

# DIVERSITY DILEMMA:

## Obstacles in Engagement & Representation

Art is a natural outlet to showcase unique perspectives, opinions and creative diversity. There is no one material, size, shape or colour that must be used. But diversity in art stretches beyond the tactile elements we immediately see to the artist, the place and time of creation, as well as the curator and how it is displayed.

BY KAYLEE MADDISON

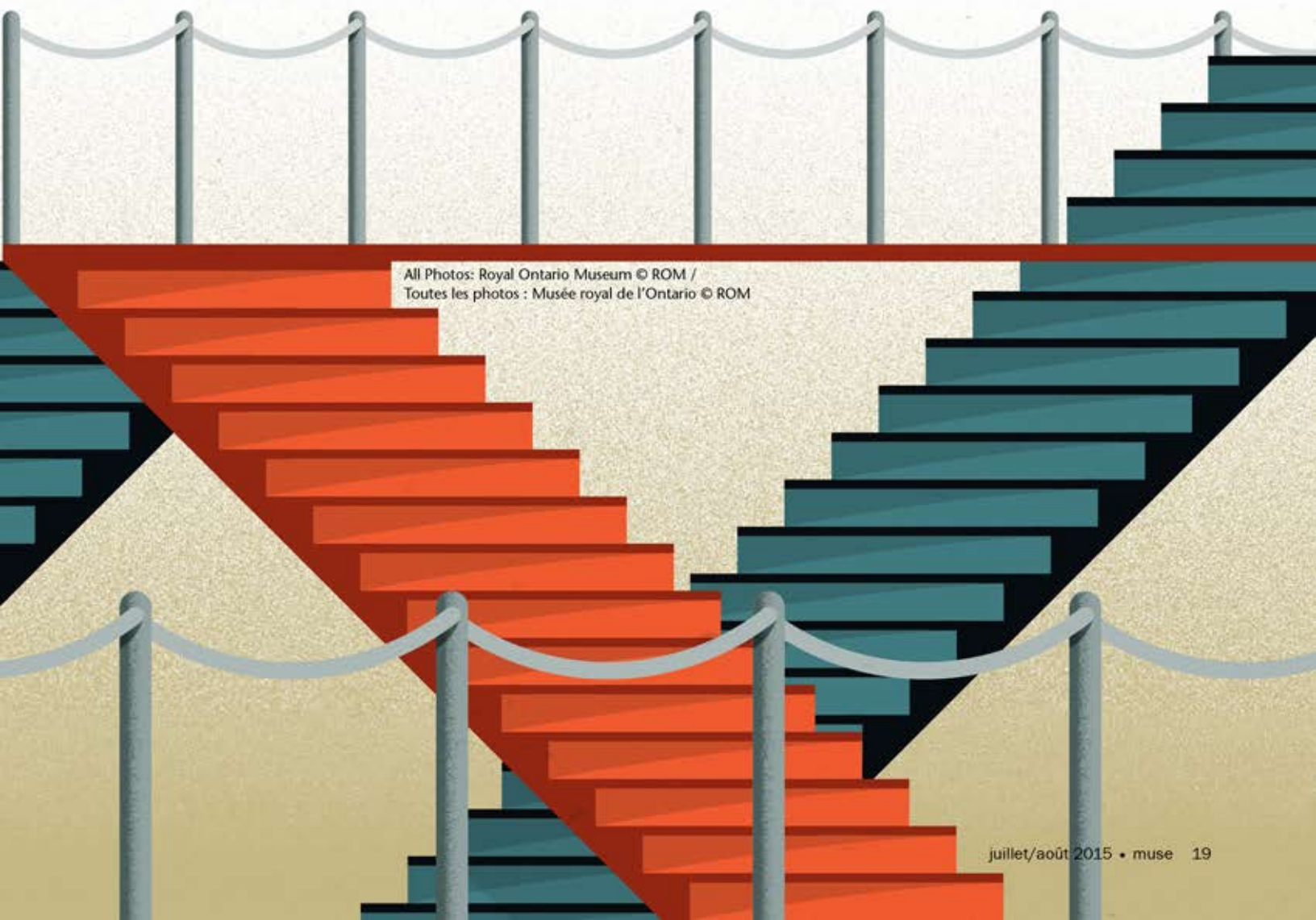


# LA DIVERSITÉ EN QUESTION :

## obstacles à la fréquentation et à la participation

L'art est un formidable vecteur de perspectives originales et de la diversité créative, avec sa panoplie de médiums, de matériaux, de formes et de couleurs. Mais la diversité des expressions artistiques dépasse largement les œuvres qu'il nous est donné de voir. Elle englobe tout autant l'artiste lui-même, le lieu et le moment de la création, ainsi que le conservateur et la façon de présenter les œuvres.

