvernementaux comme le PCNQ, donc on profite de ça en ce moment pour se développer, mais à petits pas, je dirais. Puis, la lenteur, ou en tout cas le rythme qui n'est pas accéléré, vient aussi du fait que, je pense que, ce n'est pas une réticence, mais il y a beaucoup de nouveautés en ce moment dans ce milieu-là et je pense qu'il y a une certaine distance critique qui nous incite à réfléchir, mais ce n'est pas une réticence du type : « On ne veut pas faire de numérique ». Je la résumerais plutôt en disant : « On veut profiter du numérique pour bonifier ce qui existe déjà et pour continuer à être pertinent dans notre action éducative ».

ST : Est-ce qu'il y aurait d'autres limites que le musée rencontre en étant présent sur le Web ?

MB : Je ne sais pas si ça serait comme une limite, mais c'est plus difficile de saisir et d'évaluer l'impact sur les visiteurs virtuels. On sait ils sont au nombre de combien plus ou moins quand on regarde des statistiques, mais est-ce que quelqu'un qui clique sur un article de blogue l'a lu, qu'est-ce qu'il en comprend, quel genre d'expérience il va avoir avec ça. C'est comme quand on fait de la radio, on parle à quelqu'un, mais c'est quelqu'un d'abstrait avec qui on n'a pas le retour de l'ascenseur. C'est très différent de l'expérience de visite où là, tu le sais à la fin de ta visite : « OK, eux autres ça pas pogné » ou : « OK, objectif atteint, ils ont compris c'est quoi en gros l'art contemporain » ou : « OK, super ils ont vraiment accroché, eux autres ils connaissaient déjà l'art contemporain et on a approfondi telle idée, on a vécu telle expérience

ensemble », tu le sais à la fin de ta visite qu'est-ce qui s'est passé. Tu peux vraiment le saisir. Donc, comme limite, ce serait peut-être de ne pas avoir le retour, la rétroaction, et moi, je n'ai pas eu beaucoup d'échos de ça encore.

ST : Selon toi quelle serait la principale différence entre l'expérience de visite en salle et l'expérience de visite virtuelle ?

MB : Ce serait l'interaction, surtout qu'on met vraiment de l'avant une approche interactive et la rétroaction pour savoir si ce que je fais est pertinent : « Est-ce que c'est apprécié, est-ce que ça permet aux gens qui naviguent sur le blogue d'apprendre des choses, de se divertir, de découvrir des œuvres de la collection, est-ce qu'on répond aux besoins ? » On ne l'a pas encore évalué, c'est trop jeune.

ST : Qu'est-ce que ça apporte au Musée d'art contemporain d'être présent sur le Web ?

MB : Une visibilité quand même, la collection en ligne par exemple. C'est un fragment de la collection, mais ça nous permet d'être visibles, pour les chercheurs, pour le grand public, pour la curiosité. C'est vraiment une étape de franchi. Les avantages, je pense que ça peut donner des outils qui complètent l'expérience de venir au musée, que ça va ensemble. Ça peut être un ou l'autre, mais si c'est les deux, ce n'est pas un effet de répétition, c'est autre chose. Ça permet de voir plein d'œuvres, je veux dire trois cents œuvres, on n'a jamais ça d'un coup d'accrocher sur nos murs, on n'a pas cet espace-là. Donc, ça permet de multiplier les possibilités. Il y a aussi l'idée des rapprochements. Des rapprochements formels, thématiques, historiques. Une autre catégorie dans le blogue qui s'appelle « Alter ego ». Ce sont des mises en relation d'une œuvre qui est exposée par exemple en ce moment au musée avec une autre œuvre de la collection, qui, en les mettant côte à côte, on en comprend quelque chose, à cause d'un rapprochement formel, historique ou conceptuel par exemple. Donc ce type de rapprochements là, je ne peux pas faire ça en visite, parler de telle œuvre de, par exemple, Carl André qu'on a dans la collection. Si je n'ai pas d'image, ça ne résonnera

pas pour les gens, mais si je prends une œuvre d'inspiration minimaliste et je mets une œuvre minimaliste à côté, là, oui on voit de quoi je parle. Donc, le numérique peut permettre ce type de rapprochement là, l'idée de collage un peu à la Pinterest, c'est un collage d'idées ou d'images.

ST : Quels sont les types de contenus que vous diffusez sur votre site Web ?

MB : Si tu navigues sur le site, il y a tout le pratico-pratique autour des expositions. En gros, ce qui est présenté, c'est vraiment des informations de base, c'est qui, c'est quoi, c'est présenté jusqu'à quand, tout ça, mais il y a des sections comme « Multimédia » où il y a beaucoup d'entrevues avec des artistes, des contenus numériques vidéo qui sont complémentaires. Les conférences qu'on donne ici sont souvent enregistrées et diffusées sur notre site. Ça, ce n'est pas que du contenu informatif, c'est du contenu que je qualifiais comme du contenu enrichi. Les collections en ligne, ça va d'une image avec le nom de l'œuvre à une notice et quelque chose d'un petit peu plus élaboré. On navigue entre moins de contenus et plus de contenus. Le blogue, je le considère comme du contenu enrichi, parce qu'on va plus loin. Il y a aussi du contenu promotionnel pour la boutique, pour le resto, il y a une section éducation. C'est tout justement, c'est de l'essentiel du musée dans ses grandes fonctions (conserver des œuvres, éduquer, exposer, faire de la recherche) aux horaires de la boutique par exemple. Donc c'est un mélange de tout ça.

ST : Quel est le public cible de votre site Internet ?

MB : Ça, il doit même être clairement identifié par l'équipe des communications, mais c'est un site, quand il a été refait il y a un an à peu près, qui était vraiment pensé, c'est peut-être large comme réponse, mais pour les 18-35 ans à cause de l'importance accordée aux images. Tout tout tout est en image, des grandes images pleines largeur. On navigue à travers comme un éventail d'images. C'est plus ça qui ressort que les contenus textes par exemple et ça, c'est un choix qui a été fait pour rejoindre un public

apparemment plus jeune, on pourrait en débattre, mais d'après ce que j'ai entendu, un public plus jeune qui apprécie ce type de connaissances par arborescence, par navigation, plus que des connaissances linéaires on pourrait dire. Donc il a été pensé un peu comme ça, un peu à la manière dont on consomme les images sur les réseaux sociaux par exemple, Instagram. Il y avait quand même un peu la volonté de rafraîchir le *look* et la navigation sur le site Web. Je pense qu'on voulait aller chercher un public plus jeune.

ST : L'usage du Web vous permet-il d'attirer un plus grand public au Musée ou un nouveau public ?

MB : Un nouveau public, assurément. Un plus grand public, c'est difficile pour moi de l'évaluer. En principe oui, mais en réalité est-ce que les gens qui vont aller consulter la collection en ligne ne sont pas les gens qui visitent déjà le MAC ? Donc ça, c'est grosso modo le même bassin de gens, peut-être un peu plus élargi par le Web, mais je ne le vois pas comme : « il y a les visiteurs physiques qui viennent au musée et il y a les visiteurs virtuels de partout sur la planète », et bien non, je veux dire, il faut quand même que les gens connaissent l'institution. Il y a un chemin à tracer pour arriver jusqu'à nous, même si c'est notre présence virtuelle.

ST : Lorsque vous rendez des contenus disponibles en ligne, tu me disais que ça permet d'avoir une plus grande visibilité, mais est-ce que selon toi un contenu qui est plus disponible est nécessairement plus accessible, voire plus démocratique ?

MB : Pas nécessairement, si on pense aux élèves du primaire, on reçoit des centaines d'élèves du primaire ici, sur ces centaines d'élèves du primaire qu'on reçoit chaque semaine, combien ont un ordinateur dans leur classe ? Très peu. Donc, non, ce n'est pas une équivalence qui est si évidente.

ST : Je ne sais pas si vous visez aussi avec votre site Web un public international, mais si on parle de l'accessibilité des contenus par le biais des langues, vos contenus sont diffusés en anglais et en français c'est bien ça ? Est-ce que c'est le genre de questions que vous vous posez, les langues de diffusions ?

MB : Oui absolument. C'est sûr que pour le moment, déjà d'être dans les deux langues ça coûte cher de tout traduire. Oui, il peut y avoir cette barrière-là, mais comme c'est en anglais, ça va quand même rejoindre une grande partie. Par contre, très bon exemple, le blogue n'est pas traduit par manque de financement. On n'a vraiment pas l'argent pour le traduire, il est uniquement en français, donc c'est plus restrictif.

ST : Quels sont les enjeux que vous rencontrez en ce qui concerne la numérisation et la diffusion en ligne de vos collections ?

MB : Les enjeux, c'est les droits d'auteurs d'une part et d'autre part, le temps pour numériser, créer des fiches, faire de l'entrée de données. Donc ce sont des enjeux financiers et de ressources humaines aussi. Surtout que tout ça a été fait dans le cadre d'une subvention, donc quand la subvention est écoulée, c'est ce qui explique qu'il y a trois cents œuvres sur huit mille et non par l'entièreté.

ST : Est-ce que sans cette contrainte, il y aurait une volonté de toutes les mettre ?

MB : Non, je ne pense pas. Sur les huit mille œuvres, il y a quand même beaucoup d'œuvres qui sont des œuvres sur papier, mais, je veux dire, oui je pense qu'il y aurait une volonté d'en avoir beaucoup plus, mais je pense qu'on n'en est même pas là dans le sens que les quelques trois cents œuvres qui sont déjà en ligne, elles n'ont pas toutes des fiches. Il y aurait avantage à d'abord bonifier et uniformiser ce qui est déjà présent, ce qui a déjà été diffusé. Selon moi, je ne pense pas que ça va avoir lieu, mais quand je parle de rattrapage, je veux dire, je pense que le musée est tout à fait conscient que c'est quelque chose qui s'est fait dans d'autres musées il y a déjà très très longtemps. On est

à une étape de rattrapage. Ce sera dans une autre phase, à un autre moment où on décidera de poursuivre ce travail-là et de le mettre en valeur encore plus ou différemment.

ST : Puis en ce qui concerne les droits d'auteurs, comment ça fonctionne ?

MB : Il y a des redevances qui ont été payées aux artistes pour une diffusion sur le Web. Je pense que ça couvrirait une période de cinq ans et ce sera reconduit après si la collection continue à être en ligne. Donc, c'est renégocié à chaque fois. Tous les artistes qui ont des œuvres dans la collection en ligne ont donné leur accord. Donc, ça prend aussi des autorisations et il y a eu des redevances qui ont été payées. Si les artistes étaient décédés, c'est la succession. Puis, dans notre cas ou en tout cas dans le cas de cette sélection-là, je ne pense pas qu'il y ait des œuvres de plus de cinquante ans. Je pense qu'on est quand même resté dans un bassin assez contemporain, on n'a pas reculé trop dans le passé.

ST : Est-ce que tu penses que le fait d'être un musée d'État ça vous limite dans ce processus ?

MB : Là où c'est une limite, je pense que c'est bien que cette limite-là existe, c'est qu'en tant que musée d'État on doit montrer l'exemple, donc on doit être exemplaire dans notre manière de justement payer des redevances aux artistes. Donc c'est une structure qui est plus lourde, tout demande plus de temps, il y a quand même des ressources financières qui sont limitées. Ce qui est limitant aussi pour nous c'est que le PCNQ, qui est gouvernemental, a resserré ses lignes directrices au niveau de ses subventions, donc il y a des choses qui étaient admissibles avant qui, là, ne le sont plus. C'est le type de limites qu'on a. Est-ce que c'est parce qu'on est musée d'État ? Ça a des avantages aussi. En gros c'est comme ça que je qualifierais les contraintes.

ST : Quels sont les réseaux sociaux que vous utilisez ? Tantôt tu m'as parlé de Facebook, Instagram...

MB : ...et Twitter, oui, principalement. Nous avions, jadis, naguère, un Tumblr, mais par manque de ressources, Valérie n'avait plus le temps de s'en occuper et a préféré mettre son énergie sur Facebook et Instagram et là, il y a comme une ligne directrice qui a été donnée pour Instagram, de montrer uniquement des images d'œuvres. C'est vraiment les œuvres qui sont mises de l'avant. Ça peut être les œuvres avec les visiteurs, ça peut être les œuvres de la collection, les œuvres en salle, mais c'est vraiment ça qui a été choisi. Puis, entre-temps aussi, moi au tout début de mon projet à la médiation numérique, j'ai collaboré avec les communications, avec des nouveaux types de contenus. C'était nouveau pour eux d'avoir des articles comme ça à publier sur des œuvres de la collection. Ç'a les a un petit peu obligé à repenser leurs contenus, comment eux voulaient dessiner leur présence sur leur compte Facebook, le compte Facebook de l'institution. Puis, ils ont été très dynamiques dans la dernière année. Si on repasse le fil d'actualité de la dernière année, beaucoup d'exploration, Valérie a testé un paquet de trucs. On voit qu'elle explore beaucoup. Ça reste en mon sens encore dépareillé ou très large, mais ça a l'avantage d'être diversifié. Donc, on sent que les choses bougent, qu'il y a des choses qui se font. C'est sûr que là, l'exposition de Léonard Cohen, ç'a été un magnifique terrain d'expérimentations avec beaucoup de contenus, je veux dire, il y avait plein d'artistes, des vidéoclips et tout ça. Il y avait énormément de choses à relayer, mais ç'a participé au fait que, eux, se redéfinissent dans leur manière de travailler, ç'a du positif.

ST : Quels sont vos objectifs en utilisant les réseaux sociaux ?

MB : Je ne peux pas répondre pour les communications, si tu leur posais la question, ils répondraient peut-être quelque chose de différent, mais je pense que c'est à la fois de soigner l'image publique de l'institution, de promouvoir les expositions, principalement, de divertir, d'attirer l'attention et probablement un peu après il y aurait,

j'hésite à dire, d'éduquer. Je pense que ce serait de montrer aussi qu'il y a des actions éducatives, mais ce n'est pas sur Facebook que ça se passe par exemple, mais de mettre en valeur les différents services de l'institution, dont le service éducatif, oui. Concrètement, il y a aussi de créer des entrées, vendre des billets. Grosse grosse pression de ce côté-là aussi, c'est clair. Vendre des billets et vendre des MACarte, c'est sûr, c'est ça leur travail. C'est de bien communiquer, mais aussi c'est communication marketing.

ST : Est-ce que vous visez les mêmes publics avec vos réseaux sociaux qu'avec votre site Internet ? Les 18-35 ans ?

MB : Les gens qui réagissent beaucoup sur Facebook c'est clairement des baby-boomers. Ils ont vraiment du temps les baby-boomers, ils y passent pas mal plus de temps que nous autres dans leur journée. Donc, je pense qu'ils ne sont pas négligés dans la réflexion. Peut-être que ce n'est pas le même public en fait, peut-être que le public visé par Facebook est plus large, comme pour inclure les soixante/soixante-dix ans.

ST : Donc est-ce que votre présence sur les réseaux sociaux vous permet d'attirer un plus grand public ou un nouveau public ?

MB : Oui et à l'inverse par exemple Instagram va aller chercher des « Instagrameurs », probablement statistiquement plus jeunes, qui ne se seraient peut-être pas nécessairement intéressés au MAC ou en entendaient parler, mais ne vont pas visiter le site Web du MAC ou ne s'intéressent pas nécessairement à sa collection. Donc oui, je pense que oui et ça, ça doit se chiffrer en fait, l'augmentation des abonnés au fil du temps.

ST : C'est quoi les avantages et les désavantages pour le musée d'être présent sur les réseaux sociaux ?

MB : Les avantages, oui ça te prend quelqu'un pour t'en occuper, mais ça n'a pas de coût, ça ne coûte rien d'y être, quoiqu'il faut mettre un peu de publicités pour propulser les *posts* que le musée fait, un peu, mais pas massivement. Les avantages, il y a comme un aspect démocratique. Ça nous permet d'être présents sur ces plateformes-là, donc présents là, en plus. Les désavantages, beaucoup de compétition. Comment attirer l'attention, comment ressortir, comment se démarquer, tout en gardant notre pertinence, tout en restant de bon goût, tout en restant proche de l'essence de qu'est-ce qu'un musée. Il y a un défi là.

ST : En général, comment le musée conçoit-il sa relation avec le numérique ?

MB : Je la qualifierais de, peut-être que paradoxale ou contradictoire c'est un peu fort, mais déchirée. Il y a une certaine opposition. Traditionnellement, le musée a une relation aux technologies qui passe par le champ de la recherche artistique. C'est très très fort, très très ancré. Il y avait jadis des programmes de résidence d'artistes ici complètement réputés. Si on pense au numérique dans un regard plus contemporain comme ces dernières années, je dirais que d'un côté, au sein de l'institution, il y a comme : « Oui oui, il faut absolument aller là, c'est comme ça qu'on va continuer à rester en vie, à rester pertinent. C'est avec et grâce à l'utilisation des technologies qu'on va vendre des entrées, que le musée va rester vivant, qu'il va continuer à avoir du monde qui vient visiter ». Donc, il existe dans le musée le très très pro numérique et d'un autre côté, il y a toute sorte d'enjeux, notamment de ressources financières, ressources humaines, et, je ne sais pas si je devrais dire un certain rapport à la tradition, mais un certain rapport à la recherche, un attachement au contenu. Quand on est dans le numérique, on est dans un autre type de construction des savoirs, on est dans un autre type de consommation des images, des contenus, et donc une autre consommation de l'art contemporain et il y a aussi de la réticence de ce côté-là, que tout ne peut pas se passer dans le monde numérique, que des textes plus longs, plus peaufinés, trouvent moins bien leur place sur les médias sociaux ou même sur un site Web. C'est important aussi. Donc, il y a l'envers de la médaille, il y a les deux. Je ne dirais pas qu'on se

positionne entre les deux, ce n'est pas nécessairement un équilibre entre les deux, c'est les deux et ça navigue de l'un à l'autre. Ça finit par créer un milieu, mais ce n'est pas un milieu qui est concerté actuellement au musée. C'est un milieu qui est comme : « oui on fait ça » et : « oui, mais nous autres on pense plus ça, donc non ». Tout ça finit par cohabiter, mais ces deux philosophies-là ne se mettent pas nécessairement d'accord sur un juste milieu. C'est deux philosophies qui existent côte à côte. C'est plus comme ça que je le vois.

ST : Est-ce que vous avez peur des avancées technologiques et que vos investissements dans le numérique deviennent désuets ?

