8.5 Critères pour une médiation culturelle reproductive

Principaux objectifs pour la médiation dans l'institution culturelle:
– L'institution souhaite se mettre en valeur comme un établissement qui rend accessible au public un précieux patrimoine culturel.
– Elle veut ouvrir l'accès à ce patrimoine à un large public.
– Elle souhaite élargir son public, qualitativement et quantitativement, surtout en ce qui concerne le «public de demain».
– Il ne s'agit pas de modifier fondamentalement les contenus et les méthodes existants.

Structure

Conditions-cadre institutionnelles pour ce qui concerne l'infrastructure, l'organisation du personnel, les ressources financières et matérielles:
– Le *personnel de médiation* dispose des compétences thématiques, pédagogiques et éventuellement aussi artistiques requises pour l'offre de médiation (formation et/ou expérience reconnue).
– La *rémunération de la médiation* est adéquate, elle s'aligne au moins sur les tarifs publiés. Le temps réservé à la préparation et au bilan de projet est également rémunéré.
– Il existe un *budget* adéquat pour l'achat du matériel, de l'équipement technique et des outils nécessaires aux offres de médiation. Des ressources sont prévues au cas où l'objectif d'un élargissement des publics est atteint, afin de pouvoir répondre à ce nouvel intérêt.
– Il existe un budget pour des *mesures de soutien* de la médiation reproductive, comme par exemple les études de publics.
– Les *espaces sont propices aux activités* de médiation (par exemple, des salles de travail qui peuvent être salies, des espaces d'entreposage pour les travaux en cours, des places de travail, des places assises, etc.).
– *L'organisation, la coordination et la communication* des offres sont confiées à des professionnels disposant des compétences requises.
– Le temps prévu pour la *planification et l'évaluation* de l'offre est suffisant.
– Les *flux d'information* entre les secteurs de l'institution sont assurés. La médiation a, dès la phase de conception et de planification, un *aperçu* de la production qu'il faudra faire connaître, et elle a également un *droit de regard sur les aspects de la production* qui sont pertinents pour elle (par exemple le programme, la signalétique, l'accessibilité des objets).
– La structure offre la possibilité *d'analyser les processus* avec l'ensemble des personnes impliquées et donc de *développer l'offre de médiation* comme partie intégrante de l'institution.

Processus

Qualité pédagogique, professionnelle, organisationnelle et, éventuellement, artistique de la conception et de la réalisation:

– Le *déroulement* organisationnel de l'offre est transparent et évident pour les participant_e_s.
– Le *concept* de la médiation offre un cadre adéquat pour réfléchir activement aux contenus que l'on veut transmettre, d'une manière originale et en accord avec l'objet, avec un public sans connaissances préalables.
– Le *langage* de la médiation recourt à des registres différents, il témoigne de transparence et d'ouverture d'esprit, de sorte à être accessible à un public hétérogène. La médiation évite d'imiter ou d'emprunter des styles langagiers particuliers (par exemple le «langage des jeunes»). Elle est stimulante, le cas échéant aussi divertissante, mais non banalisante: elle évite, par exemple, de présupposer certaines associations et préférences («cette musique convient tout à fait à une fête d'anniversaire»; «vous avez certainement envie de nous montrer votre tableau préféré»).
– Le *contenu* de la médiation se compose d'un mélange de savoir et de savoir-faire apportés par le_la médiateur_trice, mais aussi des perspectives des participant_e_s. Le contenu du projet doit être structuré de façon à en permettre l'accès à différents niveaux de difficulté et à faire vivre au public un cheminement passionnant entre ce qu'il sait déjà et de nouvelles découvertes.
– *L'attitude* de la médiatrice ou du médiateur se situe entre animation et direction et permet aux participant_e_s de trouver leur propre point de connexion. C'est une attitude empreinte d'intérêt et d'un réel désir de canaliser le savoir et le savoir-faire des participant_e_s pour les mettre à profit dans la situation de médiation.

Résultats

Résultats et effets par rapport aux objectifs formulés:

– Le_la médiateur_trice est très *satisfait_e* de son travail.
– Les *suggestions émises* par les participant_e_s sont utilisées pour développer de nouveaux formats.
– Toutes les personnes impliquées dans l'institution sont *satisfaites de la collaboration entre l'organisation*, la coordination, la production et la médiation; la collaboration se poursuit sur cette base.

– *Le public est très satisfait de l'offre* de médiation; une partie des participant_e_s revient pour profiter d'autres offres comparables, mais de nouveaux segments du public, parfois inattendus, s'y intéressent également.
– Le *nombre de personnes fréquentant* l'institution correspond aux objectifs formulés et a tendance à augmenter. Un nouveau public fréquente l'institution.
– La *documentation du projet* peut être utilisée pour le développement et la promotion de l'offre.
– L'offre contribue sensiblement à *renforcer la visibilité de l'institution* dans l'opinion publique. Elle est activement utilisée par l'institution pour se mettre en valeur.