

'AMICP

l'Association des
Médiatrices
culturel.le.s
professionnel.le.s

L'AMCP fédère et met en synergie les professionnel•le•s (et structures) qui construisent au quotidien les liens entre artistes, œuvres et publics tels que décrits dans la charte de la médiation d'article 27 :

https://bruxelles.article27.be/IMG/pdf/charte_institution_culturelle.pdf

CHARTE

POURQUOI ?

La médiation et l'éducation culturelle et artistique ne peuvent se faire sans les professionnel·le·s qui portent ces volontés de démocratisation et de démocratie culturelle, ni sans les structures qui intègrent dans leur projet ces questions.

Le but est de permettre aux professionnel·le·s de réaliser au mieux cette ambition, en fédérant et structurant un secteur jusqu'alors dispersé, et en favorisant les échanges, le partage, la collaboration, la coopération et l'entraide.

Parce qu'elle réunit de nombreux·ses professionnel·le·s du secteur, nous souhaitons devenir un partenaire des pouvoirs publics pour penser la médiation et pour développer et faire évoluer ses pratiques.

Nous souhaitons participer à la structuration de ce secteur d'activité et intervenir dans la formation continue des médiateurices.



I LES VALEURS

La médiation culturelle s'inscrit dans les valeurs humanistes de nos sociétés démocratiques : égalité, liberté, justice, solidarité. Articulant les relations entre créateur·rices de cultures artistiques et citoyen·nes, la médiation culturelle est un espace de rencontres...

Où l'art peut être posé comme un droit à l'expérience,

Où les intelligences et les perceptions des personnes en présence (artistes/citoyen·nes/médiateur·ices...) s'enrichissent au contact des un·es et des autres,

Où les esprits s'exercent à la critique, où le terme confrontation se connote positivement,

Où les différences culturelles sont l'occasion d'échanges, de décroisement, de sens nouveaux. Face aux diverses pressions exercées sur l'être humain aujourd'hui, la médiation culturelle se conçoit comme un instant de résistance, un temps de plaisir, de joie, de valorisation, d'ouverture, de partage pour laisser place au bien-être, au vivre ensemble, à la transformation...

II LES ENJEUX

La médiation culturelle combine plusieurs objectifs :

- **inciter** à la démocratie culturelle en valorisant la diversité des expressions et des formes de création, et en favorisant la participation des publics à la création
- **participer** à la démocratisation culturelle en donnant accès à l'art et la culture aux publics les plus larges
- **favoriser** la construction de liens au sein de la société
- **contribuer** à l'épanouissement des personnes.

A| POUR LES PUBLICS

- **Rappeler** que nous sommes tou·tes médiateur·ices culturel·les, tou·tes porteur·euses de savoir et de savoir-faire
- **Renforcer** et défendre une politique d'ouverture aux publics au sein des institutions culturelles
- **Décentrer** et désacraliser les institutions culturelles / Impliquer l'Institution culturelle dans son ensemble / Défendre la nécessité d'y consacrer du temps et des moyens / Proposer des tarifs adaptés aux publics en situation précaire.
- **Inviter** les personnes à investir pleinement et librement leur culturalité: Créer/susciter l'intérêt des publics / Faire en sorte que la parole et la créativité des gens émergent / Créer des espaces pour rencontrer les publics / Favoriser la prise de décision par les publics / Multiplier les occasions pour les publics de ressentir des émotions.
- **Défendre** les valeurs de démocratie culturelle

B| POUR LES MÉDIATEURICES

- **Participer** à la structuration de ces professions au niveau de la Fédération Wallonie-Bruxelles: créer et prendre part à une structure qui renforce et défend la profession
- **Affirmer** l'identité professionnelle de ses membres, promouvoir leurs compétences et faire valoir leur expertise dans l'objectif d'identifier, de nommer et de faire valoir la fonction de médiatrice culturelle à sa juste valeur auprès des directions, des collobarateur·rices, au sein et au dehors des institutions culturelles.
- **Contribuer** à la réflexion sur les missions qui sont confiées à ses membres, aux évolutions et à l'enrichissement de celles-ci
- **Collaborer** à la formation professionnelle de ses membres et élaborer des

temps de rencontre et de formation à destination des professionnel·le·s de ce secteur