MB : Ah, bonne question. Moi quand j'entends dire que le site, je ne sais pas combien ça coûté, mais je sais que ça coûté très très cher de refaire le site Web, et que j'entends les gens aux communications dire : « oui et de toute manière, ça va être à refaire dans deux ans », mais quoi ? Disons que moi, personnellement, je suis plus ou moins d'accord avec ce rapport à la rapidité et je pense qu'on devrait faire des choix qui sont plus pérennes et oui, le rapport au numérique ne rime pas toujours avec pérennité. Oui, peut-être même dans l'achat de certains équipements aussi, par exemple, créer des bornes interactives dans le musée, on le sait que ce n'est pas long que ça devient désuet, donc c'est par manque de financement, mais oui, il y a probablement cette réticence-là aussi.

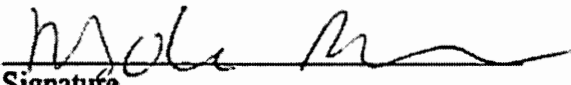
ST : Concernant le Web, est-ce que vous vous sentez limités par le design de votre site Internet, l'interface ?

MB : Ah oui, absolument. Moi je le vis beaucoup. Quand on a tout créé la coquille pour le blogue, il a fallu vraiment faire comprendre des choses super importantes, sur les images par exemple, je ne veux pas des *previews*, des images qui recadrent. Dans le site, il y a beaucoup beaucoup de recadrages sur des contenus, sur des vues de salle, sur des choses qui à mon sens ne devraient pas être recadrées. Donc oui, moi je trouve

ça très contraignant. Par ailleurs, quand moi à la médiation numérique je publiais uniquement sur Facebook, on avait le même genre de problèmes. Mettre des images côte à côte « Qu'est-ce qu'on fait, est-ce qu'on fait un carrousel ? » et là tu ne contrôles pas le nombre de lignes pour les notices des œuvres par exemple, alors que pour nous c'est super important d'indiquer « collection », « crédit photographique », tout ça. Donc là tu te retrouves à ne pas pouvoir mettre toutes les informations que toi tu veux et que tu dois mettre, parce que tu dois quand même faire preuve d'exemple. Donc oui, ça c'était très contraignant et je dirais que le site Web, oui c'est contraignant, mais en même temps il est souvent aussi retravaillé. Si on fait face à tel problème, on va demander une reprogrammation. Il y a quand même beaucoup de débrouillardise de la part de notre équipe aux communications et de leurs collaborateurs qui ont créé le site.

Approbation

Marjolaine Bourdua
Prénom, nom


Signature

12 juillet 2018
Date

2.5 ENTRETIEN AVEC JULIE BÉLISLE – MAC

Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Julie Bélisle

Prénom Nom

Julie Bélisle

Signature

julie.belisle@uqam.org

Courriel

21-06-18

Date

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

SARAH TURCOTTE

Prénom Nom

S.T.

Signature

turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Courriel

21/06/18

Date

ENTRETIEN

Nom de la personne interrogée : Julie Bélisle

Titre de la personne interrogée : Responsable du développement des contenus numériques

Employeur : Musée d'art contemporain de Montréal

Date de l'entretien : 21/06/18

Heure de l'entretien : 14h

Durée de l'entretien : 20 minutes

Transcription

ST : Peux-tu me parler sommairement de tes fonctions ici au Musée d'art contemporain de Montréal ?

JB : Oui. Je suis responsable du développement des contenus numériques et en fait, c'est un poste de conservateur adjoint, mais vraiment pour le développement des contenus. Donc, mon travail implique beaucoup de recherches, beaucoup de sélections et après ça, beaucoup d'application, la mise en forme de tout ça. Récemment, j'ai fait une chronologie interactive sur l'histoire du musée, donc de 1964 à aujourd'hui, et c'était un peu un travail, je n'aime pas parler de commissariat de recherche, mais c'était de fouiller dans les archives et, disons, de 1964 à aujourd'hui, c'est un peu plus de cinquante ans, c'est trois mille événements qui ont eu lieu. Donc, c'était de faire une sélection de deux cents événements à travers tout ça. C'est beaucoup de mettre au jour des contenus qui peuvent être cachés et de les amener sur les plateformes numériques.

ST : Quelle importance votre institution accorde-t-elle à la médiation culturelle et à l'éducation ?

JB : Je pense que c'est très important et aussi, c'est une position qui est particulière au musée. Il mise beaucoup sur l'interactivité, donc des visites interactives où les gens, on

part de ce qu'ils ont et de leur bagage pour justement les amener aux œuvres et à l'art. Donc, je pense que c'est très différent d'autres types d'institutions peut-être plus traditionnelles. Par rapport au numérique, je pense que la médiation commence à plus s'incarner à ces niveaux-là aussi, où il ne s'agit pas juste de rendre accessible des données, mais vraiment de leur donner une forme pour que ce soit compréhensible et accessible à des visiteurs qui ne sont pas spécialistes bien souvent.

ST : Quels sont les dispositifs de médiation qui sont favorisés ici au MAC ?

JB : C'est beaucoup les contacts de personne à personne, je pense, qui sont privilégiés. Il va y avoir les ateliers, il y a beaucoup de rencontres avec les artistes, beaucoup d'action culturelle qui est faite et l'action culturelle, c'est beaucoup par rapport à par exemple les colloques qui vont être organisés. Il y a toute une dimension où on essaye de rejoindre des clientèles plus difficiles.

ST : Et concernant les dispositifs numériques de médiation ?

JB : Je pense que c'est d'arriver à un juste milieu, comme quoi on a beaucoup de contenus qu'on veut mettre de l'avant, mais en même temps, il ne faut pas qu'on en aille trop. C'est un peu de balancer les technologies avec les contenus qui est important. Donc, c'est comment on peut faire rencontrer ces deux mondes-là et proposer une expérience qui est facile à comprendre puis enrichissante aussi.

ST : Qu'est-ce qui explique votre réticence face à l'usage du numérique dans les dispositifs de médiation au sein même de vos salles d'exposition ?

JB : Je pense que c'est la peur que ça vienne se mettre en travers de l'œuvre et que ça vienne nous distraire et on dirait que dans les musées d'art contemporain encore plus. C'est très épuré, ce sont les murs blancs, parfois on ne met même pas de cartels, parce qu'on trouve que ça vient déranger quand on regarde l'œuvre. Pour moi une voie que

je trouverais intéressante, ce serait d'avoir quelque chose sur le téléphone personnel des visiteurs, qui n'est pas sur les murs de la salle. Je veux dire, je pense qu'on visite avec nos téléphones. Puis, j'ai vu beaucoup d'exemples de projets. Ça coûte très cher de développer des applications et parfois il suffit de développer un site Web dont le format est celui du téléphone et ça permet vraiment de faire des choses intéressantes. Je sais qu'il y a des musées américains où tu arrives et il y a le *wifi*, puis tu peux télécharger l'audioguide. Ça, c'est le genre de truc que j'aime. Pour des grands musées où il y a plusieurs salles, ça vaut la peine de faire un audioguide, mais pour des expositions qui durent trois mois, c'est beaucoup d'investissements.

ST : Donc, le côté financier et la durée des expositions seraient des limites concernant l'usage du numérique dans les dispositifs de médiation dans vos salles d'exposition.

JB : Oui.

ST : Selon toi, quels sont les dispositifs de médiation qui sont les plus efficaces ?

JB : Moi, je trouve que le contact personne à personne c'est vraiment quelque chose de formidable, quand c'est une interactivité et de partir vraiment des gens. Parfois, ça peut être un cartel allongé qui peut vraiment être révélateur, puis, je pense que d'accrocher des œuvres, c'est en soi une forme de médiation. De mettre deux œuvres côte à côte, c'est de dire quelque chose d'autre. C'est vraiment différents niveaux selon moi.

ST : Quels sont vos objectifs en faisant usage du Web ?

JB : Je pense que le site Web c'est vraiment un incontournable. Je pense que dès qu'on va voir le site Web d'une institution, on sait si on a affaire à une institution sérieuse ou pas. C'est de donner de l'information. Quand on est en voyage, on va tout le temps aller chercher notre information comme ça (ce qui est à l'affiche, les heures d'ouverture). Donc, c'est une fonction vraiment de base et après ça, comment on peut

enrichir cette plateforme-là par toute sorte de contenus. Je pense que le blogue dont Marjolaine s'occupe, c'est vraiment une section intéressante par rapport à ça.

ST : Quels sont les types de contenus que vous diffusez sur votre site Web ?

JB : Il y a le blogue, de l'information sur les expositions, une section sur la collection, la chronologie qui fait un peu un parcours de l'histoire du musée, beaucoup de captations qu'on a faites de conférences d'artistes. Les gens qui étaient sur place les ont entendues, mais c'est un nombre de personnes limité, donc c'est chouette de rendre ça accessible par la suite. Les écoles, si elles veulent venir avec leurs groupes et participer aux ateliers, ça aussi, elles passent beaucoup par le site Web.

ST : Est-ce votre site Web sert entre autres à diffuser du contenu éducatif ?

JB : C'est plus de l'information sur les ateliers qui s'offrent. Je ne pense pas qu'on ait des contenus vraiment éducatifs ou destinés aux écoles primaires sur le site Web en ce moment. C'est du contenu plus informatif.

ST : Quels sont les avantages à être présent sur le Web ?

JB : Je pense que c'est un espace en soi. Je veux dire, si on n'est pas sur le Web, pour moi on n'existe pas, donc je pense que c'est un incontournable aujourd'hui. C'est comme si le musée avait deux espaces à occuper, un espace physique et un espace numérique qui va juste devenir plus important.

ST : Quelles sont les limites que le musée rencontre en étant présent sur le Web ?

JB : C'est sûr que parfois le Web et les médias sociaux demandent de réagir vite. Parfois c'est possible et d'autres fois non, parce qu'il y a toute une chaîne d'approbation. Donc, la spontanéité est peut-être moins facile. C'est beaucoup de mises

à jour, d'entretiens, de travail. Parfois, on va sous-estimer ça. Maintenant, avec Facebook et Instagram, ça fait de la publicité, mais je veux dire, c'est des gens qui travaillent là-dessus et qui préparent des contenus. C'est vraiment vraiment beaucoup de temps. Puis, par rapport à un musée d'art contemporain, toute la question des droits d'auteurs. Chaque fois qu'on met une image d'œuvres, il faut avoir l'autorisation, il faut payer des droits. Donc, ça aussi c'est très énergivore. Comme mon projet de chronologie, la plus grosse partie de mon budget c'était pour les droits et non pas pour développer la plateforme (la révision, la rédaction ou la recherche). Je pense aussi qu'aujourd'hui, avec Internet, le droit d'auteur se pose d'une façon différente. Puis, ça je le dis d'un point de vue personnel, mais tous les barèmes qui ont été fixés, je ne sais pas s'ils sont nécessairement adaptés à la réalité d'aujourd'hui. Quand on était dans un monde où c'était beaucoup l'imprimé, ça pouvait aller, mais là, avec Internet aujourd'hui, la question du droit devient différente. Pour chaque image, il faut envoyer une lettre qui stipule comment ça fonctionne, il faut que l'artiste la signe, la retourne. Après ça, il faut qu'on aille son adresse, son numéro d'assurance sociale, qu'on lui fasse un chèque, je veux dire, c'est beaucoup beaucoup beaucoup de démarches. On se dit que ça ne coûte rien, mais toute l'administration de ça, si par exemple on a deux cents œuvres, et souvent les choses ne se règlent pas qu'à un seul courriel, ils veulent savoir c'est quoi le projet, pourquoi on prend cette œuvre-là et pas telle autre, donc c'est beaucoup de temps.

ST : Est-ce que tu penses que d'être présent sur le Web ça permet d'attirer un plus grand public ou un nouveau public au Musée ?

JB : Je pense que oui, je pense qu'il y a ceux qui nous trouvent et qui nous connaissent. Puis, je pense que oui, il y a des gens qui peuvent tomber là-dessus par hasard ou faire une recherche et arriver vers le musée. Je pense que c'est vraiment incontournable.

ST : Quels types de publics visez-vous avec votre site Web ?

JB : Notre public cible c'est vraiment les 18-35 ans. Je pense que c'est ceux qui viennent beaucoup donc c'est sûr que notre site Web, je pense qu'en ce moment, il est très à leur image. Il a beaucoup d'images, des grosses tuiles, ça change, je pense que ça vise un public jeune. C'est moins sobre ou traditionnel. Si on va sur le site du Musée des beaux-arts de Montréal, je pense que c'est une toute autre image, peut-être plus institutionnelle, traditionnelle. Je pense que l'image du site Web du MAC est assez jeune quand même.

ST : Est-ce que tu te sens contrainte par le design du site Web, par son interface, lorsqu'il vient le temps de diffuser des contenus ?

JB : Il y a différents points de vue au musée et c'est tout un travail d'équipe, c'est pensé par différents secteurs, mais notre site Web n'a comme pas d'écran fixe, donc il faut dérouler et parfois on ne sait pas jusqu'où on doit se rendre pour trouver les contenus. Ça, c'est une approche, qui ne serait pas la mienne, mais qui est comme ça en ce moment. Moi, je privilégie toujours d'avoir toute l'information dans l'écran plutôt que d'avoir à dérouler.

ST : Est-ce que selon toi un contenu plus disponible, par exemple un contenu diffusé sur le Web, est nécessairement plus accessible ou démocratique ?

JB : Pas nécessairement. C'est plus disponible, parce qu'il y a des gens qui viennent sur place, qui sont à Montréal, qui sont autour, mais pour les gens qui sont à Sept-Îles par exemple, c'est une façon de leur rendre les contenus disponibles à mon avis. Concernant l'accessibilité, je pense que ça dépend toujours de ce qu'il s'agit, je veux dire, une conférence d'un artiste qui parle pointue, elle a beau être disponible sur le Web, ça ne veut pas dire qu'elle est accessible pour tout le monde.

ST : Est-ce que vous vous posez des questions concernant les langues de diffusion de vos contenus sur le Web ? Est-ce que vous visez un public international ?

JB : Ça coûte très cher d'être miroir, donc il y a beaucoup de choses qui sont traduites, mais par exemple le blogue n'est pas traduit, la chronologie non plus. Ce sont certaines sections, surtout liées aux expositions, qui sont traduites. Je pense que les collections en ligne sont en train de faire la traduction, si ce n'est pas déjà fait. C'est par bloc que ça va se faire et il y a des contenus qui ne le seront pas.

ST : Quels sont les enjeux que vous rencontrez en ce qui concerne la numérisation et la diffusion en ligne de vos collections ?

JB : C'est un pourcent de la collection qui est présenté en salle, donc ça permet de rendre accessible tout ce qui est dans les réserves. Je pense que c'est important, c'est une collection publique, donc c'est d'avoir un endroit où les gens peuvent aller fouiller, chercher, voir. Puis, c'est un peu un catalogue qu'on peut continuellement venir mettre à jour. Une fois qu'une publication est sortie, on ne peut pas mettre les œuvres qui sont ajoutées, mais dans ce cas-là on peut. Donc, je pense que c'est vraiment bien à ce niveau-là.

ST : Est-ce que tu penses qu'il y a des désavantages à diffuser les collections en ligne ?

JB : Non, parce que ce sont les collections publiques et c'est une autre façon de les faire exister et de les mettre en valeur. C'est sûr que de créer une plateforme comme celle-là c'est toujours du temps et il y a beaucoup d'ajustements. Puis, c'est quand on voit les choses que parfois on se rend compte qu'on a pris une mauvaise décision. C'est rare qu'on a des maquettes qu'on peut vraiment tester. Quand on voit ça en ligne, je veux dire, on a eu des maquettes statiques, mais c'est quand on bouge qu'on peut se rendre compte que ça ne fonctionne pas. Donc, c'est énormément de temps. C'est difficile de penser les projets plus que trois ans à l'avance, parce que dans trois ans, on

n'a aucune idée des nouvelles technologies qui vont être là. C'est du temps, mais quand on fait des expositions aussi, je veux dire, c'est là pour trois mois, mais tout l'investissement a été là aussi même si c'est éphémère. C'est comme les collections en ligne qui est peut-être un projet éphémère à cause des avancées technologiques, mais c'est quand même important pour nous de le faire.

ST : En général, comment le musée conçoit-il sa relation avec le numérique ?

JB : Je pense que c'est un impératif, c'est pour mettre le contenu culturel québécois en ligne, le rendre vivant. Je pense que c'est un domaine important et mon poste est comme symbolique de ça, mais ça reste quelque chose qui est encore nouveau. C'est sûr que les activités qui priment ce sont vraiment les expositions, la collection et le numérique c'est un petit peu un satellite qui va devenir de plus en plus important, mais qui n'est pas prioritaire par exemple. Je sais que c'est important, pour la numérisation des collections, l'accessibilité et tout, mais c'est que ça reste que c'est quelque chose qui s'ajoute en plus de tout le reste. C'est ça que je veux dire.

ST : Est-ce que vous regardez ou vous vous inspirez des façons de faire dans d'autres musées concernant la médiation numérique ?

JB : Je suis allée à Washington l'été passé pour suivre une formation sur le numérique et je sais que beaucoup de musées américains utilisent le numérique dont le nouveau musée sur l'histoire afro-américaine. Je ne sais pas si tu l'as visité, je peux te montrer quelques images, mais c'était un des musées que j'avais vu dernièrement qui m'avait vraiment plu, c'est sûr que je regarde ça. Donc, il y avait beaucoup de dispositifs et ce musée-là, c'est super intéressant, parce que c'est sur l'histoire et la culture afro-américaine. Ça a ouvert en 2016 et ils se sont dépêchés de l'ouvrir pour qu'Obama puisse l'inaugurer. Puis, c'est toutes les familles afro-américaines qui vont là et, je veux dire, on visite ce musée-là et on est un pourcent de blancs. C'est vraiment particulier comme expérience donc c'est beaucoup une célébration

de la culture. C'était beaucoup les tables *touch screen* qu'ils utilisaient. Donc, une table où les gens pouvaient être DJ et mettre des chansons. C'était beaucoup des archives, donc on pouvait sélectionner une image pour choisir une catégorie reliée à cette histoire-là et avoir un témoignage, puis pouvoir visualiser où ça se situe. Ça, je trouvais ça incroyable pour les familles. C'était tout par rapport à la carte des États-Unis. Puis ce sont des images que, dans un livre, on ne va pas nécessairement les feuilleter et je voyais beaucoup les gens les manipuler.

ST : Comme tu dis que tu trouves que ces dispositifs-là sont intéressants, est-ce qu'il serait envisageable de les avoir ici au MAC ?

JB : Je sais qu'il y a le fonds d'archives de Paul-Émile Borduas qui a été numérisé. On ne peut pas le laisser disponible aux gens pour qu'ils puissent manipuler les documents, car ils ont quand même une valeur historique, mais comme il a été numérisé, ça serait possible d'avoir une table comme ça *touch screen* où les gens pourraient prendre une lettre, l'agrandir, avoir un petit texte qui la situe. Ça, je trouvais que c'était vraiment intéressant et si tu regardes comment l'image peut être reliée à une catégorie avec un petit texte qui explique et il y a une visualisation.