PAR KAYLEE MADDISON



All Photos: Royal Ontario Museum © ROM /  
Toutes les photos : Musée royal de l'Ontario © ROM



Museums and galleries across Canada are slowly becoming places that represent the country's increasingly diverse population. A study by Canadian researchers Hill Strategies, based on a general social survey, revealed that 71 per cent of Canadians attended at least one of five arts activities in 2010 — the activities being art galleries, theater performances, popular music concerts, classical music performances and cultural festivals. This is a significant number given that only about 33 per cent of individuals in the United States attended similar benchmark arts activities in 2012.

Diversity is often connected with culture, but can also be recognized in terms of learning ability, language and age. Although this statistic is encouraging for the Canadian arts scene, the study's main focus of diversity in arts attendance has exposed underlying weaknesses in need of improvement. The study, which is part of a series of statistical insights on the arts, broke down into eight diverse groups: visible minority Canadians; first-generation immigrants; Aboriginal people; Canadians with disabilities; youth, 15 to 24 years of age; seniors, aged 65 or older; and, members of official language minority communities. While some groups were found to have similar attendance rates compared with all other Canadians, the attendance of select groups fell considerably behind. In particular, Canadians with disabilities showed concerning numbers, having lower attendance rates for four out of five of the key activities examined.

Kaylee Maddison is a recent graduate of Carleton University where she studied journalism and art history. She is currently based in Lilongwe, Malawi, completing an internship with Farm Radio International.

Kaylee Maddison est diplômée en journalisme et en histoire de l'art de Carleton University. Elle fait actuellement un stage auprès de Radios rurales internationales à Lilongwe, au Malawi.

De nombreux musées et galeries au Canada se font de plus en plus représentatifs de la diversité croissante de notre population. Selon une étude réalisée par la société canadienne Hill Stratégies, et fondée sur l'Enquête sociale générale de 2010, 71 pour cent des Canadiens ont pris part à au moins une des cinq activités artistiques suivantes : galeries d'art, théâtre, spectacles de musique populaire, concerts de musique classique et festivals culturels. C'est une proportion importante; par comparaison, seulement 33 pour cent des Américains ont participé à des activités artistiques du même ordre en 2012.

La diversité est souvent liée à la culture, mais elle s'inscrit aussi sur les plans de l'apprentissage, de la langue et de l'âge. Il ressort de cette étude portant sur la diversité canadienne et la fréquentation des arts des données encourageantes pour la scène artistique canadienne, mais aussi des lacunes qu'il importe de corriger. Partie intégrante de la série Regards statistiques sur les arts, l'étude se penche sur huit groupes de la diversité canadienne, incluant les Canadiens de minorités visibles, les immigrants de première génération, les autochtones, les Canadiens ayant une incapacité, les jeunes de 15 à 24 ans, les personnes âgées de 65 ans et plus, et les minorités linguistiques officielles. Le taux de fréquentation des arts de certains de ces groupes est semblable à celui des autres Canadiens, mais il est largement inférieur pour certains autres. Les Canadiens ayant une incapacité, plus particulièrement, participent beaucoup moins à quatre des cinq activités étudiées.

ROM Tactile Tour in the Eaton Gallery of Rome. /  
Visite tactile au ROM dans la Galerie Eaton de Rome.



Canada is a country of rapidly growing diversity, which prides itself on multiculturalism, equality and inclusion. This means the barriers that stand between museums and their potential audiences are becoming more and more visible. It must be determined where the barriers preventing minority groups from attending and participating in the arts are constructed and how they can be broken down so that we may see the diversity in our communities reflected in our museums and galleries.

### BRIDGING ACCESSIBILITY

Diversifying audiences means not only opening up access but also enriching experiences and providing opportunities of immersive engagement. Creating such environments of inclusion is a fundamental step in connecting with the disabled population.

