

Portrait des organismes pratiquant la médiation culturelle au Saguenay-Lac-Saint-Jean

1

CONSTANZA CAMELO
MARCELLE DUBÉ
DANIELLE MALTAIS

AVEC L'ASSISTANCE DE
CAMILLE PERRY
ARIANE ROUSSEAU-DUPONT

1^E AVRIL 2016

Objectifs de la recherche

2

Étude en trois phases:

1) Réaliser le portrait des initiatives de médiation culturelle au Saguenay-Lac-Saint-Jean

2) Dresser la cartographie de la médiation culturelle sur le territoire

3) Diffuser les connaissances produites au sein des instances intéressées par la médiation culturelle et auprès de la population par divers moyens (exemples des capsules vidéo, site web, etc.)

Définition proposée de la médiation culturelle

3

À la jonction du culturel et du social, la médiation culturelle déploie des stratégies d'intervention – activités et projets – qui favorisent dans le cadre d'institutions artistiques et patrimoniales, de services municipaux ou de groupes communautaires, la rencontre des publics avec une diversité d'expériences. Entre démocratisation et démocratie culturelles, la médiation culturelle combine plusieurs objectifs : donner accès et rendre accessible la culture aux publics les plus larges, valoriser la diversité des expressions et des formes de création, encourager la participation citoyenne, favoriser la construction de liens au sein des collectivités, contribuer à l'épanouissement personnel des individus et au développement d'un sens communautaire

Outil de collecte des données

4

Questionnaire comprenant 26 questions fermées et 7 ouvertes

Thèmes abordés:

- 1) Caractéristiques des répondant.e.s
- 2) Caractéristiques des organismes
- 3) Conception, motifs et objectifs de la MC
- 4) Initiatives/activités/pratiques de la médiation culturelle
- 5) Publics ciblés
- 6) Financement des activités de MC

Étapes de la collecte des données

5

1^e temps: (mi-mars 2015)

- Envoi du questionnaire par courriel

2^e temps: (19 mars au 15 avril 2015)

- Appel téléphonique aux organismes sur notre liste soit pour compléter le questionnaire ou fixer une date pour réaliser cette étape.

Taux de réponse et taux de participation

6

Taux de réponse : 63,1 %

Taux de participation: 70,6 %

• Groupes sollicités: 103

• Groupes rejoints: 92

• Non-rejoints: 11

• Non rejoints, refus de participer: 20

• Ne font pas de MC: 7

• **Échantillon:** 92

• **Total de répondants:** 65

Qui a participé à l'enquête ?

7

	Nombre	%
Sexe: (n=64)		
Femme	48	73,8
Homme	16	24,6
Fonction (n=65)		
Direction	27	41,5
Coordonnateur	11	16,9
Président/membre du CA	10	15,4
Artistes, professionnels de la culture	9	13,8
Conseiller/agent/chargé de projet	4	6,2
Intervenant du réseau de la santé	3	4,6
Pas de réponse	1	1,5

Nombre d'années à l'emploi

8

	Nombre	%
Moins d'un an	4	6,1
Entre 1 et 5 ans	23	35,4
Entre 6 et 10 ans	18	27,7
Entre 11 et 15 ans	10	15,4
Entre 16 et 20 ans	2	3,1
21 ans et +	8	12,3

Statut des organismes et nombre d'employés

9

	Nombre	%
Statut des organismes:		
OBNL	51	78,4
Institutionnel	7	10,8
Privé	4	6,2
Coopératif	1	1,5
Pas de réponse	3	4,6
Nombre d'employés (temps plein):		
Aucun	19	29,2
Entre 1 et 4	31	47,2
Entre 5 et 8	6	9,2
Entre 9 et 12	4	6,2
80 et plus	4	6,2
Pas de réponse	1	1,5

Dans quelles MRC se situent les organismes ?

10

	Nombre	%
Ville Saguenay	34	52,3
Lac-Saint-Jean est	15	23,1
Domaine-du-Roy	9	13,8
Fjord-du-Saguenay	7	10,8
Maria-Chapdelaine	1	1,5

Dans quelle municipalité se situent les organismes ?