ST : Comme vous ne faites pas usage présentement du numérique dans vos salles, est-ce que ce serait quelque chose qui vous intéresserait éventuellement ?

JB : Je pense qu'avec l'art c'est difficile. Dans les musées d'histoire, on dirait que ç'a toujours fait partie. Puis, dans le musée sur l'histoire afro-américaine, ils avaient mis des cartels sur iPad à côté des œuvres, mais ça venait distraire. Donc, je pense que le téléphone dans le fond est comme l'outil que je privilégierais pour pousser des contenus parfois. C'est personnel, peut-être que d'autres générations n'auraient aucun problème à faire ça, mais je pense qu'avec les œuvres, ça reste encore sacré ou en tout cas il y a comme une aura. Donc, c'est ça, je l'ai comme plus vu et trouvé acceptable dans des musées d'histoire, d'archéologie, de société.

ST : Est-ce que tu penses que c'est une vision généralisée ici au MAC ?

JB : Oui.

Approbation

Bélisle, Julie

Prénom, nom

Julie Bélisle

Signature

10-07-10

Date

ANNEXE 3 – QUESTIONNAIRES

3.1 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MAJEURS À DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Préambule

Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique que vous répondiez aux questions de ce document. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin. Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Titre du projet de recherche

Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse

Sarah Turcotte, maîtrise en muséologie, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Jean-Marie Laforune, Département de communication sociale et publique, 514 987-3000 poste 2895, laforune.jean-marie@uqam.ca

Description du projet et de ses objectifs

Le projet de recherche est réalisé dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et se déroulera tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018. Il consiste à l'étude de la médiation culturelle dans l'art contemporain sur la scène culturelle montréalaise. La recherche concerne plus spécifiquement l'usage des environnements numériques dans les dispositifs médiateurs, entre les publics et les activités des institutions muséales. L'objectif principal est donc de connaître et de décrire les apports et les limites de ces espaces virtuels et numériques. La collecte de données sera effectuée entre autres à l'aide du questionnaire ci-dessous composé de 19 questions.

Avantages liés à la participation

Vous ne retirerez personnellement pas d'avantages à participer à cette étude. Toutefois, vous aurez contribué à l'avancement des connaissances dans le domaine de la muséologie.

Risques liés à la participation

En principe, aucun risque n'est lié à la participation à cette recherche.

Confidentialité

Les questionnaires sont remplis de manière anonyme et numérotés de sorte que vos informations personnelles ne soient pas dévoilées lors de la diffusion des résultats et demeurent confidentielles. L'ensemble des documents sera conservé sous clef durant la durée de l'étude et vos informations personnelles seront détruites 5 ans après la publication de la recherche.

Participation volontaire et retrait

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous n'avez qu'à aviser Sarah Turcotte par courriel en lui indiquant le numéro de votre questionnaire et toutes les données vous concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Résultats de la recherche

Lorsque le projet sera achevé, les résultats de l'étude seront publiés à la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal. Il vous est toutefois possible d'envoyer un courriel aux chercheurs afin d'obtenir une copie de la publication par voie électronique.

Des questions sur le projet ?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation, vous pouvez communiquer avec les responsables du projet :

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
 - Jean-Marie Laforune, 514 987-3000 poste 2895, laforune.jean-marie@uqam.ca
- Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordonnatrice du CERPE 2 :
- Caroline Vignaud : vignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Remerciement

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous remercier infiniment.

Consentement

☐ En cochant cette case, je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

Sarah Turcotte

Prénom Nom

St

Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Veillez répondre aux questions ci-dessous en cochant les cases ou en écrivant vos réponses aux endroits prévus à cet effet.

1. Quelle est la fréquence de vos visites à DHC/ART ?

- ☐ C'est la première fois que je visite DHC/ART.
- ☐ Je visite DHC/ART à chaque nouvelle exposition.
- ☐ Je visite DHC/ART environ une fois par année.
- ☐ Autre. Précisez. _____
- _____

2. Saviez-vous que DHC/ART possède un site Web ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

3. Avez-vous déjà visité le site Web de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

4. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous visité le site Web de DHC/ART ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

- ☐ Pour connaître les heures d'ouverture.
- ☐ Pour connaître les expositions à l'affiche.
- ☐ Pour connaître l'adresse du lieu.
- ☐ Pour en apprendre davantage sur les activités de l'institution.
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

5. Saviez-vous qu'un audioguide est disponible en ligne au sujet des expositions de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

6. Comment avez-vous appris l'existence de l'audioguide de DHC/ART ?

☐ À l'accueil de DHC/ART.

☐ En navigant sur le site Web de DHC/ART.

☐ Par des amis.

☐ Par les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____

☐ Autre(s). Précisez. _____

7. Avez-vous déjà écouté l'audioguide de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

☐ Oui ☐ Non

8. Quand avez-vous écouté l'audioguide de DHC/ART ?

☐ Avant de visiter les expositions.

☐ Au moment de visiter les expositions.

☐ Après avoir visité les expositions.

9. Avec quel appareil avez-vous écouté l'audioguide de DHC/ART ?

☐ Un téléphone intelligent.

☐ Une tablette électronique.

☐ Un ordinateur.

☐ Autre(s). Précisez. _____

10. Avez-vous apprécié l'audioguide ?

☐ Oui ☐ Non

11. En quoi l'audioguide a-t-il contribué à votre expérience de visite ? Expliquez.

12. Allez-vous visiter le site Web de DHC/ART à la suite de votre visite d'aujourd'hui ?

☐ Oui ☐ Non

13. Quelles informations aimeriez-vous trouver sur le site Web de DHC/ART ?

14. Comment avez-vous obtenu des renseignements au sujet de DHC/ART (expositions, activités, heures d'ouverture, etc.) ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

- ☐ Je n'ai pas obtenu de renseignements (passez à la question 16).
- ☐ Lors d'une visite commentée.
- ☐ Dans une brochure.
- ☐ Sur le site Web de DHC/ART.
- ☐ Sur les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____
- _____
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

15. Comment ces renseignements vous ont-ils été utiles ?

16. Quel est votre groupe d'âge ?

☐ De 18 à 40 ans

☐ De 41 à 60 ans

☐ 61 ans et plus

17. Quel est votre sexe ?

18. Quel est votre statut social ?

☐ Étudiant(e)

☐ Salarié(e)

☐ Sans-emploi

☐ Retraité(e)

19. Quel est votre revenu annuel ?

☐ 0 \$ – 20 000 \$

☐ 20 001 \$ – 50 000 \$

☐ 50 001 et plus

Merci énormément pour votre temps et votre participation.

3.2 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MINEURS À DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Préambule

Nous invitons votre enfant à participer à un projet de recherche. Avant d'accepter qu'il participe à ce projet et de signer ce formulaire d'information et de consentement à titre de parent/représentant légal de votre enfant, veuillez prendre le temps de lire, de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin. Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Titre du projet de recherche

Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse

Sarah Turcotte, maîtrise en muséologie, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Jean-Marie LaFortune, Département de communication sociale et publique, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Description du projet et de ses objectifs

Le projet de recherche est réalisé dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et se déroulera tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018. Il consiste à l'étude de la médiation culturelle dans l'art contemporain sur la scène culturelle montréalaise. La recherche concerne plus spécifiquement l'usage des environnements numériques dans les dispositifs médiateurs, entre les publics et les activités des institutions muséales. L'objectif principal est donc de connaître et de décrire les apports et les limites de ces espaces virtuels et numériques. La collecte de données sera effectuée entre autres à l'aide du questionnaire ci-dessous composé de 16 questions.

Avantages liés à la participation

Il se peut que votre enfant retire un bénéfice personnel de sa participation à ce projet de recherche, mais nous ne pouvons vous l'assurer. Par ailleurs, les résultats obtenus contribueront à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine de la muséologie.

Risques liés à la participation

En principe, aucun risque n'est lié à la participation de votre enfant à cette recherche.

Confidentialité

Le questionnaire est rempli de manière anonyme par votre enfant et est numéroté de sorte que ses informations personnelles ne soient pas dévoilées lors de la diffusion des résultats et demeurent confidentielles. Seuls les renseignements nécessaires pour répondre aux objectifs scientifiques de ce projet seront recueillis. L'ensemble des documents sera conservé sous clé durant la durée de l'étude et les informations personnelles de votre enfant seront détruites 5 ans après la publication de la recherche.

Participation volontaire et retrait

La participation de votre enfant est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser de le faire participer ou le retirer de l'étude en tout temps sans avoir à justifier votre décision. Si vous décidez de retirer la participation de votre enfant à l'étude, vous n'avez qu'à aviser Sarah Turcotte par courriel en lui indiquant le numéro du questionnaire de votre enfant et toutes les données le concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Résultats de la recherche

Lorsque le projet sera achevé, les résultats de l'étude seront publiés à la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal. Il vous est toutefois possible d'envoyer un courriel aux chercheurs afin d'obtenir une copie de la publication par voie électronique.

Des questions sur le projet ?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur la participation de votre enfant, vous pouvez communiquer avec les responsables du projet :

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie LaFortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel votre enfant va participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordonnatrice du CERPE 2 :

- Caroline Vignaud : vignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Remerciement

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous remercier infiniment.

Consentement parent/représentant légal

☐ En cochant cette case, je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de la participation de mon enfant, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels il s'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'ai discuté du projet avec mon enfant et il a accepté d'y participer volontairement. J'accepte volontairement que mon enfant participe à cette étude. Il peut se retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Consentement enfant

☐ En cochant cette case, je déclare avoir compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'ai discuté du projet avec mon parent/représentant légal et j'accepte d'y participer volontairement. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

- A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;
- B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;
- C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

Sarah Turcotte

Prénom Nom



Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Veillez répondre aux questions ci-dessous en cochant les cases ou en écrivant vos réponses aux endroits prévus à cet effet.

1. Quelle est la fréquence de vos visites à DHC/ART ?

- ☐ C'est la première fois que je visite DHC/ART.
- ☐ Je visite DHC/ART à chaque nouvelle exposition.
- ☐ Je visite DHC/ART environ une fois par année.
- ☐ Autre. Précisez. _____
- _____

2. Saviez-vous que DHC/ART possède un site Web ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

3. Avez-vous déjà visité le site Web de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

4. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous visité le site Web de DHC/ART ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

- ☐ Pour connaître les heures d'ouverture.
- ☐ Pour connaître les expositions à l'affiche.
- ☐ Pour connaître l'adresse du lieu.
- ☐ Pour en apprendre davantage sur les activités de l'institution.
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

5. Saviez-vous qu'un audioguide est disponible en ligne au sujet des expositions de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

6. Comment avez-vous appris l'existence de l'audioguide de DHC/ART ?

- ☐ À l'accueil de DHC/ART.
- ☐ En navigant sur le site Web de DHC/ART.
- ☐ Par des amis.
- ☐ Par les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____
- _____
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

7. Avez-vous déjà écouté l'audioguide de DHC/ART ? Si non, passez à la question 12.

- ☐ Oui ☐ Non

8. Quand avez-vous écouté l'audioguide de DHC/ART ?

- ☐ Avant de visiter les expositions.
- ☐ Au moment de visiter les expositions.
- ☐ Après avoir visité les expositions.

9. Avec quel appareil avez-vous écouté l'audioguide de DHC/ART ?

- ☐ Un téléphone intelligent.
- ☐ Une tablette électronique.
- ☐ Un ordinateur.
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

10. Avez-vous apprécié l'audioguide ?

- ☐ Oui ☐ Non

11. En quoi l'audioguide a-t-il contribué à votre expérience de visite ? Expliquez.

12. Allez-vous visiter le site Web de DHC/ART à la suite de votre visite d'aujourd'hui ?

☐ Oui ☐ Non

13. Quelles informations aimeriez-vous trouver sur le site Web de DHC/ART ?

14. Comment avez-vous obtenu des renseignements au sujet de DHC/ART (expositions, activités, heures d'ouverture, etc.) ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

☐ Je n'ai pas obtenu de renseignements (passez à la question 16).

☐ Lors d'une visite commentée.

☐ Dans une brochure.

☐ Sur le site Web de DHC/ART.

☐ Sur les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____

☐ Autre(s). Précisez. _____

15. Comment ces renseignements vous ont-ils été utiles ?

16. Quel est votre sexe ?

Merci énormément pour votre temps et votre participation.

3.3 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MAJEURS À DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

CONSENT FORM

Preamble

We ask you to participate in a research project that involves answering the questions in this document. Before agreeing to participate, please take the time to understand and carefully consider the following information. This consent form explains the purpose of this study, the procedures, the benefits, the risks and the inconveniences, as well as the people to contact if necessary. This consent form may contain words that you do not understand. We invite you to ask any questions you may find useful.

Title of the research project

Uses of digital environments in cultural mediation devices in Montreal's contemporary art

Research student

Sarah Turcotte, master's degree in museology, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Research direction

Jean-Marie Lafortune, Social and public communication department, 514 987-3000 extension 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Project description and its objectives

The research project is carried out as a part of the master's degree in museology at the Université du Québec à Montréal (UQAM) and will take place throughout the winter and summer 2018 semesters. The study focuses on cultural mediation in contemporary art on the Montreal cultural scene. The research concerns more specifically the use of digital environments in mediating devices, between publics and the museums' activities. Therefore, the main objective is to know and describe the contributions and the limits of virtual and digital spaces. The data will be collected using the following questionnaire which consists of 19 questions.

Benefits related to participation

You will not personally benefit from participating in this study. However, you will have contributed to the advancement of knowledge in the field of museology.

Risks related to participation

In principle, there is no risk associated with participation in this research.

Confidentiality

The questionnaires are filled anonymously and numbered so that your personal information remains confidential and will not be disclosed when the results are released. All documents will be kept under lock and key for the duration of the study and your personal information will be destroyed 5 years after the research's publication.

Voluntary participation and withdrawal

Your participation is completely free and voluntary. You may refuse to participate or withdraw at any time without having to justify your decision. If you decide to withdraw from the study, simply notify Sarah Turcotte by email, indicating your questionnaire number, and all of your data will be destroyed.

Compensatory allowance

No compensatory allowance is provided.

Research results

When the project is completed, the results of the study will be published at the Université du Québec à Montréal library. However, you can send an email to the researcher to obtain a copy of the publication electronically.

Any questions about the project?

For any additional questions about the project and your participation, you can contact the project leaders:

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie Lafortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Questions about your rights? The Research Ethics Committee for Student Projects involving human beings (CERPE) has approved the research project in which you will participate. For information about the research team's responsibilities in terms of ethics in research with human beings or to make a complaint, you can contact the CERPE 2 coordinator:

- Caroline Vrignaud : vrignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Thanks

Your collaboration is essential to the realization of our project and the research team wishes to thank you very much.

Consent

☐ By checking this box, I declare that I have read and understood this project, the nature and extent of my participation, as well as the risks and inconveniences to which I am exposed as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to participate in this study. I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Researcher's commitment

I, the undersigned, certify

A – that I have explained to the respondent the terms of this form;

B – that I have answered the questions he asked me in this regard;

C – that I have made it clear to him that at any time he remains free to terminate his participation in the research project described above.

Sarah Turcotte

Name


Signature

27/03/2018
Date

QUESTIONNAIRE

Please answer the questions below by checking the boxes or writing your answers in the spaces provided.

1. How often do you visit DHC/ART?

- ☐ It is the first time I visit DHC/ART.
- ☐ I visit DHC/ART at each new exhibition.
- ☐ I visit DHC/ART about one time a year.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

2. Did you know that DHC/ART has a website? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

3. Have you ever visited the DHC/ART website? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

4. For what reason(s) did you visit the DHC/ART website? You can select multiple answers.

- ☐ To know the opening hours.
- ☐ To know the current exhibitions.
- ☐ To know the address.
- ☐ To learn more about the institution's activities.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

5. Did you know that an audioguide is available online about the DHC/ART exhibitions? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

6. How did you hear about the DHC/ART audioguide?

- ☐ At the DHC/ART reception.
- ☐ By browsing the DHC/ART website.
- ☐ By friends.
- ☐ Through social networks. Specify which one(s). _____
- _____
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

7. Have you ever listened to the DHC/ART audioguide? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

8. When did you listen to the DHC/ART audioguide?

- ☐ Before visiting the exhibitions.
- ☐ While visiting the exhibitions.
- ☐ After visiting the exhibitions.

9. Which device did you take to listen to the DHC/ART audioguide?

- ☐ A smartphone.
- ☐ An electronic tablet.
- ☐ A computer.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

10. Did you enjoy the audioguide?

- ☐ Yes ☐ No

11. How did the DHC/ART audioguide contribute to your visiting experience? Explain.

12. Are you going to visit the DHC/ART website after your visit of today?

☐ Yes ☐ No

13. What information would you like to find on the DHC/ART website?

14. How did you obtain information about DHC/ART (exhibitions, activities, opening hours, etc.)? You can select multiple answers.

- ☐ I did not obtain any information (go to question 16).
- ☐ During a guided tour.
- ☐ In a pamphlet.
- ☐ On the DHC/ART website.
- ☐ On social networks. Specify which one(s). _____
- _____
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

15. How did this information contribute to your visiting experience?

16. What is your age group?

- ☐ From 18 to 40 years old
- ☐ From 41 to 60 years old
- ☐ 61 years old and over

17. What is your gender?

18. What is your social status?

- ☐ Student
- ☐ Employee
- ☐ Unemployed
- ☐ Retired

19. What is your annual income?

- ☐ 0 \$ – 20 000 \$
- ☐ 20 001 \$ – 50 000 \$
- ☐ 50 001 \$ and over

Thank you so much for your time and participation.

3.4 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MINEURS À DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

CONSENT FORM

Preamble

We ask your child to participate in a research project that involves answering the questions in this document. Before agreeing to participate in this project and sign this information and consent form as a parent/legal representative of your child, please take the time to understand and carefully consider the following information. This consent form explains the purpose of this study, the procedures, the benefits, the risks and the inconveniences, as well as the people to contact if necessary. This consent form may contain words that you do not understand. We invite you to ask any questions you may find useful.

Title of the research project

Uses of digital environments in cultural mediation devices in Montreal's contemporary art

Research student

Sarah Turcotte, master's degree in museology, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Research direction

Jean-Marie Lafortune, Social and public communication department, 514 987-3000 extension 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Project description and its objectives

The research project is carried out as a part of the master's degree in museology at the Université du Québec à Montréal (UQAM) and will take place throughout the winter and summer 2018 semesters. The study focuses on cultural mediation in contemporary art on the Montreal cultural scene. The research concerns more specifically the use of digital environments in mediating devices, between publics and the museums' activities. Therefore, the main objective is to know and describe the contributions and the limits of virtual and digital spaces. The data will be collected using the following questionnaire which consists of 16 questions.