According to a 2012 general survey, people with disabilities represent at least 14 per cent of Canada's population. However, only 61 per cent of Canadians with disabilities — broadly defined as "people who often or always experience difficulties due to physical, psychological, emotional or mental conditions" by Hill Strategies — were likely to attend an arts activity in 2010, versus 74 per cent of Canadians without disabilities.

In Canada, surveys have been conducted to examine the motivation for attending arts activities, including art galleries (popular for education and learning), yet no study to date has asked Canadians what proves to be the biggest barriers affecting attendance. However, a survey released the beginning of this year indicated the common obstacles for the first time, the most prevalent of which was accessibility. This includes physical barriers in design for — those with disabilities — as well as the location of the facilities for retirees and the elderly.

ROM American Sign Language (ASL) Interpreted Tour in the Samuel Hall, Currelly Gallery. / Visite interprétée en langue des signes américaine (ASL) dans le Hall Samuel de la Galerie Currelly.



Ontario museums and galleries have begun to tackle the issue of accessibility with the help of the Accessibility for Ontarians with Disabilities Act (AODA), legislation that aims to remove barriers for individuals with disabilities. Since its establishment in 2005, it has provided arts administrators with the resources to allow physical access to museums.

But passionate advocates for museum accessibility and diversity, such as Elizabeth Sweeney, believe that "physical access alone isn't going to be a game changer".

"You need to make sure the physical space is accessible but that's as basic as turning on the lights so your audience can see what you're doing," says Sweeney, who has worked as the disability arts officer at the Canada Council for the Arts and as an accessibility educator at the National Gallery of Canada.

The ROM is one of Canada's leading museums for accessibility, having won several awards for their programming. They offer tactile tours, American Sign Language tours and — following the lead of MoMA — programs for visitors with dementia.

Johanna Contreras, senior advisor of inclusion at the ROM, says that they are continuing to push for greater inclusion beyond physical access, so that those with disabilities are represented not only in attendance but also among their volunteers and staff. She adds that accessibility has to lead as a priority in an organization and be maintained as a core value.

"It is not the role of only one person or department, but the institution," says Contreras.

Ensuring diverse voices are heard from within an organization, not just as a faint whisper from the outside, is a building block Sweeney emphasises as key in attracting minority audiences.

ROM Tactile Tour in the Gallery of Chinese Architecture. / Visite tactile au ROM dans la Galerie d'architecture chinoise.



Le Canada est un pays où le tissu social se diversifie rapidement et qui valorise le multiculturalisme, l'égalité et l'inclusion. Les obstacles qui séparent les musées de leurs publics potentiels sont donc de plus en plus flagrants. Il faut déterminer en quoi ces obstacles freinent la fréquentation et la participation des groupes minoritaires dans le secteur des arts et comment les éliminer de sorte que la diversité de nos collectivités puisse se refléter dans nos musées et galeries.

## FRANCHIR LES OBSTACLES À L'ACCESSIBILITÉ

Faire place à la diversité, c'est non seulement élargir l'accès, mais aussi enrichir les expériences et offrir des occasions d'immersion. La création d'environnements inclusifs est fondamentale pour jeter des ponts entre les arts et la population handicapée.

Selon une enquête générale réalisée en 2012, les personnes handicapées représentent au moins 14 pour cent de la population canadienne. Or, les Canadiens ayant une incapacité — catégorie définie largement par Hill Stratégies comme les personnes ayant souvent ou toujours des difficultés à cause de conditions physiques, psychologiques, émotionnelles ou mentales — étaient moins susceptibles que les autres Canadiens de s'adonner à au moins une des cinq activités artistiques en 2010, soit 61 pour cent contre 74 pour cent.

Au Canada, plusieurs enquêtes ont examiné les facteurs de la fréquentation d'activités artistiques, y compris la visite de galeries d'art (populaires à des fins éducatives et d'apprentissage), mais aucune n'a encore porté sur les principaux freins à la fréquentation. Un rapport publié au début de l'année fait pour la première fois état des obstacles les plus fréquents, les problèmes d'accessibilité figurant en tête de liste. Ceux-ci comprennent les

obstacles physiques ou architecturaux pour les personnes ayant une incapacité, ainsi que l'emplacement des installations pour les personnes retraitées et âgées.