11

- Les plus souvent nommées:

Saguenay
n=35

Alma
n= 14

Roberval
n= 5

Anse-
St-Jean
n=2

Les autres municipalités nommées une fois

12

Au Saguenay

- Bégin
- St-Ambroise
- Rivière-Éternité
- Saint-Félix d'Otis

Au Lac-Saint-Jean

- Saint-Prime
- Chambord
- Mashteuiatsh
- La Doré
- Péribonka
- St-Félicien

Niveau d'intervention

13

	Nombre	%
Local et régional	39	60,0
Local	18	27,7
International	10	15,4
Provincial	6	9,2
Régional	3	4,6
National	2	3,1

Trois mots-clés pour définir la médiation culturelle

14

- Rencontre
- Accessibilité
- Transmission
- Création
- Vivre ensemble
- Art et culture
- Public
- Développement de l'artiste et de son art
- Profession/Métier
- Résultats: proximité, rassemblement, réciprocité, etc.

La médiation culturelle procure et permet:

15

- La proximité,
- le rassemblement,
- la réciprocité, l'entraide,
- la convivialité,
- l'épanouissement,
- la liberté d'expression,
- l'égalité,
- le nivellement par le haut,
- la passion,
- l'émotion,
- le plaisir,
- l'envoûtement et la fascination.

Motivations à faire de la MC

16

Assurer un dynamisme culturel

Développer/Élargir les publics

Favoriser la participation des publics et l'engagement citoyen

Démocratiser la culture et l'art

Favoriser l'intégration sociale/le bien-être des personnes / Consolider le tissu social

Transmettre les savoirs/savoir-faire/savoir-être/savoir-dire

Répondre à la mission de l'organisme

Sensibiliser les publics aux arts et à la culture

Développer de nouveaux outils/pratiques/méthodes de travail

Répondre aux besoins/demandes du milieu culturel

Répondre aux besoins/demandes des communautés

Travailler en partenariat/ concertation/réseau

Développer un art / pratique engagée

Les objectifs visés par la MC

17

- Favoriser le dynamisme culturel / Diffuser et promouvoir la culture/Faire découvrir
- Éduquer / Transmettre des connaissances sur l'art et la culture/Faire connaître
- Sensibiliser
- Favoriser la rencontre entre les publics et les artistes, la création et les cultures
- Développer, diversifier et fidéliser les publics
- Démocratiser les arts et la culture
- Renforcer le pouvoir d'agir des individus
- Favoriser la démocratie culturelle
- Favoriser le mieux-être
- Valoriser les arts et la culture
- Développer des savoirs et des méthodologies
- Favoriser la création de liens sociaux

Parenté entre Motivations et Objectifs

18

- Assurer un dynamisme culturel
- Transmettre des savoirs/ des connaissances
- Sensibiliser les publics à l'art/Faire connaître l'art
- Démocratiser la culture et l'art
- Élargir/Développer des publics
- Favoriser l'intégration sociale/ l'empowement des individus
- Développer des nouveaux outils, des pratiques, des méthodologies

Nombre d'années de pratique en médiation culturelle

19

	Nombre	%
Moins d'un an	2	3,1
Entre 1 et 5 ans	22	33,8
Entre 6 et 10 ans	15	23
Entre 11 et 15 ans	4	6,2
Entre 16 et 20 ans	3	4,6
21 ans et +	17	26,2
Pas de réponse	2	3,1

Type d'organisme et années de pratique

20

- Parmi 17 organismes qui pratiquent la médiation culturelle depuis 21 ans ou plus, 16 d'entre eux sont des OBNL.
- La plupart des organismes institutionnels ou privés ont développé des activités de médiation culturelle depuis 10 ans ou moins.