Benefits related to participation

Your child may benefit personally from participating in this research project, but we cannot assure you. Otherwise, the results obtained will contribute to the advancement of scientific knowledge in the field of museology.

Risks related to participation

In principle, there is no risk associated with your child's participation in this research.

Confidentiality

The questionnaire is filled anonymously by your child and numbered so that its personal information remains confidential and will not be disclosed when the results are released. Only information necessary to meet the scientific objectives of this project will be collected. All documents will be kept under lock and key for the duration of the study and your child's personal information will be destroyed 5 years after the research's publication.

Voluntary participation and withdrawal

Your child's participation is completely free and voluntary. You may refuse to participate or withdraw at any time without having to justify your decision. If you decide to withdraw your child's participation from the study, simply notify Sarah Turcotte by email, indicating the questionnaire number, and all of your child's data will be destroyed.

Compensatory allowance

No compensatory allowance is provided.

Research results

When the project is completed, the results of the study will be published at the Université du Québec à Montréal library. However, you can send an email to the researcher to obtain a copy of the publication electronically.

Any questions about the project?

For any additional questions about the project and your child's participation, you can contact the project leaders:

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie Lafortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Questions about your rights? The Research Ethics Committee for Student Projects involving human beings (CERPE) has approved the research project in which you will participate. For information about the research team's responsibilities in terms of ethics in research with human beings or to make a complaint, you can contact the CERPE 2 coordinator:

- Caroline Vrignaud : vrignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Thanks

Your collaboration is essential to the realization of our project and the research team wishes to thank you very much.

Parent/legal representative consent

☐ By checking this box, I declare that I have read and understood this project, the nature and extent of my child's participation, as well as the risks and inconveniences to which I expose my child as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to let my child participate in this study. My child and I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Child consent

☐ By checking this box, I declare that I have understood this project, the nature and extent of my participation, as well as the risks and inconveniences to which I am exposed as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to participate in this study. I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Researcher's commitment

I, the undersigned, certify

A – that I have explained to the respondent the terms of this form;

B – that I have answered the questions he asked me in this regard;

C – that I have made it clear to him that at any time he remains free to terminate his participation in the research project described above.

Sarah Turcotte

Name


Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Please answer the questions below by checking the boxes or writing your answers in the spaces provided.

1. How often do you visit DHC/ART?

- ☐ It is the first time I visit DHC/ART.
- ☐ I visit DHC/ART at each new exhibition.
- ☐ I visit DHC/ART about one time a year.
- ☐ Other(s). Specify. _____

2. Did you know that DHC/ART has a website? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

3. Have you ever visited the DHC/ART website? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

4. For what reason(s) did you visit the DHC/ART website? You can select multiple answers.

- ☐ To know the opening hours.
- ☐ To know the current exhibitions.
- ☐ To know the address.
- ☐ To learn more about the institution's activities.
- ☐ Other(s). Specify. _____

5. Did you know that an audioguide is available online about the DHC/ART exhibitions? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

6. How did you hear about the DHC/ART audioguide?

- ☐ At the DHC/ART reception.
- ☐ By browsing the DHC/ART website.
- ☐ By friends.
- ☐ Through social networks. Specify which one(s). _____
- _____
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

7. Have you ever listened to the DHC/ART audioguide? If no, go to question 12.

- ☐ Yes ☐ No

8. When did you listen to the DHC/ART audioguide?

- ☐ Before visiting the exhibitions.
- ☐ While visiting the exhibitions.
- ☐ After visiting the exhibitions.

9. Which device did you take to listen to the DHC/ART audioguide?

- ☐ A smartphone.
- ☐ An electronic tablet.
- ☐ A computer.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

10. Did you enjoy the audioguide?

- ☐ Yes ☐ No

11. How did the DHC/ART audioguide contribute to your visiting experience? Explain.

12. Are you going to visit the DHC/ART website after your visit of today?

☐ Yes ☐ No

13. What information would you like to find on the DHC/ART website?

14. How did you obtain information about DHC/ART (exhibitions, activities, opening hours, etc.)? You can select multiple answers.

☐ I did not obtain any information (go to question 16).

☐ During a guided tour.

☐ In a pamphlet.

☐ On the DHC/ART website.

☐ On social networks. Specify which one(s). _____

☐ Other(s). Specify. _____

15. How did this information contribute to your visiting experience?

16. What is your gender?

Thank you so much for your time and participation.

3.5 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MAJEURS AU MAC

UQAM Université du Québec
à Montréal

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Préambule

Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique que vous répondiez aux questions de ce document. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin. Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Titre du projet de recherche

Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse

Sarah Turcotte, maîtrise en muséologie, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Jean-Marie LaFortune, Département de communication sociale et publique, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Description du projet et de ses objectifs

Le projet de recherche est réalisé dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et se déroulera tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018. Il consiste à l'étude de la médiation culturelle dans l'art contemporain sur la scène culturelle montréalaise. La recherche concerne plus spécifiquement l'usage des environnements numériques dans les dispositifs médiateurs, entre les publics et les activités des institutions muséales. L'objectif principal est donc de connaître et de décrire les apports et les limites de ces espaces virtuels et numériques. La collecte de données sera effectuée entre autres à l'aide du questionnaire ci-dessous composé de 19 questions.

Avantages liés à la participation

Vous ne retirerez personnellement pas d'avantages à participer à cette étude. Toutefois, vous aurez contribué à l'avancement des connaissances dans le domaine de la muséologie.

Risques liés à la participation

En principe, aucun risque n'est lié à la participation à cette recherche.

Confidentialité

Les questionnaires sont remplis de manière anonyme et numérotés de sorte que vos informations personnelles ne soient pas dévoilées lors de la diffusion des résultats et demeurent confidentielles. L'ensemble des documents sera conservé sous clef durant la durée de l'étude et vos informations personnelles seront détruites 5 ans après la publication de la recherche.

Participation volontaire et retrait

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous n'avez qu'à aviser Sarah Turcotte par courriel en lui indiquant le numéro de votre questionnaire et toutes les données vous concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Résultats de la recherche

Lorsque le projet sera achevé, les résultats de l'étude seront publiés à la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal. Il vous est toutefois possible d'envoyer un courriel aux chercheurs afin d'obtenir une copie de la publication par voie électronique.

Des questions sur le projet ?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation, vous pouvez communiquer avec les responsables du projet :

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie LaFortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordonnatrice du CERPE 2 :

- Caroline Vignaud : vignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Remerciement

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous remercier infiniment.

Consentement

☐ En cochant cette case, je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

Sarah Turcotte

Prénom Nom

St

Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Veillez répondre aux questions ci-dessous en cochant les cases ou en écrivant vos réponses aux endroits prévus à cet effet.

1. Quelle est la fréquence de vos visites au Musée d'art contemporain de Montréal ?

- ☐ C'est la première fois que je visite le musée.
- ☐ Je visite le musée à chaque nouvelle exposition.
- ☐ Je visite le musée environ une fois par année.
- ☐ Autre. Précisez. _____

2. Saviez-vous que le Musée d'art contemporain de Montréal possède un site Web ? Si non, passez à la question 8.

- ☐ Oui ☐ Non

3. Avez-vous déjà visité le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Si non, passez à la question 8.

- ☐ Oui ☐ Non

4. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous visité le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

- ☐ Pour connaître les heures d'ouverture.
- ☐ Pour connaître les expositions à l'affiche.
- ☐ Pour connaître l'adresse du lieu.
- ☐ Pour en apprendre davantage sur les collections du musée.
- ☐ Autre(s). Précisez. _____

5. Saviez-vous qu'une partie des œuvres de la collection du Musée d'art contemporain de Montréal est disponible en ligne ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

6. Avez-vous déjà visité la section des œuvres numérisées sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

7. En quoi votre expérience de visite en ligne est-elle différente de votre expérience réelle avec les œuvres ? Expliquez.

8. Allez-vous visiter le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal à la suite de votre visite d'aujourd'hui ?

☐ Oui ☐ Non

9. Quelles informations aimeriez-vous trouver sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ?

10. Comment avez-vous obtenu des renseignements au sujet du Musée d'art contemporain de Montréal (expositions, collections, activités, adresse, heures d'ouverture, etc.) ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

- ☐ Je n'ai pas obtenu de renseignements (passez à la question 12).
- ☐ Lors d'une visite commentée.
- ☐ Dans une brochure.
- ☐ Sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal.
- ☐ Sur les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____
- _____
- ☐ Autre(s). Précisez. _____
- _____

11. Comment ces renseignements vous ont-ils été utiles ?

12. Quel est votre groupe d'âge ?

- ☐ De 18 à 40 ans
- ☐ De 41 à 60 ans
- ☐ 61 ans et plus

13. Quel est votre sexe ?

14. Quel est votre statut social ?

- ☐ Étudiant(e)
- ☐ Salarié(e)
- ☐ Sans-emploi
- ☐ Retraité(e)

15. Quel est votre revenu annuel ?

- ☐ 0 \$ – 20 000 \$
- ☐ 20 001 \$ – 50 000 \$
- ☐ 50 001 et plus

Merci énormément pour votre temps et votre participation.

3.6 QUESTIONNAIRE EN FRANÇAIS POUR LES MINEURS AU MAC

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Préambule

Nous invitons votre enfant à participer à un projet de recherche. Avant d'accepter qu'il participe à ce projet et de signer ce formulaire d'information et de consentement à titre de parent/représentant légal de votre enfant, veuillez prendre le temps de lire, de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent. Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin. Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Titre du projet de recherche

Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse

Sarah Turcotte, maîtrise en muséologie, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Jean-Marie LaFortune, Département de communication sociale et publique, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Description du projet et de ses objectifs

Le projet de recherche est réalisé dans le cadre de la maîtrise en muséologie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et se déroulera tout au long des sessions d'hiver et d'été 2018. Il consiste à l'étude de la médiation culturelle dans l'art contemporain sur la scène culturelle montréalaise. La recherche concerne plus spécifiquement l'usage des environnements numériques dans les dispositifs médiateurs, entre les publics et les activités des institutions muséales. L'objectif principal est donc de connaître et de décrire les apports et les limites de ces espaces virtuels et numériques. La collecte de données sera effectuée entre autres à l'aide du questionnaire ci-dessous composé de 16 questions.

Avantages liés à la participation

Il se peut que votre enfant retire un bénéfice personnel de sa participation à ce projet de recherche, mais nous ne pouvons vous l'assurer. Par ailleurs, les résultats obtenus contribueront à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine de la muséologie.

Risques liés à la participation

En principe, aucun risque n'est lié à la participation de votre enfant à cette recherche.

Confidentialité

Le questionnaire est rempli de manière anonyme par votre enfant et est numéroté de sorte que ses informations personnelles ne soient pas dévoilées lors de la diffusion des résultats et demeurent confidentielles. Seuls les renseignements nécessaires pour répondre aux objectifs scientifiques de ce projet seront recueillis. L'ensemble des documents sera conservé sous clef durant la durée de l'étude et les informations personnelles de votre enfant seront détruites 5 ans après la publication de la recherche.

Participation volontaire et retrait

La participation de votre enfant est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser de le faire participer ou le retirer de l'étude en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de retirer la participation de votre enfant à l'étude, vous n'avez qu'à aviser Sarah Turcotte par courriel en lui indiquant le numéro du questionnaire de votre enfant et toutes les données le concernant seront détruites.

Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.

Résultats de la recherche

Lorsque le projet sera achevé, les résultats de l'étude seront publiés à la bibliothèque de l'Université du Québec à Montréal. Il vous est toutefois possible d'envoyer un courriel aux chercheurs afin d'obtenir une copie de la publication par voie électronique.

Des questions sur le projet ?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur la participation de votre enfant, vous pouvez communiquer avec les responsables du projet :

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
 - Jean-Marie LaFortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca
- Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel votre enfant va participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordonnatrice du CERPE 2 :
- Caroline Vignaud : vignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Remerciement

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous remercier infiniment.

Consentement parent/représentant légal

☐ En cochant cette case, je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de la participation de mon enfant, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels il s'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'ai discuté du projet avec mon enfant et il a accepté d'y participer volontairement. J'accepte volontairement que mon enfant participe à cette étude. Il peut se retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Consentement enfant

☐ En cochant cette case, je déclare avoir compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. J'ai discuté du projet avec mon parent/représentant légal et j'accepte d'y participer volontairement. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Engagement du chercheur

Je soussigné(e) certifie

A – avoir expliqué au répondant les termes du présent formulaire ;

B – avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard ;

C – lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus.

Sarah Turcotte

Prénom Nom



Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Veillez répondre aux questions ci-dessous en cochant les cases ou en écrivant vos réponses aux endroits prévus à cet effet.

1. Quelle est la fréquence de vos visites au Musée d'art contemporain de Montréal ?

☐ C'est la première fois que je visite le musée.

☐ Je visite le musée à chaque nouvelle exposition.

☐ Je visite le musée environ une fois par année.

☐ Autre. Précisez. _____

2. Saviez-vous que le Musée d'art contemporain de Montréal possède un site Web ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

3. Avez-vous déjà visité le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

4. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous visité le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

☐ Pour connaître les heures d'ouverture.

☐ Pour connaître les expositions à l'affiche.

☐ Pour connaître l'adresse du lieu.

☐ Pour en apprendre davantage sur les collections du musée.

☐ Autre(s). Précisez. _____

5. Saviez-vous qu'une partie des œuvres de la collection du Musée d'art contemporain de Montréal est disponible en ligne ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

6. Avez-vous déjà visité la section des œuvres numérisées sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ? Si non, passez à la question 8.

☐ Oui ☐ Non

7. En quoi votre expérience de visite en ligne est-elle différente de votre expérience réelle avec les œuvres ? Expliquez.

8. Allez-vous visiter le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal à la suite de votre visite d'aujourd'hui ?

☐ Oui ☐ Non

9. Quelles informations aimeriez-vous trouver sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal ?

10. Comment avez-vous obtenu des renseignements au sujet du Musée d'art contemporain de Montréal (expositions, collections, activités, adresse, heures d'ouverture, etc.) ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

☐ Je n'ai pas obtenu de renseignements (passez à la question 12).

☐ Lors d'une visite commentée.

☐ Dans une brochure.

☐ Sur le site Web du Musée d'art contemporain de Montréal.

☐ Sur les réseaux sociaux. Précisez le(s)quel(s). _____

☐ Autre(s). Précisez. _____

11. Comment ces renseignements vous ont-ils été utiles ?

12. Quel est votre sexe ?

Merci énormément pour votre temps et votre participation.

3.7 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MAJEURS AU MAC

UQAM | Université du Québec
à Montréal

CONSENT FORM

Preamble

We ask you to participate in a research project that involves answering the questions in this document. Before agreeing to participate, please take the time to understand and carefully consider the following information. This consent form explains the purpose of this study, the procedures, the benefits, the risks and the inconveniences, as well as the people to contact if necessary. This consent form may contain words that you do not understand. We invite you to ask any questions you may find useful.

Title of the research project

Uses of digital environments in cultural mediation devices in Montreal's contemporary art

Research student

Sarah Turcotte, master's degree in museology, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Research direction

Jean-Marie LaFortune, Social and public communication department, 514 987-3000 extension 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Project description and its objectives

The research project is carried out as a part of the master's degree in museology at the *Université du Québec à Montréal* (UQAM) and will take place throughout the winter and summer 2018 semesters. The study focuses on cultural mediation in contemporary art on the Montreal cultural scene. The research concerns more specifically the use of digital environments in mediating devices, between publics and the museums' activities. Therefore, the main objective is to know and describe the contributions and the limits of virtual and digital spaces. The data will be collected using the following questionnaire which consists of 19 questions.

Benefits related to participation

You will not personally benefit from participating in this study. However, you will have contributed to the advancement of knowledge in the field of museology.

Risks related to participation

In principle, there is no risk associated with participation in this research.

Confidentiality

The questionnaires are filled anonymously and numbered so that your personal information remains confidential and will not be disclosed when the results are released. All documents will be kept under lock and key for the duration of the study and your personal information will be destroyed 5 years after the research's publication.

Voluntary participation and withdrawal

Your participation is completely free and voluntary. You may refuse to participate or withdraw at any time without having to justify your decision. If you decide to withdraw from the study, simply notify Sarah Turcotte by email, indicating your questionnaire number, and all of your data will be destroyed.

Compensatory allowance

No compensatory allowance is provided.

Research results

When the project is completed, the results of the study will be published at the *Université du Québec à Montréal* library. However, you can send an email to the researcher to obtain a copy of the publication electronically.

Any questions about the project?

For any additional questions about the project and your participation, you can contact the project leaders:

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie LaFortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Questions about your rights? The Research Ethics Committee for Student Projects involving human beings (CERPE) has approved the research project in which you will participate. For information about the research team's responsibilities in terms of ethics in research with human beings or to make a complaint, you can contact the CERPE 2 coordinator:

- Caroline Vrignaud : vrignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Thanks

Your collaboration is essential to the realization of our project and the research team wishes to thank you very much.

Consent

☐ By checking this box, I declare that I have read and understood this project, the nature and extent of my participation, as well as the risks and inconveniences to which I am exposed as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to participate in this study. I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Researcher's commitment

I, the undersigned, certify

A – that I have explained to the respondent the terms of this form;

B – that I have answered the questions he asked me in this regard;

C – that I have made it clear to him that at any time he remains free to terminate his participation in the research project described above.

Sarah Turcotte

Name


Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Please answer the questions below by checking the boxes or writing your answers in the spaces provided.

1. How often do you visit the Musée d'art contemporain de Montréal?

- ☐ It is the first time I visit the Musée d'art contemporain de Montréal.
- ☐ I visit the Musée d'art contemporain de Montréal at each new exhibition.
- ☐ I visit the Musée d'art contemporain de Montréal about one time a year.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

2. Did you know that the Musée d'art contemporain de Montréal has a website? If no, go to question 8.

- ☐ Yes ☐ No

3. Have you ever visited the Musée d'art contemporain de Montréal website? If no, go to question 8.

- ☐ Yes ☐ No

4. For what reason(s) did you visit the Musée d'art contemporain de Montréal website? You can select multiple answers.

- ☐ To know the opening hours.
- ☐ To know the current exhibitions.
- ☐ To know the address.
- ☐ To learn more about the museum's collections.
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____

5. Did you know that some of the artworks in the Musée d'art contemporain de Montréal's collection are available online? If no, go to question 8.

☐ Yes ☐ No

6. Have you ever visited the digitized artworks' section on the Musée d'art contemporain de Montréal website? If no, go to question 8.