Certains musées et galeries de l'Ontario ont commencé à s'attaquer au problème de l'accessibilité en s'appuyant sur la Loi de 2005 sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario dont le but est d'éliminer les obstacles à la pleine participation des personnes handicapées. Depuis son entrée en vigueur en 2005, la loi fournit aux administrateurs du secteur des arts les ressources nécessaires pour adapter l'accès physique aux musées.

Or, selon Elizabeth Sweeney, qui compte parmi les plus ardents défenseurs de l'accessibilité et de la diversité dans le secteur muséal, « l'accès physique à lui seul ne changera pas la donne ».

« Assurer l'accessibilité des lieux, c'est aussi fondamental qu'ouvrir les lumières pour que le public puisse voir ce que vous lui présentez », affirme Mme Sweeney, qui a exercé les fonctions d'agente, Arts et handicap, au Conseil des arts du Canada et d'éducatrice, Services adaptés, au Musée des beaux-arts du Canada.

Le ROM est l'un des chefs de file des musées canadiens en matière d'accessibilité, ayant remporté plusieurs prix pour sa programmation. Le Musée offre des visites tactiles, des visites en langage gestuel américain, et — reprenant une initiative du MoMA — des programmes pour les visiteurs atteints de démence.

Johanna Contreras, conseillère principale en inclusion au ROM, indique que son équipe travaille activement à favoriser l'inclusion au-delà de l'accès physique, de sorte que les personnes ayant une incapacité soient représentées non seulement au sein des visiteurs, mais également au sein du personnel et des bénévoles.

ROM American Sign Language (ASL) Interpreted Tour in the Prince Takamado Gallery of Japan. / Visite interprétée en langue des signes américaine (ASL) dans le Galerie du Japon du Prince Takamado.



March Break Camp Kids participating in medieval event in Samuel Hall Currelly Gallery. / Enfants du programme Camp de la relâche participant à l'événement médiéval dans le Hall Samuel Galerie Currelly.



Family enjoying the Shreyas and Mina Ajmera Gallery of Africa, The Americas, and Asia-Pacific. / Famille dans la Galerie Shreyas et Mina Ajmera de l'Afrique, des Amériques et de l'Asie-Pacifique.



“We need to ask ourselves how many disabled Canadians are working in museums and do they have access to working in the sector. Do they have access to being content creators and not just recipients of admission,” she says.

## COMMUNITY COLLABORATION

Finding the missing voices from within museums and then adding them into the conversation is a major barrier that is slowly being disassembled, brick by brick. Many Canadian museums and art galleries have begun doing this by bringing in guest curators and connecting with their local communities.

Tania Muir, the program director of cultural resource management at the University of Victoria, points to the authoritative attitudes of past museums as part of the problem.

“Traditionally, a museum speaks from the voice of authority and programs weren’t developed in communication with communities,” she says.

Muir, who previously worked at the Art Gallery of Greater Victoria in both communications and programming, found that fostering relationships with the community should be established early on, with exhibition planning and programming. This grassroots approach would ensure a strong foundation was already laid with a targeted audience once an exhibition reached the marketing stage.

**“I think museums and galleries serve as dynamic spaces for community engagement and it’s no longer possible to tell our cultural stories from a position of authority but rather in consultation,” Muir says. She adds that opportunities need to be provided for “members from diverse cultural groups to take lead roles in being the primary knowledge keepers and educators around objects that may come from their own cultural heritage.”**

To keep up with Canada’s changing demographics, a few museums, including the Art Gallery of Greater Victoria, are teaming up with diverse community members. But is it enough to just be collaborating with diverse “guests” temporarily from time to time?

## CREATING LASTING CHANGE

Though it has been acknowledged that there is a significant lack of diversity among museum and art gallery staffs, limited steps have been taken to change this. Critically looking in the mirror may prove to be the most necessary and significant change needed in order to open up our doors to broader, more diverse audiences. Forming diverse teams has shown to improve communication process and enhance creativity.

Elle ajoute que l’accessibilité doit faire partie des priorités d’une organisation, voire de ses valeurs fondamentales.

« C’est un rôle qui ne relève pas d’une seule personne ou équipe, mais de l’institution au complet », affirme Mme Contreras.