Mots-clés définissant les pratiques de MC

21

Des pratiques qui :

- fournissent une accessibilité
- mettent en relation et qui favorisent les liens
- fabriquent du vivre ensemble
- font appel à l'art et la culture
- misent sur le développement
- portent une attention vers les publics
- développent une citoyenneté pro-active

Mots-clés définissant les pratiques de MC (suite)

22

Des pratiques qui :

- favorisent la transmission, la communication
- façonnent le statut et le rôle du médiateur/ médiatrice
- mettent de l'avant des activités qui sont innovantes
- valorisent la création et la créativité
- développent la collaboration

Des pratiques qui ont :

- une portée sociale
- un but éducatif important

Les pratiques de médiation culturelle procurent:

23

- Le partage, la générosité, l'échange,
- la convivialité,
- l'égalité,
- la liberté,
- le respect,
- la spontanéité,
- le ludique, l'humour,
- le toucher, le goûter,
- le sensible,
- le bonheur,
- la réussite, la satisfaction.

À qui fait-on appel pour réaliser des activités de MC?

24

Intervenants	Nombre	%
Artistes professionnels	40	61,5
Bénévoles	21	32,3
Professionnels de la culture	17	26,2
Médiateurs culturels	17	26,2
Animateurs socioculturels	16	24,6
Artistes	15	23,1
Enseignants	14	21,5
Intervenants sociaux	10	15,4
Guides animateurs	5	7,7
Usagers	1	1,5
Autres	4	6,2

Statut des intervenants qui font de la MC

25

	Nombre	%
Travaillent:		
Temps partiel	42	64,6
À contrat	33	50,8
Temps plein	15	23,1

Les principaux collaborateurs

26

	Nombre	%
Institutions gouvernementales	51	78,5
Artistes professionnels	42	64,6
Organismes communautaires	40	61,5
Artistes	28	43,1
Compagnies et/ou entreprises privées	22	33,8
Organismes culturels	12	18,5
Coopératives et/ou entreprises d'économie sociale	11	16,9
Consultants externes	4	6,2
Aucun collaborateur	4	6,2
Conseils de bande	2	3,1
Autres	2	3,1

Les collaborateurs en fonction du type d'organisme

27

- Les **organismes institutionnels** travaillent en ordre d'importance avec les organismes communautaires et les institutions publiques suivis par les artistes professionnels ou non professionnels
- Les **OBNL** privilégient surtout les institutions gouvernementales et les artistes professionnels suivis par les organismes communautaires
- Les **OBNL** sont les seuls à avoir les Conseils de bande comme collaborateurs, mais cette réalité demeure une pratique marginale utilisée que par seulement deux OBNL

Champs disciplinaires des activités de MC

28

Champs	Nombre	%
Arts visuels	30	46,2
Théâtre	26	40,0
Patrimoine et muséologie	24	36,9
Littérature	21	35,4
Arts multidisciplinaires	19	29,2
Musique	19	29,2
Cinéma et vidéo	17	26,2
Danse	14	21,5
Métiers d'art	14	21,5
Arts numériques	11	16,9
Design	4	6,2
Culture scientifique	2	3,1
Toutes ces réponses	3	4,6
Autres	3	4,6

Champs disciplinaires en fonction du type d'organisme

29

- Les principaux champs disciplinaires d'intervention des organismes institutionnels sont: la littérature et la musique suivi par la danse.
- Les principaux champs disciplinaires des OBNL demeurent les arts visuels, le théâtre ainsi que le patrimoine et la muséologie.

Dans quelles MRC ont lieu les activités de médiation culturelle ?

30

Situation géographique des organismes

- Ville Saguenay: 52,3 %
- Lac-Saint-Jean est: 23,1 %
- Domaine-du-Roy: 13,8 %
- Fjord-du-Saguenay: 10,8 %
- Maria-Chapdelaine: 1,5 %

Déploiement des activités de médiation culturelle

- Ville Saguenay: 59,4 %
- Lac-Saint-Jean: 39,1 %
- Domaine-du-Roy: 32,8 %
- Fjord-du-Saguenay: 29,7 %
- Maria-Chapdelaine: 12,5 %

Lieux où se réalisent les activités de médiation culturelle

31

	Nombre	%
Locaux de l'organisme	40	61,5
Écoles	36	55,4
Évènements socioculturels (festival, etc.)	33	50,8
À l'extérieur (parc, rue, nature, etc.)	29	44,6
Bibliothèques	27	41,5
Salles de spectacle	27	41,5
Organismes communautaires	21	32,3
Musées	20	30,8
Centres d'artistes	12	18,5