☐ Yes ☐ No

7. How is your online visit experience different from your actual experience with the artworks? Explain.

8. Are you going to visit the Musée d'art contemporain de Montréal website after your visit of today?

☐ Yes ☐ No

9. What information would you like to find on the Musée d'art contemporain de Montréal website?

10. How did you obtain information about the Musée d'art contemporain de Montréal (exhibitions, activities, opening hours, etc.)? You can select multiple answers.

☐ I did not obtain any information (go to question 12).

☐ During a guided tour.

☐ In a pamphlet.

☐ On the Musée d'art contemporain de Montréal website.

☐ On social networks. Specify which one(s). _____

☐ Other(s). Specify. _____

11. How did this information contribute to your visiting experience?

12. What is your age group?

☐ From 18 to 40 years old

☐ From 41 to 60 years old

☐ 61 years old and over

13. What is your gender?

14. What is your social status?

- ☐ Student
- ☐ Employee
- ☐ Unemployed
- ☐ Retired

15. What is your annual income?

- ☐ 0 \$ – 20 000 \$
- ☐ 20 001 \$ – 50 000 \$
- ☐ 50 001 \$ and over

Thank you so much for your time and participation.

3.8 QUESTIONNAIRE EN ANGLAIS POUR LES MINEURS AU MAC

UQAM Université du Québec
à Montréal

CONSENT FORM

Preamble

We ask your child to participate in a research project that involves answering the questions in this document. Before agreeing to participate in this project and sign this information and consent form as a parent/legal representative of your child, please take the time to understand and carefully consider the following information. This consent form explains the purpose of this study, the procedures, the benefits, the risks and the inconveniences, as well as the people to contact if necessary. This consent form may contain words that you do not understand. We invite you to ask any questions you may find useful.

Title of the research project

Uses of digital environments in cultural mediation devices in Montreal's contemporary art

Research student

Sarah Turcotte, master's degree in museology, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Research direction

Jean-Marie Lafortune, Social and public communication department, 514 987-3000 extension 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Project description and its objectives

The research project is carried out as a part of the master's degree in museology at the Université du Québec à Montréal (UQAM) and will take place throughout the winter and summer 2018 semesters. The study focuses on cultural mediation in contemporary art on the Montreal cultural scene. The research concerns more specifically the use of digital environments in mediating devices, between publics and the museums' activities. Therefore, the main objective is to know and describe the contributions and the limits of virtual and digital spaces. The data will be collected using the following questionnaire which consists of 16 questions.

Benefits related to participation

Your child may benefit personally from participating in this research project, but we cannot assure you. Otherwise, the results obtained will contribute to the advancement of scientific knowledge in the field of museology.

Risks related to participation

In principle, there is no risk associated with your child's participation in this research.

Confidentiality

The questionnaire is filled anonymously by your child and numbered so that its personal information remains confidential and will not be disclosed when the results are released. Only information necessary to meet the scientific objectives of this project will be collected. All documents will be kept under lock and key for the duration of the study and your child's personal information will be destroyed 5 years after the research's publication.

Voluntary participation and withdrawal

Your child's participation is completely free and voluntary. You may refuse to participate or withdraw at any time without having to justify your decision. If you decide to withdraw your child's participation from the study, simply notify Sarah Turcotte by email, indicating the questionnaire number, and all of your child's data will be destroyed.

Compensatory allowance

No compensatory allowance is provided.

Research results

When the project is completed, the results of the study will be published at the Université du Québec à Montréal library. However, you can send an email to the researcher to obtain a copy of the publication electronically.

Any questions about the project?

For any additional questions about the project and your child's participation, you can contact the project leaders:

- Sarah Turcotte, 514 688-7003, turcotte.sarah@courrier.uqam.ca
- Jean-Marie Lafortune, 514 987-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Questions about your rights? The Research Ethics Committee for Student Projects involving human beings (CERPE) has approved the research project in which you will participate. For information about the research team's responsibilities in terms of ethics in research with human beings or to make a complaint, you can contact the CERPE 2 coordinator:

- Caroline Vrignaud : vrignaud.caroline@uqam.ca 514 987-3000, poste 6188.

Thanks

Your collaboration is essential to the realization of our project and the research team wishes to thank you very much.

Parent/legal representative consent

☐ By checking this box, I declare that I have read and understood this project, the nature and extent of my child's participation, as well as the risks and inconveniences to which I expose my child as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to let my child participate in this study. My child and I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Child consent

☐ By checking this box, I declare that I have understood this project, the nature and extent of my participation, as well as the risks and inconveniences to which I am exposed as presented in this form. I had the opportunity to ask all the questions concerning the various aspects of the study and to receive satisfactory answers. I voluntarily agree to participate in this study. I can withdraw at any time without prejudice of any kind. I certify that I have been given the time to make my decision.

Researcher's commitment

I, the undersigned, certify

A – that I have explained to the respondent the terms of this form;

B – that I have answered the questions he asked me in this regard;

C – that I have made it clear to him that at any time he remains free to terminate his participation in the research project described above.

Sarah Turcotte

Name

St
Signature

27/03/2018

Date

QUESTIONNAIRE

Please answer the questions below by checking the boxes or writing your answers in the spaces provided.

1. How often do you visit the Musée d'art contemporain de Montréal?

- ☐ It is the first time I visit the Musée d'art contemporain de Montréal.
- ☐ I visit the Musée d'art contemporain de Montréal at each new exhibition.
- ☐ I visit the Musée d'art contemporain de Montréal about one time a year.
- ☐ Other(s). Specify. _____

2. Did you know that the Musée d'art contemporain de Montréal has a website? If no, go to question 8.

- ☐ Yes ☐ No

3. Have you ever visited the Musée d'art contemporain de Montréal website? If no, go to question 8.

- ☐ Yes ☐ No

4. For what reason(s) did you visit the Musée d'art contemporain de Montréal website? You can select multiple answers.

- ☐ To know the opening hours.
- ☐ To know the current exhibitions.
- ☐ To know the address.
- ☐ To learn more about the museum's collections.
- ☐ Other(s). Specify. _____

5. Did you know that some of the artworks in the Musée d'art contemporain de Montréal's collection are available online? If no, go to question 8.

☐ Yes ☐ No

6. Have you ever visited the digitized artworks' section on the Musée d'art contemporain de Montréal website? If no, go to question 8.

☐ Yes ☐ No

7. How is your online visit experience different from your actual experience with the artworks? Explain.

8. Are you going to visit the Musée d'art contemporain de Montréal website after your visit of today?

☐ Yes ☐ No

9. What information would you like to find on the Musée d'art contemporain de Montréal website?

10. How did you obtain information about the Musée d'art contemporain de Montréal (exhibitions, activities, opening hours, etc.)? You can select multiple answers.

- ☐ I did not obtain any information (go to question 12).
- ☐ During a guided tour.
- ☐ In a pamphlet.
- ☐ On the Musée d'art contemporain de Montréal website.
- ☐ On social networks. Specify which one(s). _____
- _____
- ☐ Other(s). Specify. _____
- _____
- _____

11. How did this information contribute to your visiting experience?

12. What is your gender?

Thank you so much for your time and participation.

ANNEXE 4 – CERTIFICAT D'ACCOMPLISSEMENT EPTC 2

Groupe en éthique de la recherche Piloter l'éthique de la recherche humaine	EPTC 2: FER
<i>Certificat d'accomplissement</i> <i>Ce document certifie que</i> Sarah Turcotte <i>a complété le cours : l'Énoncé de politique des trois Conseils : Éthique de la recherche avec des êtres humains : Formation en éthique de la recherche (EPTC 2 : FER)</i> 31 octobre, 2017	

ANNEXE 5 – CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

UQAM | **Comités d'éthique de la recherche
avec des êtres humains**

No. de certificat: 2487

Certificat émis le: 05-03-2018

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE 2: communication, science politique et droit, arts) a examiné le projet de recherche suivant et le juge conforme aux pratiques habituelles ainsi qu'aux normes établies par la *Politique No 54 sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains* (Janvier 2016) de l'UQAM.

Titre du projet :	Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation au sein de l'art contemporain à Montréal
Nom de l'étudiant :	Sarah TURCOTTE
Programme d'études :	Maîtrise en muséologie
Direction de recherche :	Jean-Marie LAFORTUNE

Modalités d'application

Toute modification au protocole de recherche en cours de même que tout événement ou renseignement pouvant affecter l'intégrité de la recherche doivent être communiqués rapidement au comité.

La suspension ou la cessation du protocole, temporaire ou définitive, doit être communiquée au comité dans les meilleurs délais.

Le présent certificat est valide pour une durée d'un an à partir de la date d'émission. Au terme de ce délai, un rapport d'avancement de projet doit être soumis au comité, en guise de rapport final si le projet est réalisé en moins d'un an, et en guise de rapport annuel pour le projet se poursuivant sur plus d'une année. Dans ce dernier cas, le rapport annuel permettra au comité de se prononcer sur le renouvellement du certificat d'approbation éthique.



Mouloud Boukala
Président du CERPE 2 : Facultés de communication, de science politique et droit et des arts
Professeur, École des médias

ANNEXE 6 – APPROBATIONS ET ENTENTES

6.1 APPROBATION ORGANISATIONNELLE – DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

FORMULAIRE D'APPROBATION ORGANISATIONNELLE À L'UTILISATION DES DONNÉES D'ENTREPRISE

Titre du projet de recherche
Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation
culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse
Sarah Turcotte, Maîtrise en muséologie, 514 689-7003,
turcotte.sarah@uqam.ca

Direction de recherche
Jean-Marie Lefortune, Département de communication sociale et publique,
514 687-3000 poste 2895, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Accès aux données
Dans le cadre du projet de recherche intitulé *Usages des environnements numériques
dans les dispositifs de médiation au sein de l'art contemporain à Montréal*, la Fondation
pour l'art contemporain (FAC) consent à donner accès à Sarah Turcotte aux données
confidentielles suivantes :

- Nom de l'institution ;
- Noms et postes coupés des employés interrogés au sein des entretiens ;
- Verbatims des entretiens approuvés et signés ;
- Observations effectuées sur les visiteurs en galerie ;
- Réponses aux questionnaires anonymes destinés aux visiteurs ;
- Statistiques relatives au site Web de l'institution

La Fondation pour l'art contemporain (FAC) consent à donner accès à Sarah Turcotte
aux données non confidentielles suivantes :

- Informations sur le site Web de l'institution ;

La Fondation pour l'art contemporain (FAC) confirme qu'elle détient l'autorité
compétente afin d'octroyer cette autorisation. Elle confirme que les données ont été
collectées de façon à respecter les principes éthiques en matière de recherche
universitaire auxquels le projet de Sarah Turcotte est soumis.

La Fondation pour l'art contemporain (FAC) confirme que les données auxquelles
elle donne accès à Sarah Turcotte pourront être utilisées à des fins de recherche et
permet à l'étudiante de veiller à ce que les résultats issus en partie ou complètement de
l'analyse de ces données puissent être utilisés à des fins de publications.

En acceptant que certains de vos employés/ées participent à cette étude, votre
organisation s'engage également à ce que la participation – ou non – à l'étude n'ait
aucun effet sur les résultats qui découleront de l'étude n'entraîneront aucune conséquence administrative
pour ces employés.

* DHC/ART réserve le droit d'approuver toute
mention destinée à la publication hors thèse

En contrepartie, Sarah Turcotte ainsi que Jean-Marie Lefortune s'engagent à garder
confidentielles toutes les données inscrites dans l'entente relative à la confidentialité
octroyée par les représentants dûment mandatés de l'organisation. Ils s'engagent
à protéger l'anonymat des visiteurs répondants dans la mesure de ce qui est prévu dans
le protocole de recherche approuvé par le CERPE-2 (conservation et destruction
des données).

Je, CHERYL GIM, appuie la démarche de Sarah Turcotte
(nom de l'employé mandaté)

Signature : [Signature]

Nom, prénom : SAR, CHERYL

Date : 14 mai 2018

Titre : directrice générale et commissaire

Je, Sarah Turcotte, m'engage à respecter ce qui est convenu entre les parties
en présence

Signature : [Signature]

Nom, prénom : Turcotte Sarah

Date : 10/05/2018

Titre : Étudiante-chercheuse

6.2 ENTENTE DE CONFIDENTIALITÉ – DHC/ART

UQAM | Université du Québec
à Montréal

ENTENTE RELATIVE À LA CONFIDENTIALITÉ

Signataire

Je, soussignée Sarah Turcotte, étudiante-chercheuse de l'Université du Québec à Montréal, m'engage par les présentes à maintenir confidentielles les informations décrites ci-après.

Informations confidentielles

Toute information relative aux projets décrits ci-après, qu'il s'agisse d'information orale ou écrite, de données techniques, de savoir-faire industriel ou de renseignements relatifs aux produits ou procédés faisant l'objet des projets :

- Informations personnelles des visiteurs.

DISPOSITIONS DE CONFIDENTIALITÉ

Je m'engage à :

1. Garder secrètes toutes les informations confidentielles définies ci-haut ;
2. Ne pas photocopier ni faire photocopier lesdites informations confidentielles ;
3. Retourner tout document qui me sera confié dans le cadre du présent engagement, sur demande du responsable du projet ou de l'Université du Québec à Montréal.

LIMITE DE L'ENGAGEMENT

Nonobstant les dispositions qui précèdent, les obligations du signataire relativement à la confidentialité ne vaudront que pour une période de cinq ans à compter de la date de sa signature et s'il en est convenu autrement dans une autre convention ultérieure entre les parties. Lesdites obligations deviendront également caduques si l'une ou l'autre des situations suivantes se présente :

- les informations confidentielles portées à la connaissance du signataire faisaient partie du domaine public antérieurement à la signature du présent accord ou deviendront parties du domaine public au cours du projet par d'autres voies que par divulgation de la part du signataire ;
- les informations confidentielles étaient connues d'une tierce partie, non soumise à la confidentialité avant la signature des présentes, et ce, sans que cette tierce partie l'ait obtenue du signataire ou de l'Université du Québec à Montréal ;
- des connaissances de même nature ont été développées par une tierce partie de façon totalement indépendante et sans que ladite tierce partie ait été en relation avec l'Université du Québec à Montréal ou le signataire.

EN FOI DE QUOI, J'AI SIGNÉ LA PRÉSENTE À MONTRÉAL EN CE 10/05/2018
(date)

Signature : ST

Nom, prénom : Turcotte Sarah

Titre : étudiante-chercheuse

TÉMOIN :

Signature : [Signature]

Nom, prénom : SIM, CHERYL

Titre : MANAGING DIRECTOR, CURATOR

6.3 APPROBATION ORGANISATIONNELLE – MAC

UQAM | Université du Québec
à Montréal

FORMULAIRE D'APPROBATION ORGANISATIONNELLE À L'UTILISATION DES DONNÉES D'ENTREPRISE

Titre du projet de recherche
Usages des environnements numériques dans les dispositifs de médiation
culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal

Étudiante-chercheuse
Sarah Turcotte, Maitrise en muséologie, 514 639-7003,
turcotte.sarah@courrier.uqam.ca

Direction de recherche
Jean-Marie LaFortune, Département de communication sociale et publique,
514 987-3500 poste 2695, lafortune.jean-marie@uqam.ca

Accès aux données
Dans le cadre du projet de recherche intitulé *Usages des environnements numériques
dans les dispositifs de médiation culturelle au sein de l'art contemporain à Montréal*, le
Musée d'art contemporain de Montréal consent à donner accès à Sarah Turcotte aux
données confidentielles suivantes :

- Nom de l'institution ;
- Noms et postes occupés des employés interrogés au sein des entretiens ;
- Verbatim des entretiens approuvés et signés ;
- Observations effectuées sur les visiteurs en galerie ;
- Réponses aux questionnaires anonymes destinés aux visiteurs ;
- Statistiques relatives au site Web du musée.

Le Musée d'art contemporain de Montréal consent à donner accès à Sarah Turcotte
aux données non confidentielles suivantes :

- Informations sur le site Web de l'institution.

Le Musée d'art contemporain de Montréal confirme qu'il détiend l'autorité compétente
afin d'octroyer cette autorisation. Il confirme que les données ont été collectées de
façon à respecter les principes énoncés en matière de recherche universitaire
auxquels le projet de Sarah Turcotte est soumis.

Le Musée d'art contemporain de Montréal confirme que les données auxquelles il
donne accès à Sarah Turcotte pourront être utilisées à des fins de recherche et permet
à l'étudiante de veiller à ce que les résultats issus en partie ou complètement de
l'analyse de ces données puissent être utilisés à des fins de publications.

En acceptant que certains de vos employés aient participé à cette étude, votre
organisation s'engage également à ce que la participation – ou non – à l'étude et/ou les
résultats qui découleront de l'étude n'entraîneront aucune conséquence administrative
pour ces employés.

En contrepartie, Sarah Turcotte ainsi que Jean-Marie LaFortune s'engagent à garder
confidentielles toutes les données inscrites dans l'entente relative à la confidentialité
octroyée par les représentants dûment mandatés de l'organisation. Ils s'engagent
à protéger l'anonymat des visiteurs répondants dans la mesure de ce qui est prévu
dans le protocole de recherche approuvé par le CERPE-2 (conservation et destruction
des données).

Je, Lesley Johnston, approuve la démarche de Sarah Turcotte
(nom de l'employé mandaté)

Signature : [Signature]

Nom, prénom : L

Date : 27.6.17

Titre : chef des expositions - Musée d'art contemporain

Adresse complète : _____

Je, Sarah Turcotte, m'engage à respecter ce qui est convenu entre les parties
en présence

Signature : [Signature]

Nom, prénom : Turcotte Sarah

Date : 10/6/2018

Titre : Étudiante-chercheuse

Adresse complète : 6033, rue Jeanne Mance, Montréal (QC) H2V 4K3

6.4 ENTENTE DE CONFIDENTIALITÉ – MAC

UQAM | Université du Québec
à Montréal

ENTENTE RELATIVE À LA CONFIDENTIALITÉ

SIGNATAIRE

Je, soussignée Sarah Turcotte, étudiante-chercheuse de l'Université du Québec à Montréal, m'engage par les présentes à maintenir confidentielles les informations décrites ci-après et à respecter les clauses suivantes.

- INFORMATIONS CONFIDENTIELLES

Toute information relative aux projets décrits ci-après, qu'il s'agisse d'information orale ou écrite, de données techniques, de savoir-faire industriel ou de renseignements relatifs aux produits ou procédés faisant l'objet des projets :

- Informations personnelles des visiteurs.