Il faut veiller à ce qu’une diversité de voix s’élève de l’intérieur, outre les vagues chuchotements qui peuvent émaner de l’extérieur. C’est l’assise nécessaire pour attirer les groupes minoritaires, de souligner Mme Sweeney.

« Nous devons nous demander combien de personnes handicapées travaillent dans les musées au Canada et si elles ont tout simplement accès à un emploi dans le secteur. Ont-elles accès à des fonctions de création de contenu, par exemple, ou seulement de préposés à l’accueil », ajoute-t-elle.

## COLLABORER AVEC LA COMMUNAUTÉ

Non seulement faut-il que des voix s’élèvent de l’intérieur des musées, mais aussi qu’elles puissent participer au dialogue. De nombreux musées et galeries d’art canadiens démantèlent lentement les importantes barrières qui s’y opposent en faisant appel à des conservateurs invités et en tissant des liens avec la communauté.

Tania Muir, directrice du programme de gestion des ressources culturelles à l’Université de Victoria, attribue une part du problème à l’attitude autoritaire qui a longtemps caractérisé les musées.

« Les musées se cantonnaient dans leur tour d’ivoire et n’élaboraient pas leurs programmes en consultation avec les communautés », dit-elle.

Selon Mme Muir, qui a antérieurement travaillé aux services des communications et des programmes de l’Art Gallery of Greater Victoria, les musées ont tout intérêt à établir des liens avec la communauté dès le début de la démarche de planification d’une exposition. Ils auront ainsi un accès direct à un public ciblé une fois rendus à l’étape de la commercialisation de l’exposition.

**« Je crois que les musées et les galeries sont des espaces dynamiques de participation communautaire et qu’il n’est plus possible de raconter nos histoires culturelles à partir d’une position d’autorité. Nous devons avoir recours à la consultation », affirme Mme Muir. Elle ajoute qu’il faut permettre aux « membres des divers groupes culturels de jouer leur rôle phare de gardiens des connaissances et d’éducateurs pour les objets qui font partie de leur propre patrimoine culturel ».**

Quelques musées, dont l’Art Gallery of Greater Victoria, ont décidé de s’adapter à l’évolution démographique en faisant équipe avec des membres de divers groupes culturels au sein de la communauté. Cette collaboration occasionnelle avec divers « invités » est-elle toutefois suffisante?



An article from Scientific American titled “How Diversity Makes Us Smarter,” summarized scientific reasoning as to why diverse groups — those of different race, gender, ethnicity, sexual orientation, etc. — are more diligent and hard-working than homogeneous groups. It stated that according to years of research from scientists, psychologists, sociologists and economists, diversity brings together different opinions and perspectives, jolting us into greater innovation and cognitive action. Therefore, diverse groups prove to be better at solving complex problems and better at anticipating alternative viewpoints.

“Our staff, management and boards are mostly white and middle class,” says Jen Budney, a PhD candidate at the University of Saskatchewan, who is researching the barriers faced by Canadian art museums to increase the cultural diversity of their audiences. “In other words, not actually representative of our society.”

No studies to date account for the demographics of museum staff in Canada, but 2009 census data from the American Alliance of Museums recorded that whites made up nearly 80 per cent of the American museum workforce. Although institutions may wish to change, conscious or unconscious resistance makes transformation a battle that must be fought in multiple arenas.

“Art museums are fundamentally very conservative organizations that are interdependent with other institutions that are also resistant to change, like university fine arts programs and the art market itself,” says Budney.

Contemporanea is a California-based intercultural marketing agency and audience engagement consulting practice that has been helping American museums push their own boundaries and engage new cultural audiences since 2003.

“As a field, we are making progress in understanding that the real work towards diversity and inclusion is within an organization,” wrote Salvador Acevedo, the principal of Contemporanea, on the organization’s blog.

Acevedo suggests the question to ask ourselves is not “how do we reach out to new audiences,” but rather “how do we change so we remain relevant when society changes.”

### DIVERSIFYING COLLECTIONS

In efforts to diversify audiences, perhaps the most daunting barrier in need of vital revision lays at the heart of institutions — our collections.

“Our collections are built historically and that history is often problematic,” says Sweeney.