- **Établir** et développer des liens réguliers et durables entre ses membres, dans une logique d'entraide et de solidarité
- **Constituer** un espace d'échange et de travail pour les professionnel·le·s de la médiation et des relations avec les publics: retours d'expériences, mise en place d'action communes concrètes
- **Faciliter** les actions conjointes avec l'ensemble des professionnel·les concerné·es par des sous- groupes de travail, de manière à ce que chaque membre n'ait pas à s'investir dans chaque action/ réflexions portée et soutenue par l'ASBL

C| POUR LE POLITIQUE

- **Être** un·e interlocuteur·trice privilégié·e des pouvoirs publics sur les questions liées à ces professions
- **Œuvrer** à la visibilité des actions de médiation dans le milieu artistique et à leur rayonnement dans les autres secteurs

D| POUR LES ARTISTES

- **Sensibiliser** et former les artistes aux enjeux de la médiation
- **Accompagner** les artistes dans les démarches de médiation à destination des publics
- **Sensibiliser** les directions aux enjeux de la médiation pour qu'elles soient plus attentives/ouvertes aux artistes impliqué·es (inclure les médiatrice·ices dans l'élaboration de la programmation...)



III DÉFINITION ET POSTURE DES MÉDIATEURICES

QUI SONT LES PROFESSIONNEL·LES DE LA MÉDIATION ?

Médiateur·trice, médiateur·trice culturel·le, chargé·e des publics (scolaires, associatifs, quartier, publics jeunes...), responsable du service des publics, chargé·e de programmation culturelle et des activités culturelles, animateur·trice pédagogique, chargé·e d'accueil... Tous ces noms de postes désignent des professions dans le champ de l'artistique et du social, qui élaborent et mettent en œuvre des actions qui favorisent la rencontre des publics avec une diversité d'expériences artistiques (œuvres, lieux, artistes et pratiques artistiques).

Les professionnel·les de la médiation exercent des missions variées, en relation avec une grande diversité de personnes qui vont de la petite enfance au troisième âge, des néophytes aux amateur·trices, des publics occasionnels ou réguliers, aux publics précarisés ou en situation de handicap, avec pour objectif de mettre en dialogue les œuvres et les personnes, à travers les démarches créatrice et sociale des artistes, des publics et des travailleur·euse qu'ils soient issus des milieux scolaire, associatif ou autre.

LES POSTURES DES MÉDIATEURICES

Porteur·euse de la connexion culturelle de son institution culturelle, le·la médiatrice agit en connexion avec son institution, les artistes, les organismes sociaux et les publics

- Dans la déconstruction des a priori
- Dans la compréhension des enjeux et des attentes de chacun·e
- Dans la construction des liens entre tou·tes (temps de réflexion, liens interpersonnels...)

Iel cherche une harmonie entre l'atteinte des objectifs de son institution et ceux des publics/associations. Iel est porte-parole de son institution auprès des publics/associations et vice-versa. Pour ce faire, iel capitalise ses découvertes et les restitue. Iel construit des carrefours de rencontres.

La posture relationnelle :

- Faire preuve d'ouverture et de mobilité (se déplacer dans les associations, écoles...)
- Être à l'écoute des situations humaines, sociales et institutionnelles (le rythme des publics n'est pas le même que celui des institutions culturelles)
- Développer son action en réseau

La posture pédagogique :

- Faire émerger les attentes des publics pour adapter ses approches (prendre le temps de la discussion, de la rencontre mutuelle)
- Travailler sur les représentations réciproques des acteur·rices en place
- Analyser les contextes sociaux, territoriaux,...
- Décoder la matière culturelle artistique
- Organiser des projets participatifs

La posture communicationnelle :

- Adapter son discours et celui de son institution
- Développer des outils de communication ciblés
- Animer un groupe
- Soutenir et concerter les collègues, les artistes et les publics autour de projets communs