- CLAUSES À RESPECTER

Toute condition déterminée entre les deux parties, soit l'étudiante-chercheuse et le Musée d'art contemporain de Montréal :

- Avant tout usage d'images au sein de son étude, l'étudiante-chercheuse tiendra compte des mesures prescrites par le Musée d'art contemporain de Montréal au sujet des droits d'auteur associés à ces images (photographies des salles du musée, captures d'écran du site Web du musée, etc.) ;
- L'étudiante-chercheuse avisera le Musée d'art contemporain de Montréal au sujet de chaque éventuelle publication de sa recherche ;
- L'étudiante-chercheuse donnera une copie électronique (PDF) de sa recherche, lorsqu'elle sera achevée, au Musée d'art contemporain de Montréal ;
- L'étudiante-chercheuse se soumet à l'étude de l'environnement Web du Musée d'art contemporain de Montréal.

DISPOSITIONS DE CONFIDENTIALITÉ

Je m'engage à :

1. Garder secrètes toutes les informations confidentielles définies ci-haut ;
2. Respecter les clauses définies ci-haut ;
3. Ne pas photocopier ni faire photocopier lesdites informations confidentielles ;
4. Retourner tout document qui me sera confié dans le cadre du présent engagement, sur demande du responsable du projet ou de l'Université du Québec à Montréal.

LIMITE DE L'ENGAGEMENT

Nonobstant les dispositions qui précèdent, les obligations du signataire relativement à la confidentialité ne vaudront que pour une période de cinq ans à compter de la date de sa signature et s'il en est convenu autrement dans une autre convention ultérieure entre les parties. Lesdites obligations deviendront également caduques si l'une ou l'autre des situations suivantes se présente :

- les informations confidentielles portées à la connaissance du signataire faisaient partie du domaine public antérieurement à la signature du présent accord ou deviendront parties du domaine public au cours du projet par d'autres voies que par divulgation de la part du signataire ;
- les informations confidentielles étaient connues d'une tierce partie, non soumise à la confidentialité avant la signature des présentes, et ce, sans que cette tierce partie l'ait obtenue du signataire ou de l'Université du Québec à Montréal ;
- des connaissances de même nature ont été développées par une tierce partie de façon totalement indépendante et sans que ladite tierce partie ait été en relation avec l'Université du Québec à Montréal ou le signataire.

EN FOI DE QUOI, J'AI SIGNÉ LA PRÉSENTE À MONTRÉAL EN CE 10/04/2018
(date)

Signature : St

Nom, prénom : Turcotte Sarah

Titre : étudiante-chercheuse

Adresse complète : 5093, rue Jeanne Mance, Montréal (Qc), H2V 4K9

TÉMOIN :

Signature : Loisley

Nom, prénom : Loisley Johnstone

Titre : chef des expositions au MAC

Adresse complète : _____

LE NUMÉRIQUE DANS LES DISPOSITIFS DE MÉDIATION CULTURELLE					
TYPES DE DISPOSITIF	DHC/ART FONDATION POUR L'ART CONTEMPORAIN			MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL	
	Apports	Limites	Apports	Limites	
Tous dispositifs numériques	Offrent une diversification des outils de médiation culturelle (une autre forme d'accessibilité non physique, mais plutôt conceptuelle ou pratique)	Ne permettent pas de créer une approche dialogique au sein des contenus issus de la médiation culturelle (rencontre spontanée, échange, discussion)	Donnent une autre forme aux contenus pour qu'ils soient accessibles à des gens non spécialistes	Interactivité dans les activités de médiation culturelle, contact de personne à personne, force du contact humain (développer un contenu spontané à partir des publics, utilisation et compréhension du langage corporel comme le ton de voix)	
	Aident à toucher un public autonome ou autodidacte (permet une autre temporalité)	Coûts des matériaux en général et le rapport entre le coût des matériaux et leur pérennité	Permettent de rendre disponible des documents avec une valeur historique qui ne peuvent être manipulés par tout le monde	Coûts (investissements financiers qui s'ajoutent aux nombreuses autres dépenses déjà présentes au sein de l'institution (les outils numériques et la médiation culturelle requièrent beaucoup de fonds afin d'être développés et ces dépenses s'ajoutent à toutes celles associées à la recherche, aux expositions, aux collections, à l'éducation, etc.))	
	Traduction multilingue plus facile dans l'espace virtuel qui suit un script que dans une approche dialogique dans l'espace réel (visibilité internationale en ligne ou pour visiteurs étrangers sur place)	Accessibilité et disponibilité des matériaux pour l'institution ainsi que pour les visiteurs (ils n'ont pas tous des tablettes, des téléphones intelligents ou tout autre dispositif pouvant être requis pour ce type de médiation culturelle)	Complémentaires aux dispositifs traditionnels de médiation culturelle (préparent à une visite au musée ou au contraire, y fait suite)	Droits d'auteurs (coût très élevé, utilisation restrictive des images, temps associés aux démarches pour obtenir toutes les autorisations nécessaires)	

	Expertise de l'équipe	Planification (impossible de penser à l'avance à des projets numériques en raison du développement continu des technologies)
	Temps pour l'élaboration des outils numériques	Grands investissements des différentes ressources (humaines, temporelles, financières) pour des projets éphémères (technologies au sein d'expositions temporaires, technologies qui deviennent désuètes avec le temps)
	Mise en contexte de l'objet exposé (lors de possibles controverses, il y a une forme de contextualisation que l'exposition en galerie permet et qu'aucune autre forme de médiation culturelle ne permet, voir l'objet versus lire au sujet de l'objet sur quelconques plateformes numériques ou médiatiques, confrontation directe entre le visiteur et l'œuvre)	Ajout d'une tâche aux nombreuses autres missions déjà présentes au sein de l'institution (le numérique est un champ qui s'ajoute à tout le reste : la recherche, les expositions, les collections, l'éducation, etc.)
	Droits d'auteurs (utilisation restrictive des images)	Besoin paradoxal d'une présence humaine pour les activer, les comprendre, les utiliser
	Avancement des technologies, dispositifs qui deviennent désuets	S'adapter à la personne réceptive (la machine ne peut exercer une fonction d'adaptation envers son public contrairement à l'humain)

Tous dispositifs numériques muséographiques					Comprendre l'art contemporain (la compréhension de l'art contemporain se base entre autres sur l'échange d'idées, la discussion, l'interaction)
					Accessibilité des matériaux par les publics (ils ne disposent pas tous des appareils nécessaires pour faire usage des dispositifs numériques)
					Accessibilité des contenus selon les langues de diffusions (tout n'est pas traduit en anglais et les deux seules langues proposées sont l'anglais et le français en raison du manque de ressources financières)
					Le monde virtuel n'admet pas tous les types de contenus (certains trouvent moins bien leur place dans le numérique comme les textes plus longs ou plus peaufinés)
			Intrusifs dans la visite	Autre façon de mettre en valeur des contenus qu'on ne va pas nécessairement voir dans les livres (informations livrées d'une autre manière possiblement plus accessible)	Se positionnent en travers de l'œuvre (distraction pendant la visite, vient déranger, l'expérience de l'appareil vient interférer avec l'expérience de l'œuvre)
			Dictent un axe à la visite		Difficile de les intégrer dans les musées d'art contrairement aux musées d'histoire, d'archéologie, etc. (les œuvres sont sacrées, elles détiennent une certaine aura à respecter)

Toutes plateformes en ligne	Permettent de toucher un public qui n'a pas le temps, l'occasion ou l'envie de fréquenter les institutions ou d'accéder à leurs activités en temps réel		Permettent de faire découvrir la collection et le musée aux internautes, de toucher ou d'attirer un nouveau public, ceux qui ne fréquentent pas nécessairement l'institution (ceux qui tombent par hasard sur les contenus de l'institution lors de leurs recherches en ligne)	La spontanéité (demandant de réagir vite, mais parfois il y a toute une chaîne d'approbation avant de pouvoir répondre)
	Plus facile de quantifier les usages (ex. : outils d'analyses qui comptent le nombre de vues sur une publication en ligne versus le nombre de personnes qui ont vu une affiche dans une école)		Aident à toucher un public qui n'a pas l'occasion de fréquenter les institutions ou d'accéder à leurs activités en temps réel (étrangers, non-résidents de Montréal, etc.)	Mises à jour et entretiens (utilisation de beaucoup de ressources humaines et de temps pour la préparation des contenus, très énergivore)
	Aident à toucher un public de l'extérieur ou un public étranger		Permettent plus facilement de savoir si on atteint un public (quantifier le nombre de vues)	Difficile de qualifier l'impact sur les visiteurs (on les quantifie par le biais d'outils d'analyse, mais on ne peut pas connaître l'effet sur eux, on n'a pas de retour de leur part comme dans une visite, on ne sait pas comment ils naviguent, s'ils sont intéressés aux contenus où s'ils y passent rapidement)
	Offrent une plus grande visibilité de l'institution et de ses activités		Permettent de diffuser dans un second espace, l'espace virtuel, le contenu disponible dans l'espace réel, le musée (le contenu en ligne s'inspire du contenu des visites ou encore de la parole des publics)	
	Permettent de réduire les coûts en marketing (campagne promotionnelle virtuelle)		Permettent de diffuser davantage le contenu culturel québécois, le rendre vivant, le mettre en lumière	
			Plus grande visibilité de l'institution et de ses activités	

				Apports au système d'éducation (offrent des contenus et des outils pouvant servir aux enseignants : collections en ligne, blogue, etc.)	Interface et design contraignants (recadrage sur des contenus qui ne devraient pas être recadrés)
	Plus grande disponibilité des contenus (diffusion en ligne des contenus qui proviennent de l'espace réel)	Interface et design contraignants		Offre une image sérieuse de l'institution	
	Disponibilité d'une variété de types de contenus (éducatif, promotionnel, informatif, etc.)			Permet aux visiteurs étrangers d'avoir les informations pratiques sur le musée	
				Rend disponibles des contenus auxquels des gens n'auraient pas eu accès en temps réel (ex : conférence au nombre limité de places)	
				Permet de créer un lien avec les écoles	
				Fait exister le musée (un incontournable aujourd'hui, c'est un deuxième espace important à occuper)	
				Rejoint un public jeune	
				Maniable (reprogrammation possible lorsqu'il y a certains problèmes)	
	Aident à toucher les aînés			Offrent une publicité pour les activités du musée (notamment des liens vers les contenus enrichis de l'éducation) permettent d'attirer l'attention, de vendre des billets d'entrée et des MACartes	Génèrent beaucoup de compétition (savoir attirer l'attention, se démarquer, tout en gardant sa pertinence, en restant de bon goût et proche de l'essence de ce qu'est un musée)
	Permettent d'interagir avec les autres institutions culturelles (visibilité auprès d'autres publics)			Permettent de diffuser des contenus diversifiés	Diffusion de beaucoup de types d'informations (contenus dépareillés sur une même page)

			Permettent de soigner l'image publique de l'institution	Adaptés à un certain type de contenu (textes concis)
			Permettent de divertir les publics	
			Aident à toucher les baby-boomers, Facebook inclut le public plus âgé et Instagram rejoint les plus jeunes (qui ne viennent pas nécessairement au musée)	
			Sont offerts gratuitement (des plateformes supplémentaires pour la visibilité sans frais additionnel)	
	Permettent une liberté d'utilisation par le visiteur (il en fait usage ou non et au moment où il le souhaite)		Moins dérangeants que d'autres dispositifs en travers des œuvres	Contenus limités, plus de type informatif (création des microsites par l'équipe des communications et non l'équipe de l'éducation)
	Hébergements à faible coût		Permettent d'offrir quelques contenus enrichis	
	Gestion directe par l'institution			
	Accessible aux visiteurs moins à l'aise avec la lecture		Doit être contextualisé en galerie pour lui donner un sens	Rentable pour un grand musée avec une plusieurs salles et des expositions qui durent longtemps
			Gestion restreinte des contenus par les institutions mêmes, elles doivent faire affaire avec les développeurs	Dispendieux à développer
			Coûts élevés pour figurer sur l'App Store	
			Accessibilité (Android et Apple)	
Microsites format mobile pour les appareils personnels des visiteurs				
Audioguide				
Application mobile				

Numérisation des œuvres, des salles d'exposition et/ou des collections		Droits d'auteurs	Rend accessible l'ensemble d'une collection publique (ce n'est qu'un pourcent des œuvres qui est montré à la fois dans les salles d'exposition)	Temps pour la création de la plateforme
		Rentable pour un grand musée avec une grande collection et plusieurs expositions par année	Catalogue qu'on peut continuellement mettre à jour	Ajustements à faire une fois la plateforme mise en ligne
			Offre le support visuel d'œuvres qui ne sont pas nécessairement exposées en salle, mais qui permettent une certaine compréhension lorsqu'elles sont rapprochées par thématique ou encore par période	
Blogue	Permet de diffuser du contenu éducatif et publicitaire		Section qui permet d'offrir des contenus enrichis et élaborés en ligne (projet de l'équipe de l'éducation et non des communications)	
			Permet d'alléger la page Facebook (billets/articles diffusés dorénavant sur le blogue et non sur les réseaux sociaux)	

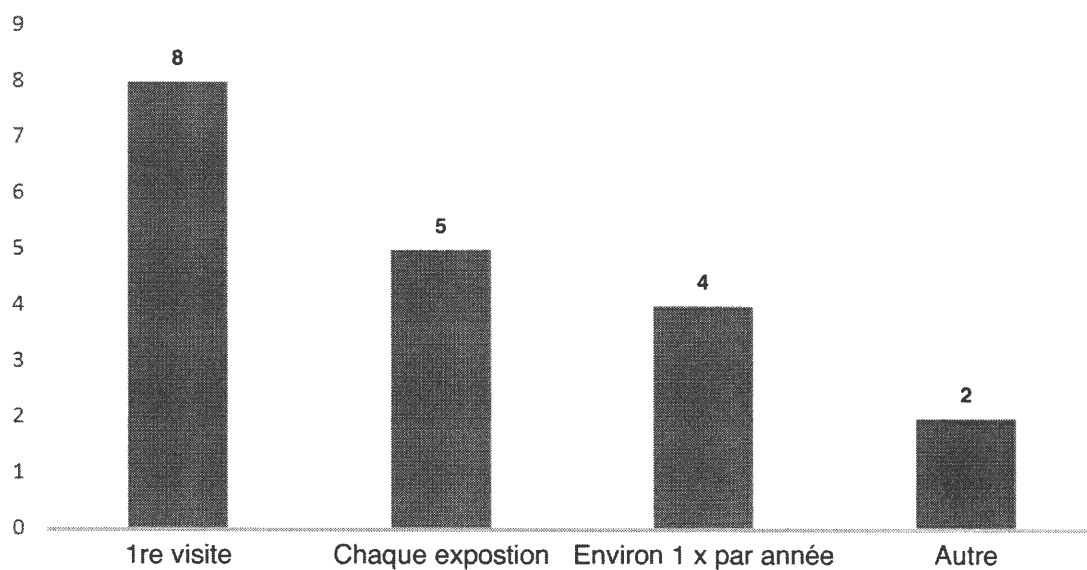
ANNEXE 8 – DONNÉES COLLECTÉES AU MOYEN DES QUESTIONNAIRES

8.1 INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LA COLLECTE DE DONNÉES

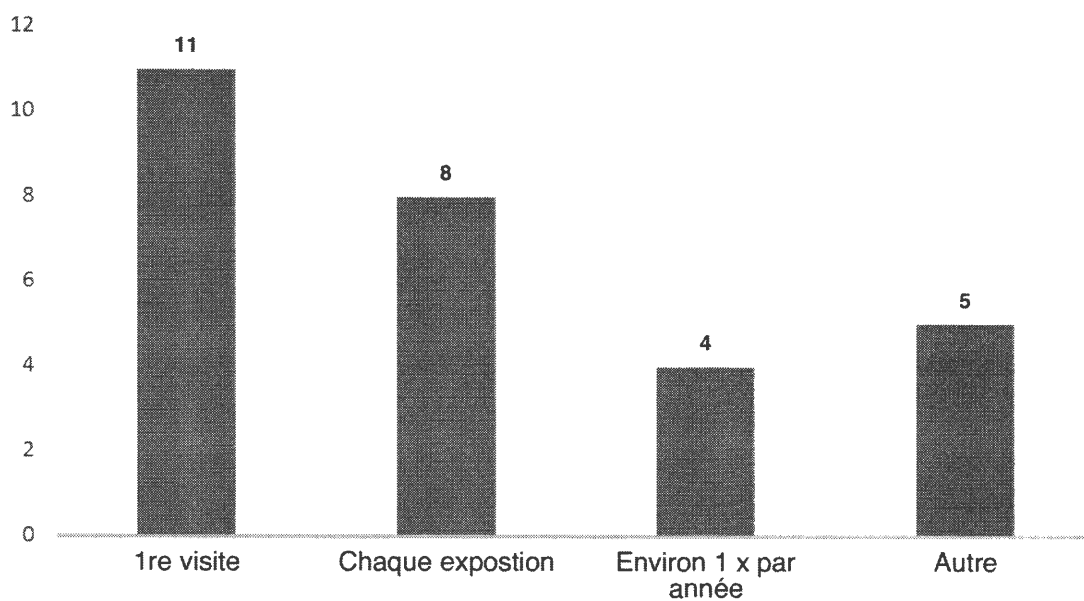
COLLECTE DE DONNÉES AUPRÈS DES VISITEURS		
INSTITUTION	DHC/ART	MAC
DATE	16/06/18	20/06/18
HEURE	11h à 18h	17h à 20h
NOMBRE DE RÉPONDANTS	19	28

8.2 FRÉQUENCE DES VISITES

DHC/ART FONDATION POUR L'ART CONTEMPORAIN

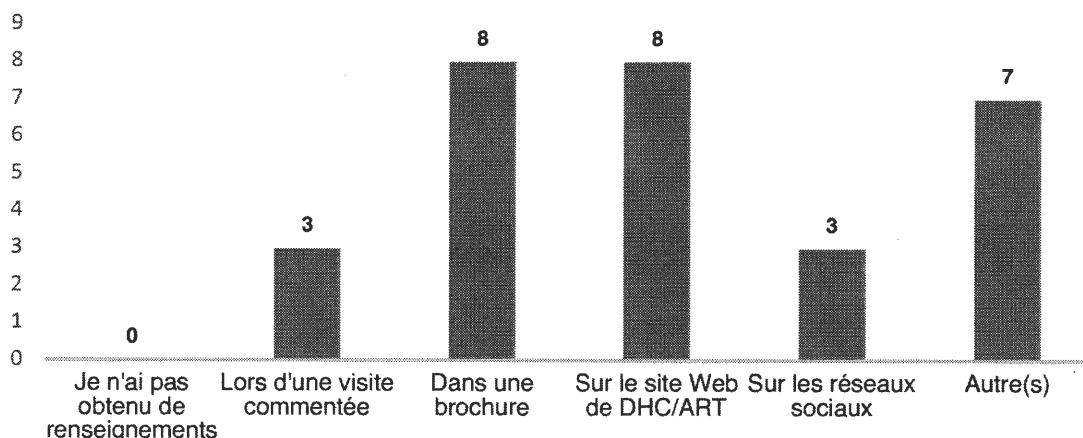


MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL



8.3 CONNAISSANCE DES INSTITUTIONS

COMMENT AVEZ-VOUS OBTENU DES RENSEIGNEMENTS AU SUJET DE DHC/ART ?