Although museums and galleries are responsible for promoting, preserving and celebrating historic art, artefacts, knowledge and culture, it is important that we try to diversify our acquisition or collections to reflect Canada today, not just what was prized in the past, she says.

### PÉRENNISER LES CHANGEMENTS

En règle générale, le personnel des musées et galeries est très peu diversifié, mais certains de ces établissements ont pris des mesures pour renverser la situation. Un regard critique jeté sur soi pourrait se révéler le changement le plus essentiel et important à apporter afin d’ouvrir grand les portes à une diversité de publics. La formation d’équipes diversifiées est un moyen éprouvé d’améliorer les communications et de stimuler la créativité.

Dans un article du magazine Scientific American intitulé « How Diversity Makes Us Smarter » (La diversité nous rend plus intelligents), on recense les constats scientifiques qui expliquent pourquoi les groupes diversifiés — composés de membres de différents sexes, races, origines ethniques et orientations sexuelles — sont plus consciencieux et assidus que les groupes homogènes. Selon de nombreuses études menées par des scientifiques, des psychologues, des sociologues et des économistes, l’éventail d’opinions et de perspectives qui définit un groupe diversifié mène à de plus amples actions novatrices et cognitives. Les groupes diversifiés se montrent plus aptes à résoudre des problèmes complexes et à laisser émerger des perspectives nouvelles.

« Le personnel, la direction et le conseil d’administration de nos musées sont en majorité composés de blancs de la classe moyenne », affirme Jen Budney, doctorante à l’Université de la Saskatchewan, qui étudie les obstacles que doivent surmonter les musées des beaux-arts au Canada pour accroître la diversité culturelle de leurs publics. « C’est dire qu’ils ne sont pas représentatifs de notre société. »

Il n’y a aucune étude qui fait état de la composition du personnel des musées au Canada, mais une enquête menée en 2009 par l’American Alliance of Museums indique que le personnel des musées aux États-Unis est formé de blancs à 80 pour cent. La volonté de changement qui pourrait se manifester au sein des institutions se heurte cependant à une résistance consciente ou inconsciente à laquelle on doit s’attaquer sur plusieurs fronts.

« Les musées d’art sont des organisations fondamentalement conservatrices en interdépendance avec d’autres institutions tout aussi résistantes au changement, comme les programmes des beaux-arts des universités et le marché de l’art lui-même », dit Mme Budney.

L’agence de consultation californienne Contemporanea, vouée au marketing interculturel et à l’engagement du public, aide les musées américains à repousser leurs limites et à mobiliser de nouveaux publics culturels depuis 2003.

« Dans le domaine, nous comprenons de mieux en mieux que le chemin vers la diversité et l’inclusion se trouve au sein de l’organisation », écrit Salvador Acevedo, directeur de Contemporanea, dans le blogue de l’agence.

Selon M. Acevedo, reste à savoir non pas « comment joindre de nouveaux publics », mais bien « comment changer de manière à conserver notre pertinence au fil de la transformation de la société ».

ROM Tactile Tour in the Gallery of Chinese Architecture. /  
Visite tactile au ROM dans la Galerie d'architecture chinoise.



School children enjoying the James and Louise Temerty Galleries of the Age of Dinosaurs. /  
Écoliers dans les Galeries James et Louise Temerty de l'âge des dinosaures.



ROM Tactile Tour in the Gallery of Chinese Architecture. /  
Visite tactile au ROM dans la Galerie d'architecture chinoise.

**“OUR AUDIENCES AREN'T GOING TO COME THROUGH THE DOOR IF THEY'RE NOT REPRESENTED, IF THEIR VOICE AND STORIES AND EXPERIENCES AND ART FORMS ARE IGNORED AND ABSENT.”**

– Elizabeth Sweeney

**« LES PUBLICS QUI NE SONT PAS REPRÉSENTÉS, ET DONT LA VOIX, L'HISTOIRE ET LES EXPÉRIENCES SONT IGNORÉES ET ABSENTES, NE RISQUENT PAS DE SE POINTER ».**

– Elizabeth Sweeney

A notable finding in the report by Hill Strategies that highlights this barrier was the likelihood of Aboriginal people to visit an art gallery. There was a 10 per cent difference between Aboriginal and Non-Aboriginal people in attendance to galleries, a greater gap than with any other recorded group.