Autres lieux où se réalisent les activités de médiation culturelle

32

	Nombre	%
Espaces commerciaux	7	10,8
Établissement de santé et de services sociaux	7	10,8
Galleries d'art	4	6,2
Espaces publics, communautaires ou virtuels	4	6,2
Milieus de vie	4	6,2
Milieus de travail/entreprises	3	4,6
Espaces sportifs	1	1,5

Méthodes et dispositifs de la médiation culturelle

33

Formes	Nombre	%
Atelier	45	69,2
Diffusion	42	64,6
Rencontre	40	61,5
Sensibilisation	36	55,4
Activité pédagogique	35	53,8
Création d'une œuvre	34	52,3
Promotion	33	50,8
Formation	16	24,6
Débat	4	6,2
Toutes ses formes	8	12,3
Autres	9	13,9

Nombre d'activités de médiation culturelle

34

Nombre d'activités	Nombre	%
1 à 9	33	50,8
10 à 19	13	20,0
20 à 29	3	4,6
30 à 39	5	7,7
40 à 49	2	3,1
50 et +	8	12,3
Pas de réponse	1	1,5

Fréquence des activités de MC

35

Fréquence	Nombre	%
À tous les jours de la semaine	4	6,2
À toutes les semaines	19	29,2
À tous les mois	17	26,2
Occasionnellement	17	26,2
Une fois par année	5	7,7
Autres	2	3,1
Pas de réponse	1	1,5

Publics rejoints

36

	Nombre	%
Enfants	10	15,6
Adolescents	20	31,3
Adultes	24	37,5
Familles	11	17,2
Aînés	20	31,3
Toutes ces réponses	31	48,4

Groupes d'âge rejoints

37

	Nombre	%
Âge:		
0-5	6	9,2
6-12	18	27,7
13-17	21	32,3
18-25	24	36,9
26-64	28	43,1
65 et +	25	38,5
Tous les groupes d'âge	29	44,6

Publics spécifiques ciblés

38

	Nombre	%
Oui	40	61,5%
Non	25	38,5%

Les publics spécifiques ciblés

39

- **Jeunes**
 - **Divers types d'étudiants**
 - **Personnes à faible revenu/Adultes peu scolarisés**
 - **Aînés**
 - **Handicap intellectuel ou physique**
- Femmes
 - Familles/Familles défavorisées
 - Immigrants
 - Enfants
 - Personnes avec problème de santé mentale/de dépendance
 - Milieu des affaires
 - Communautés autochtones
 - Artistes/artistes émergents
 - Groupes communautaires
 - Intervenants culturels locaux et régionaux
 - Citoyens éloignés des lieux culturels (non-publics)

Nombre annuel de personnes rejointes par la MC

40

	Nombre	%
49 et moins	8	12,3
De 50 à 199	8	12,3
De 200 à 999	10	15,4
De 1000 à 9 999	28	43,1
10 000 et +	7	10,8
Pas de réponse	4	6,2

41

Financement des activités de médiation culturelle

Sources de financement des activités de MC

42

	Nombre	%
Fonds publics provinciaux	36	55,4
Fonds publics municipaux	33	50,8
Autofinancement	16	24,6
Fonds publics fédéraux	15	23,1
Budget de fonctionnement/fonds de roulement	12	18,4
Entreprises privées	11	16,9
Organismes philanthropiques	8	12,3
Organismes communautaires	4	6,1
Fonds parapublics	3	4,4
Autres	5	7,7
Ne sait pas/pas de réponse	2	3,2

Demandes spécifiques pour réaliser des activités de MC

43

	Nombre	%
Oui	39	60,0
Non	26	40,0

% du budget total consacré aux activités de MC

44

	Nombre	%
Moins de 10 %	19	29,2
De 10 à 24 %	7	10,8
De 25 à 49 %	6	9,2
De 50 à 74 %	5	7,7
De 75 à 99 %	4	6,2
100 %	7	10,8
Pas de réponse	17	26,2

45

Questions sur les données présentées ?

46

Quelques pistes de réflexion