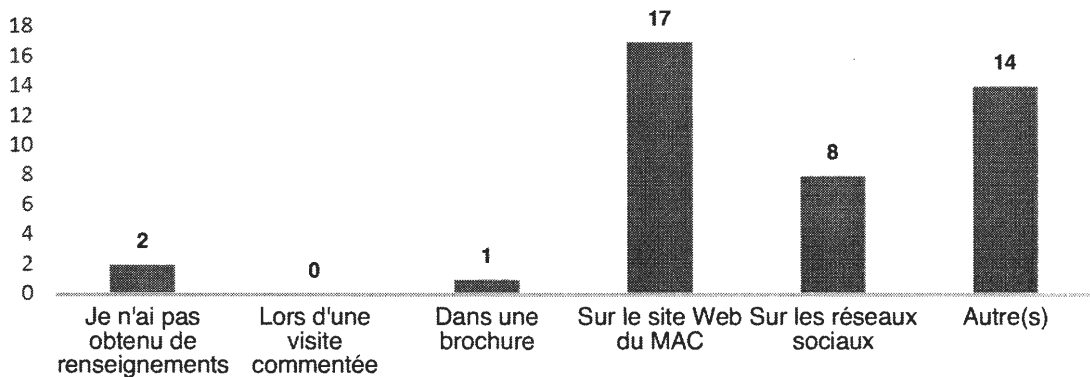


COMMENT CES RENSEIGNEMENTS VOUS ONT-ILS ÉTÉ UTILES ?

« Schedule hours for my visit. »
« It teased images and influenced me to come visit. »
« Information on the pamphlet attract my attention to visit. »
« Knowledge. »
« More knowledge about trendy art. »
« Comprendre l'institution, son contexte et le contexte des œuvres en relation avec l'institution. »
« Je ne les ai pas lus pour me laisser surprendre par l'expo. »
« Utiles, selon le sujet et mon intérêt, je profite de mon passage à Montréal pour venir visiter les nouvelles expositions. »
« À chaque visite à Montréal, 3 à 4 fois par année je passe. »
« Je suis venue ! »
« I read about the artist, and also saw preview images of the work. It made me decide to come see the show, despite having only 2 days here in Montreal. »
« Exhibition information confirmed it was worth coming to see the show. »
« Ils m'ont renseigné sur les informations pratiques pour ma visite, ainsi que des informations intéressantes sur l'artiste et l'exposition. »
« 1 : Existence du musée 2 : contenu de l'exposition »
« It makes me more informed, and yet gives me the freedom of understanding the arts my own way. »

Selon les 15 répondants ayant inscrit une réponse à cette question

COMMENT AVEZ-VOUS OBTENU DES RENSEIGNEMENTS AU SUJET DU MAC ?



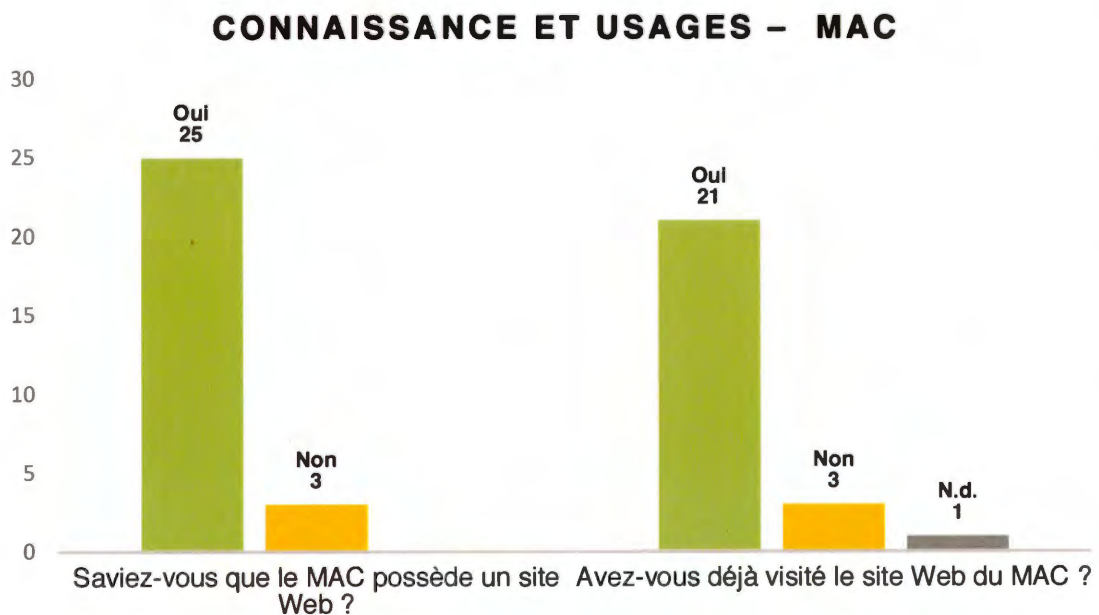
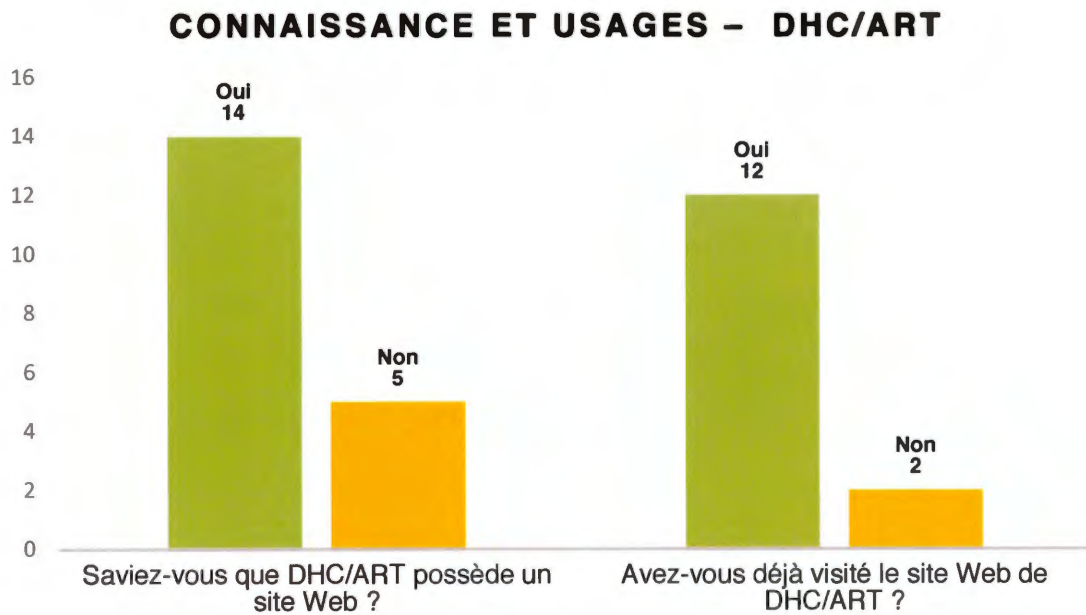
COMMENT CES RENSEIGNEMENTS VOUS ONT-ILS ÉTÉ UTILES ?

« Prise de décision de visiter le MAC plutôt qu'un autre musée. »
« I got there on time and for half of the price. »
« Connaître les expositions à venir. »
« Connaître les expositions à venir. »
« Très utiles. »
« Très utiles ! »
« Très utiles et intéressants. »
« Utiles, car je suis venue voir l'expo. »
« Ils m'ont aidé à savoir où c'était et qu'il y avait une expo. »
« Bien, j'ai pu découvrir un musée pas comme les autres. »
« It's what got me here. It gave the necessary information to want to visit. »
« Banque d'œuvres disponibles sur le site Web du musée. »
« Détails des expositions. »
« Font connaître l'artiste, les œuvres et deviennent des incitatifs à se déplacer au musée. »
« Ils m'ont permis de déterminer quelles expos seraient susceptibles de m'intéresser. »
« J'étais déjà heureuse de savoir qu'il y avait un musée dédié à l'art contemporain à visiter, j'ai pu connaître les horaires, tarifs et adresse. »
« Pour venir aux expos/nocturnes/ateliers. »
« I had a brief idea on what i'm going to see in the museum (current exhibition) and I know the exact opening hours (also Wednesday evening discount) ! »
« I arrived on time and knew what exhibition I was going to see. »
« Pour savoir les heures d'ouverture, pour mieux planifier ma visite à Montréal. »
« Informations pratiques. »
« We came during half-price hours. Know what there is to see and not disappointed. »
« It was only a recommendation for what to do in Montreal. »

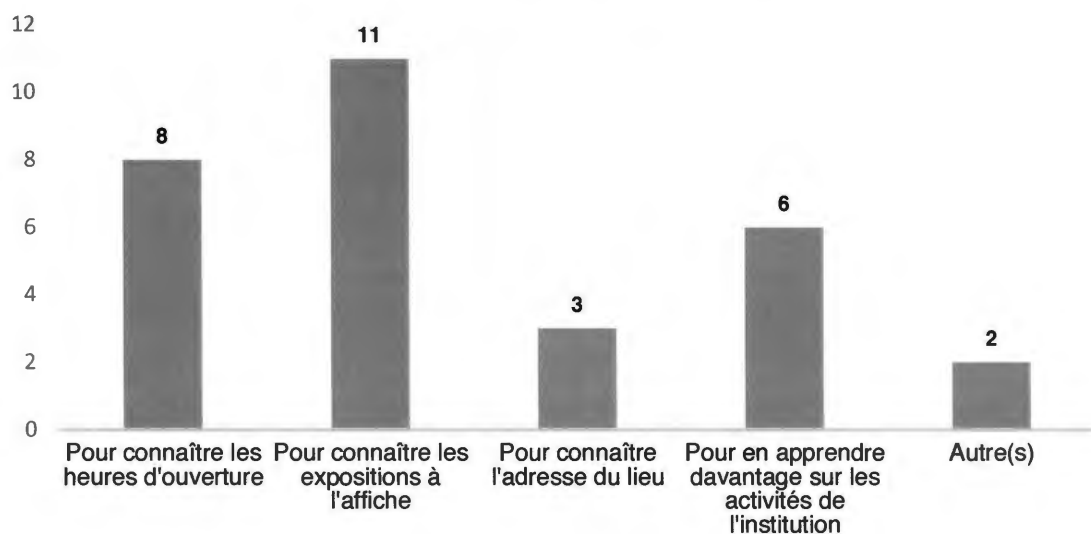
Selon les 23 répondants ayant inscrit une réponse à cette question

8.4 CONNAISSANCE ET USAGES DES OUTILS NUMÉRIQUES DISPONIBLES

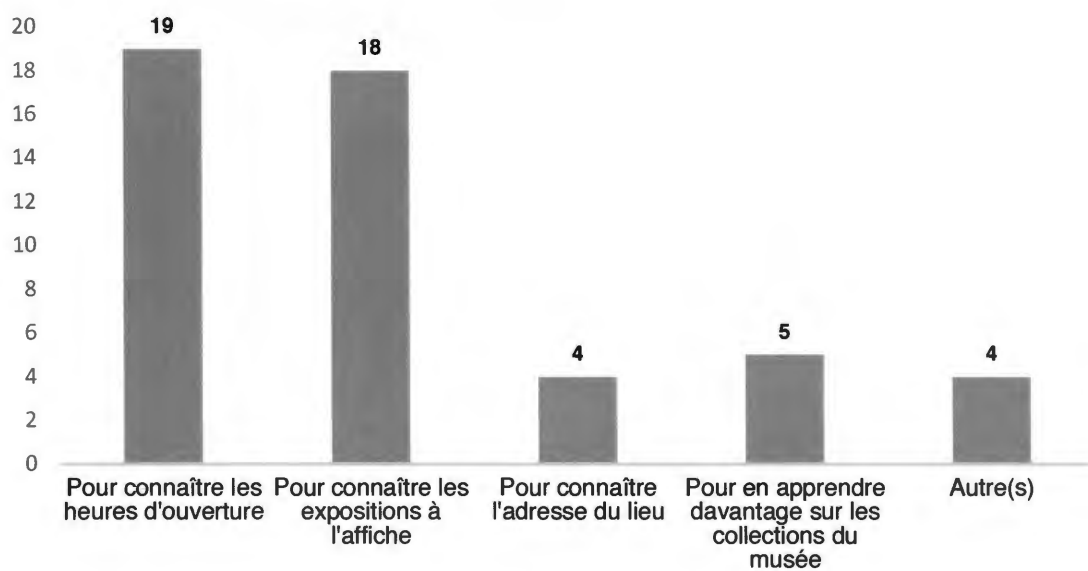
8.4.1 Site Web – DHC/ART et MAC



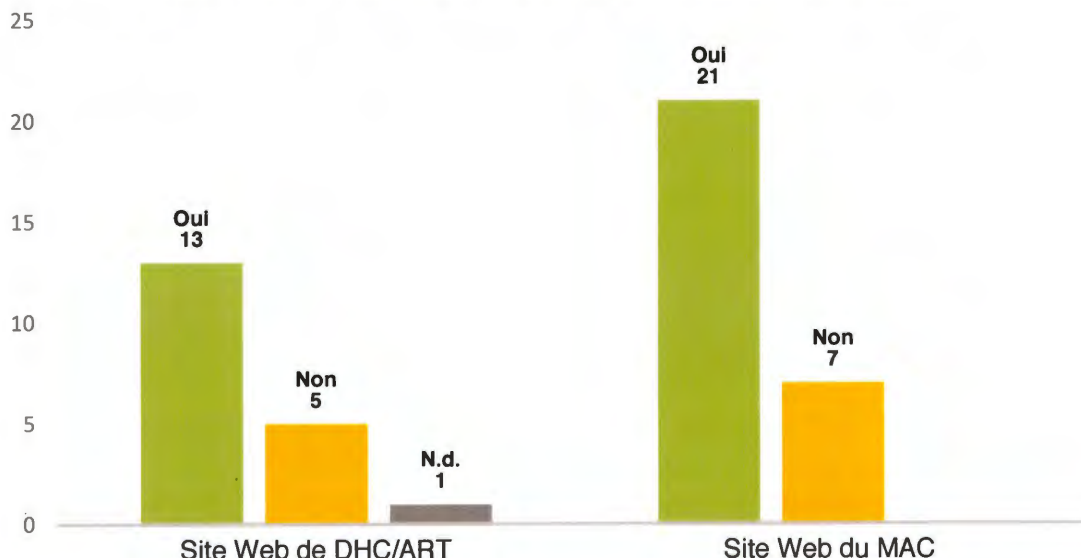
RAISON(S) DE VISITER LE SITE WEB DE DHC/ART



RAISON(S) DE VISITER LE SITE WEB DU MAC



ALLEZ-VOUS VISITER LE SITE WEB À LA SUITE DE VOTRE VISITE D'AUJOURD'HUI ?



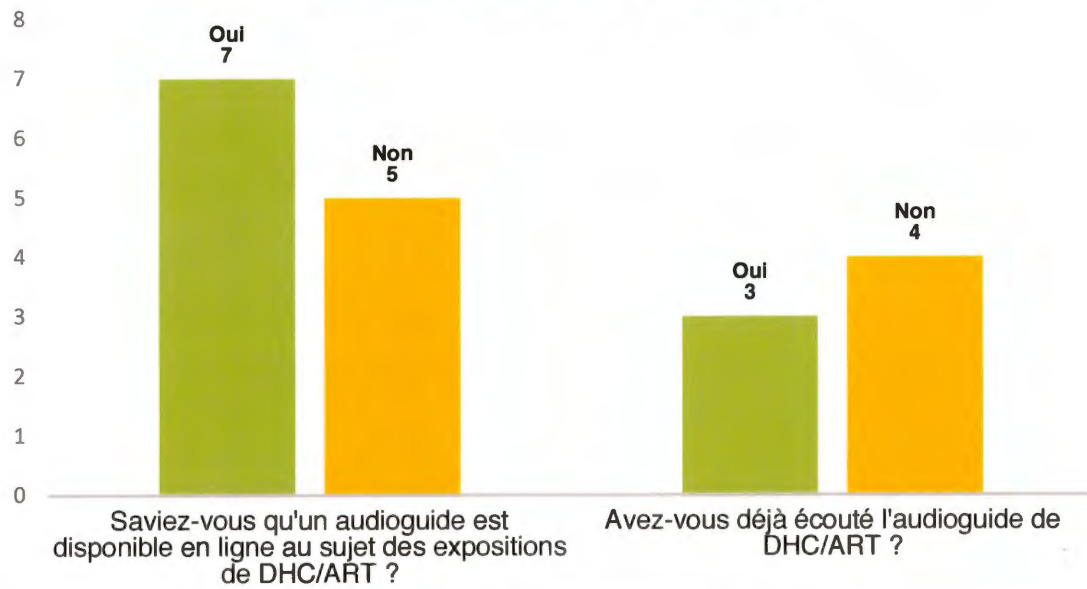
QUELLES INFORMATIONS AIMERIEZ-VOUS TROUVER SUR LE SITE WEB ?	
SITE WEB DE DHC/ART	SITE WEB DU MAC
« Already getting the information I need from the Website »	« Renseignements généraux et renseignements détaillés sur les expositions en cours. »
« What catalogs are being sold and prices »	« The next exhibitions. »
« Background on the artwork (artists, material, description). »	« Plus d'information sur l'artiste et les œuvres. »
« Description is very clear. »	« Il est déjà complet. »
« New exhibition information. »	« J'y trouve déjà toutes les infos dont j'ai besoin. »
« Articles reliés, information sur l'artiste et sur l'institution. »	« More information on the exhibitions and artists. Info on upcoming exhibitions and events. »
« Photos des œuvres, biographie de l'artiste et photos des autres expositions de l'année. »	« Plus d'infos sur les nocturnes. »
« Le site est assez simple, mais complet. Je reçois la newsletter pour m'aviser des nouvelles expositions. »	« Pas mal tout est déjà sur le site Internet. »
« Exposition, analyse. »	« Expositions, info générale, contact. »