“I do feel there has been a divide between what is identified as Aboriginal art, which is denoted as something more traditional or from the past as opposed to contemporary art,” says Muir. “There are really superb contemporary Indigenous artists that have been excluded from contemporary art conversation.”

Art is a medium that allows for all voices to be represented and projected equally; however, galleries and museums must take note if they are presenting this diversity.

“Our audiences aren’t going to come through the door if they’re not represented, if their voice and stories and experiences and art forms are ignored and absent,” says Sweeney.

On the whole only 36 per cent, or just over one third of Canadians, reported visiting an art gallery in 2010 — of the five activities surveyed only classical music performances had lower attendance. The audience that did attend could be classified as Canada’s elite: white, well-educated and wealthy.

“I think there are multiple, complex dynamics contributing to this situation,” says Budney. “But on some level it simply boils down to the fact that most people do not like what art museums offer.”

## CHALLENGE & OPPORTUNITY

Diversity is complex. It cannot be neatly packed into a one size fits all model or exhibition, but that’s what makes it interesting. It also makes engaging diverse audiences a great challenge. Though we can conceive of the basic building blocks that may bring us a step closer to connecting with audiences, each community and diverse group is unique and therefore, cannot be brought into the museum conversation from only one point of entry. Even if the obstacles to diversification seem daunting, we shouldn’t shy away from the chance to learn from diverse audiences and be changed by them. **M**

## DIVERSIFIER LES COLLECTIONS

Dans nos démarches de diversification, l’obstacle le plus colossal pourrait très bien se situer au niveau de nos collections.

« Nos collections sont fondées sur l’histoire et l’histoire est souvent problématique », dit Mme Sweeney.

Bien que les musées et galeries aient la responsabilité de promouvoir, de préserver et de célébrer l’art, les objets, les connaissances et la culture historiques, ils ne doivent pas moins essayer de diversifier leurs acquisitions ou collections afin de refléter tout autant le Canada contemporain que celui qui s’est illustré dans le passé, dit-elle.

La probabilité de fréquentation d’une galerie d’art par les Autochtones que recense le rapport de Hill Stratégies témoigne clairement de cet obstacle. Il y a un écart de 10 pour cent entre la fréquentation des musées par les Autochtones et par les non-Autochtones, soit l’écart le plus important à ce titre répertorié dans l’étude.

« J’ai le sentiment qu’on a élevé une cloison entre l’art autochtone, considéré comme une forme d’art traditionnelle ou d’antan, et l’art contemporain, dit Mme Muir. Il y a d’extraordinaires artistes autochtones contemporains qui ont été exclus du discours sur l’art contemporain. »

L’art est un médium qui permet la représentation et l’expression égale de toutes les voix; les galeries et les musées doivent en prendre acte.

« Les publics qui ne sont pas représentés, et dont la voix, l’histoire et les expériences sont ignorées et absentes, ne risquent pas de se pointer », affirme Mme Sweeney.

Dans l’ensemble, seulement 36 pour cent des Canadiens — soit à peine plus du tiers — ont indiqué avoir visité une galerie d’art en 2010. Parmi les cinq activités étudiées, seuls les concerts de musique classique ont eu une fréquentation inférieure. Le public qui a pris part à ces événements culturels fait indéniablement partie de l’élite canadienne : blanche, instruite et fortunée.

« Je crois qu’il y a de multiples facteurs complexes qui contribuent à la situation, déclare Mme Budney. Mais pour l’essentiel, on revient au fait que la plupart des gens n’aiment tout simplement pas l’offre des musées d’art. »

## RELEVER LE DÉFI ET SAISIR LES OCCASIONS

La question de la diversité est complexe et n’a pas de solution unique. Impossible de la réduire à un modèle ou à une exposition apte à plaire à tous. Et c’est ce qui la rend intéressante. La mobilisation de publics diversifiés pose un immense défi : nous pouvons définir les pièces maîtresses qui nous rapprocheront pas à pas d’une pluralité de publics, mais pour joindre la diversité de communautés et de groupes qui ont leurs caractéristiques propres, il faut aussi une diversité de points d’accès. Même si les obstacles à la diversification paraissent immenses, nous avons tout intérêt à saisir les occasions d’apprendre et d’évoluer que nous offrent les publics diversifiés. **M**