« Sur l'artiste et son œuvre, les lieux du DHC, le commissaire. »	« Les prochaines expositions et des articles sur les artistes exposés. »
« Future exhibitions/activities. »	« More direction to these online works. From previously visiting the site, I had zero impression that those were available. »
« Exhibition information – artist bio, images of the show, short explanatory texts. Current/upcoming/past, location, information, hours, about, etc. »	« Rien. »
« J'estime que la version actuelle du site est complète. »	« Les expos prévues, qui ont lieu (dates...). Informations diverses sur les artistes, les œuvres. »
« Activités, évènements, etc. »	« Images des œuvres, contexte social/culturel, info sur les artistes... »
« Le site est déjà complet. »	« Les collections et mots des artistes ainsi que l'enjeu principal ou le sujet de l'exposition. »
« Prochaine exposition – en savoir plus sur l'exposition actuelle. »	« N. d. »
« More links of references of the past exhibition. »	« Information on current exhibitions like description (brief) and biographies of artists. »
	« Practical information about visiting. Information about the exhibition, even interviews with the artist. »
	« Plus d'information à propos des expositions. Liste d'expositions futures. »
	« Upcoming exhibitions (time needed to view them), special events. »
	« Vidéo – interview des artistes. »
	« Books related to the current exhibition. »

Selon les 17 répondants de DHC/ART et les 22 répondants du MAC ayant inscrit une réponse à cette question

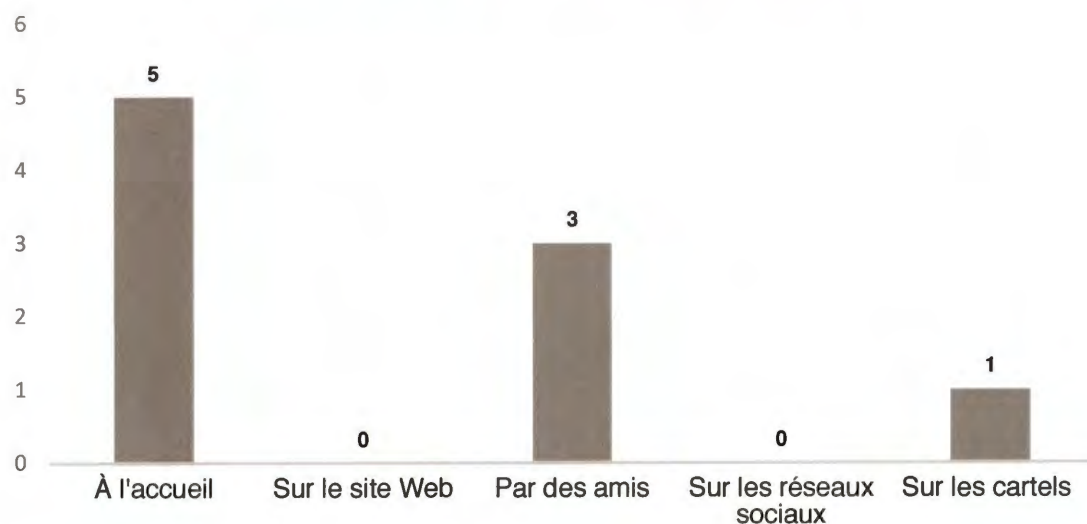
8.4.2 Audioguide – DHC/ART

CONNAISSANCE ET USAGES



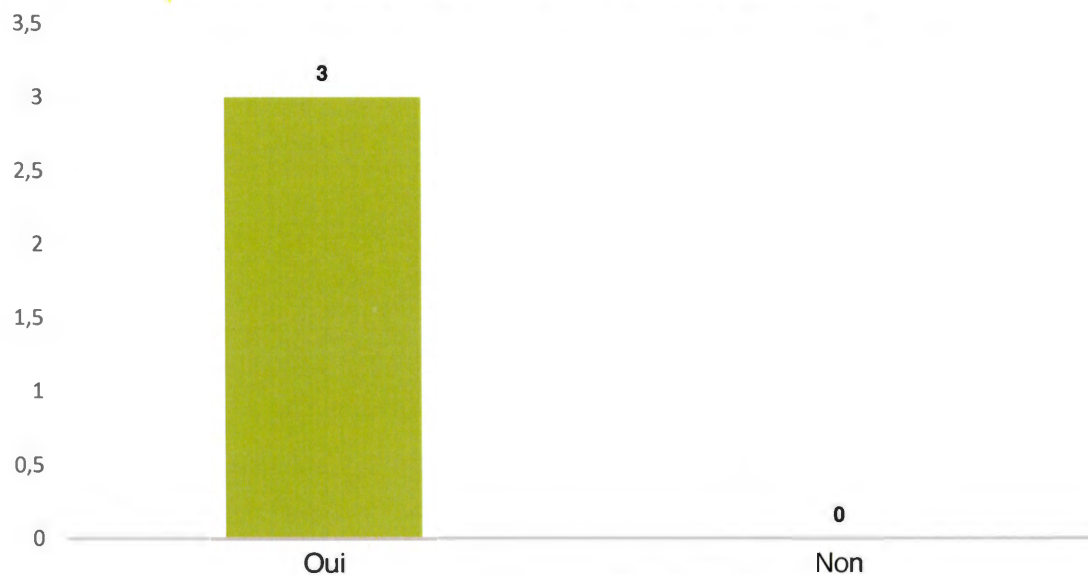
Selon les 12 répondants qui ont déjà visité le site Web

COMMENT AVEZ-VOUS APPRIS L'EXISTENCE DE L'AUDIOGUIDE ?



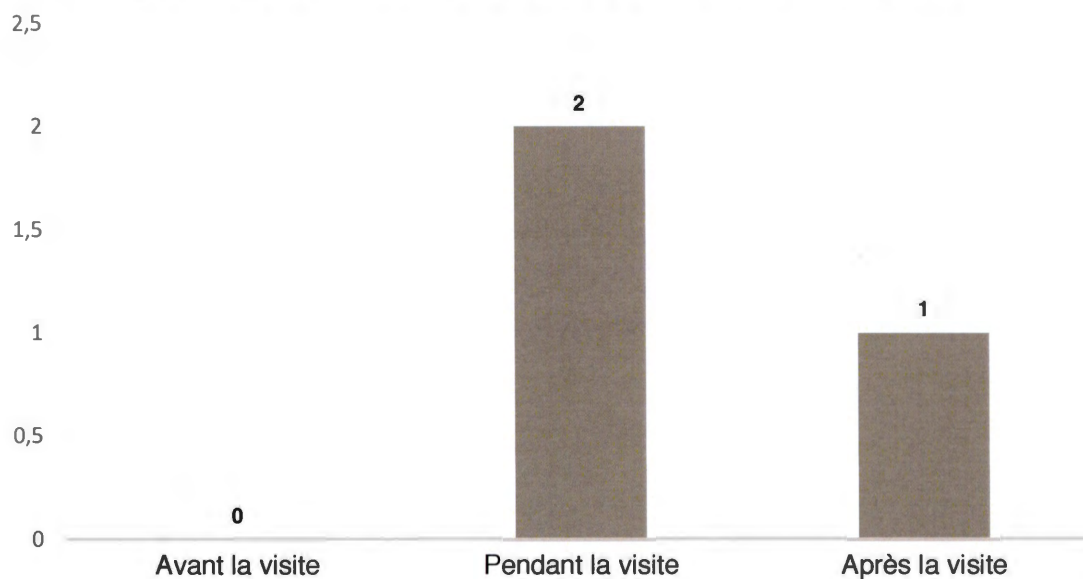
Selon les 7 répondants qui connaissaient l'audioguide

AVEZ-VOUS APPRÉCIÉ L'AUDIOGUIDE ?



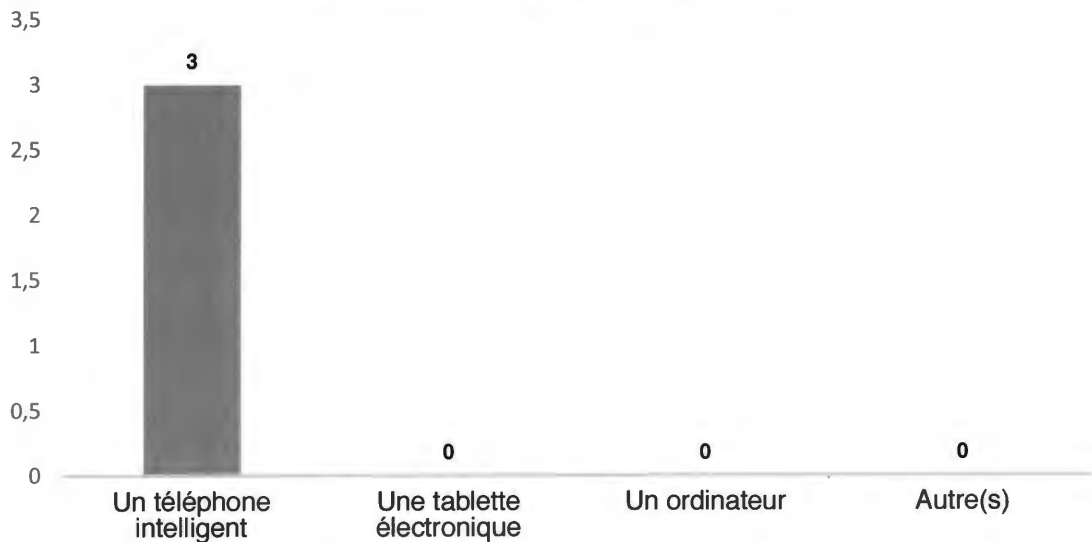
Selon les 3 répondants qui ont écouté l'audioguide

QUAND AVEZ-VOUS ÉCOUTÉ L'AUDIOGUIDE ?



Selon les 3 répondants qui ont écouté l'audioguide

AVEC QUEL APPAREIL AVEZ-VOUS ÉCOUTÉ L'AUDIOGUIDE ?



Selon les 3 répondants qui ont écouté l'audioguide

EN QUOI L'AUDIOGUIDE A-T-IL CONTRIBUÉ À VOTRE EXPÉRIENCE DE VISITE ?

« It is nice to hear the curator's voice guiding through the exhibition. However, I think that I prefer to just get the information from the pamphlet as it is nice to take a break from electronic devices. »

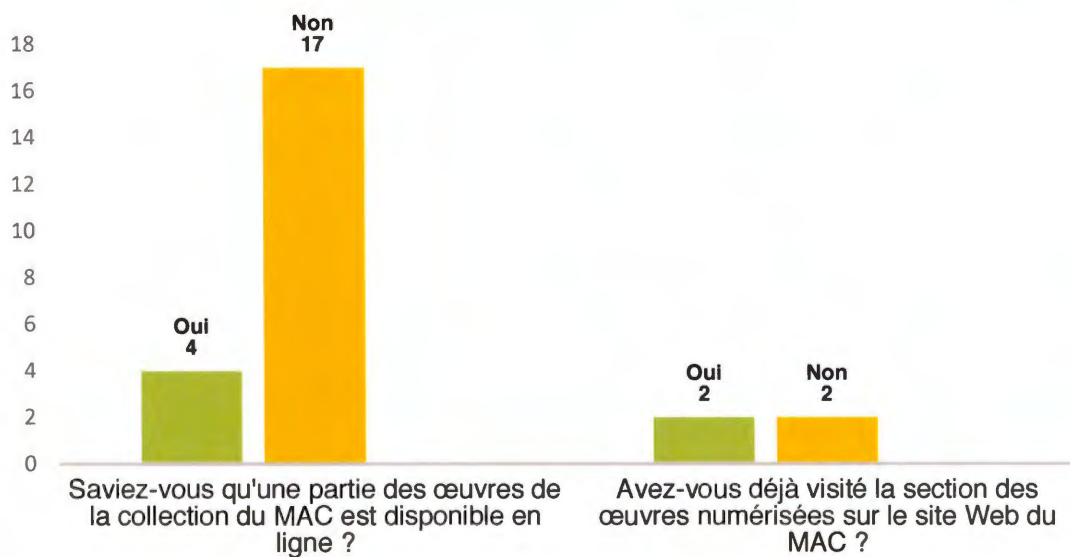
« To get to know arts. »

« Explication claire. »

Selon les 3 répondants qui ont écouté l'audioguide

8.4.3 Collection numérisée et disponible en ligne – MAC

CONNAISSANCE ET USAGES



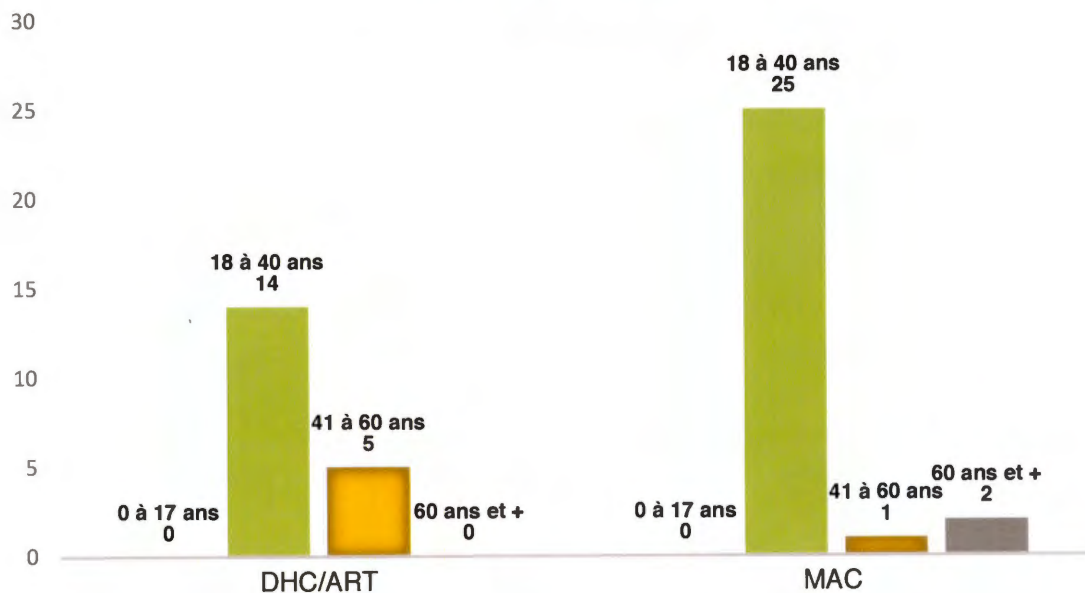
EN QUOI VOTRE EXPÉRIENCE DE VISITE EN LIGNE EST-ELLE DIFFÉRENTE DE VOTRE EXPÉRIENCE RÉELLE AVEC LES ŒUVRES ?

« Pas d'interaction en ligne. Solitude. »

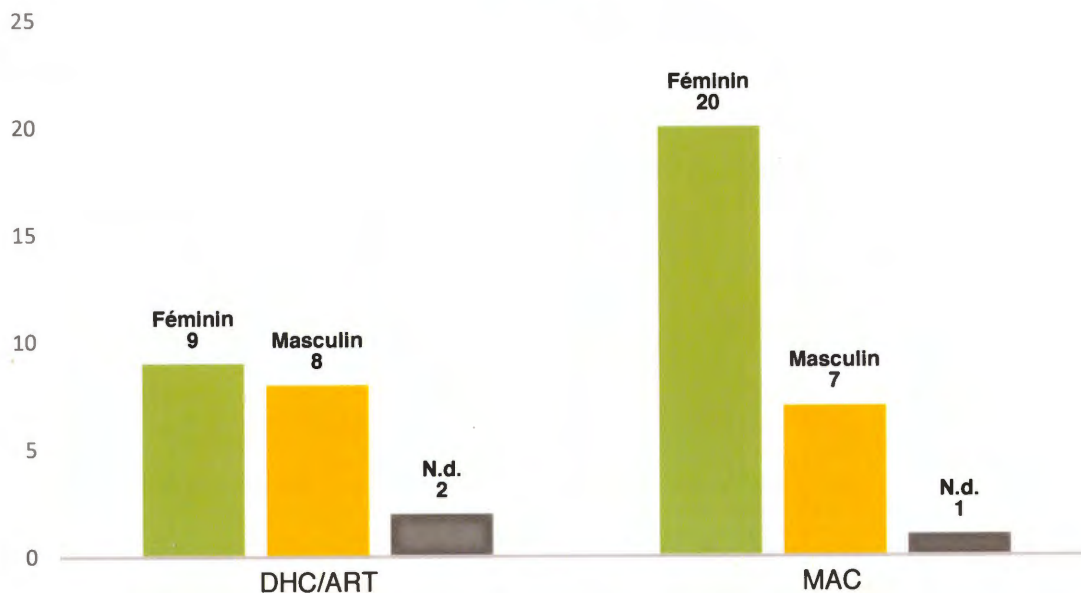
Selon le seul répondant ayant inscrit une réponse à cette question

8.5 INFORMATIONS PERSONNELLES SUR LES RÉPONDANTS ANONYMES

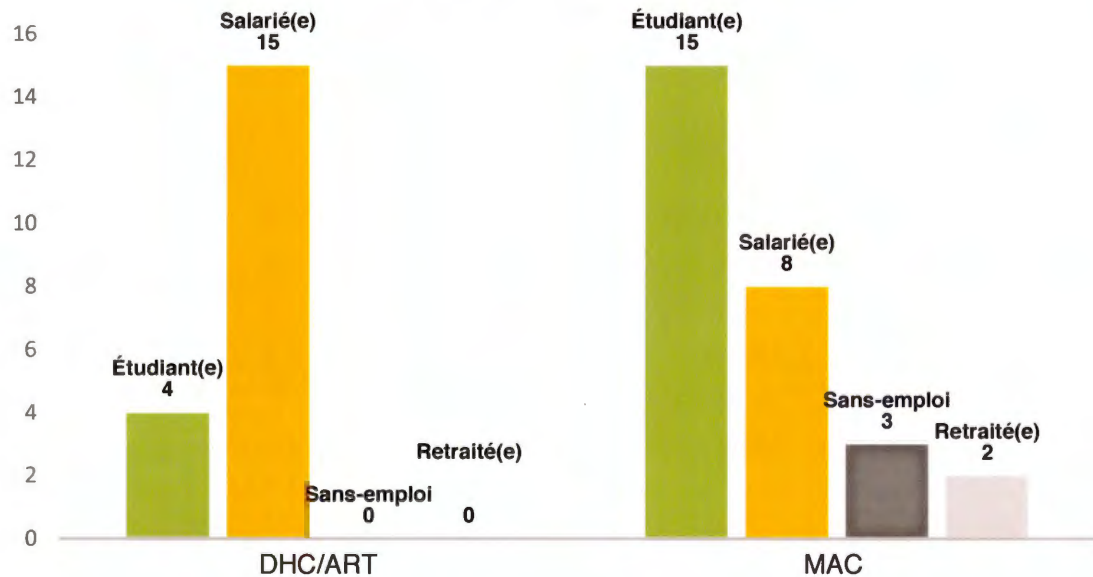
GROUPE D'ÂGE



SEXE



STATUT SOCIAL



REVENU ANNUEL

