

MÉDIATION MUSICALE

UN GUIDE

Un outil destiné aux personnes et institutions qui pratiquent la médiation musicale, élaboré par Médiation Culturelle Suisse

Le guide de la médiation musicale offre un choix de notions que les médiateurs peuvent utiliser librement afin de situer leurs projets. Il s'agit par là de contribuer à la professionnalisation de ce nouveau champ. Ce guide pratique met par ailleurs en évidence la variété des projets de médiation musicale.

La médiation musicale s'adresse à des publics-cible diversifiés et concerne tous les genres musicaux. Nous tenons à mentionner ce fait explicitement, car la médiation musicale est souvent associée à la musique classique et au jeune public. C'est pourquoi nous proposons des exemples fictifs d'actions.

Le guide permet à son utilisateur d'engager une réflexion sur sa pratique de médiation musicale. Il l'aide à évaluer ses exigences, ce qui constitue une condition pour une médiation musicale de qualité. La personne qui analyse son projet en fonction des catégories proposées sera à même de le décrire, que ce soit dans le cadre de sa communication auprès du public, d'un éventuel employeur ou d'un bailleur de fonds.

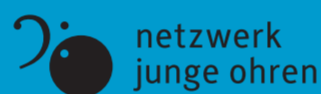
Contenu :

- ✓ 5 catégories permettant de situer le projet
- ✓ Courts textes descriptifs
- ✓ Exemples fictifs d'actions
- ✓ Au verso : guide à compléter

A propos des 5 catégories :

Les 5 catégories sont présentées sous forme de condensé. Elles constituent une proposition qui peut être complétée en fonction de chaque situation. Les catégories se réfèrent aux questions Pourquoi ? Quoi ? Comment ? Pour qui ? Qui ? (Où ?). Chaque catégorie est présentée sous forme de mots-clé : ainsi formulées, elles devraient permettre d'approfondir la réflexion de manière individuelle.

Une initiative de :



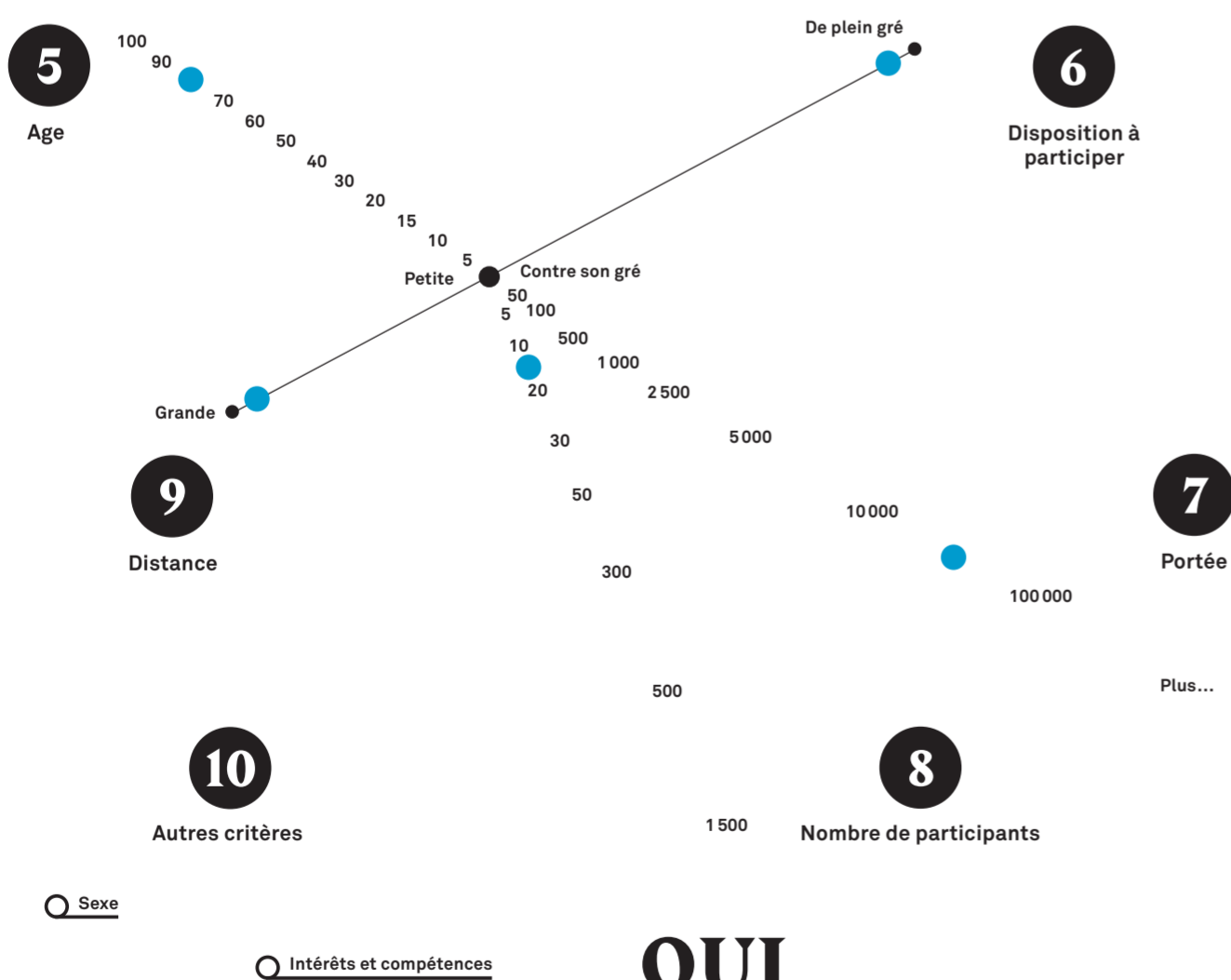
POUR QUI

Les projets de médiation culturelle s'adressent souvent simultanément ou de manière séquentielle à plusieurs publics-cible. Le choix présenté ici se concentre sur 5 critères principaux : l'âge (5), la disposition à participer (6), la portée (7), le nombre de personnes directement impliquées ou auxquelles on s'adresse (8), la distance entre le public-cible et l'objet de la médiation (9). D'autres critères peuvent être ajoutés (10) selon les besoins.

A qui s'adresse le projet ?

Quel autre public est également touché ?

Exemple : Atelier de hip-hop dans un EMS suivi d'une émission radio (voir points bleus de 5 à 10).



QUI

Le fait qu'une personne se positionne en tant que médiateur musical dépend tant de ses propres exigences professionnelles et que de l'attribution de ce rôle par d'autres personnes. Des individus et des institutions peuvent agir en tant que médiateurs musicaux. Les médiateurs musicaux sont actifs dans plusieurs professions musicales (pédagogie musicale, performance, orchestre, composition, etc.). Une personne qui écrit sur la musique, la produit, l'enseigne ou qui en joue en amateur peut aussi agir comme médiateur musical.

Qui est médiateur ?

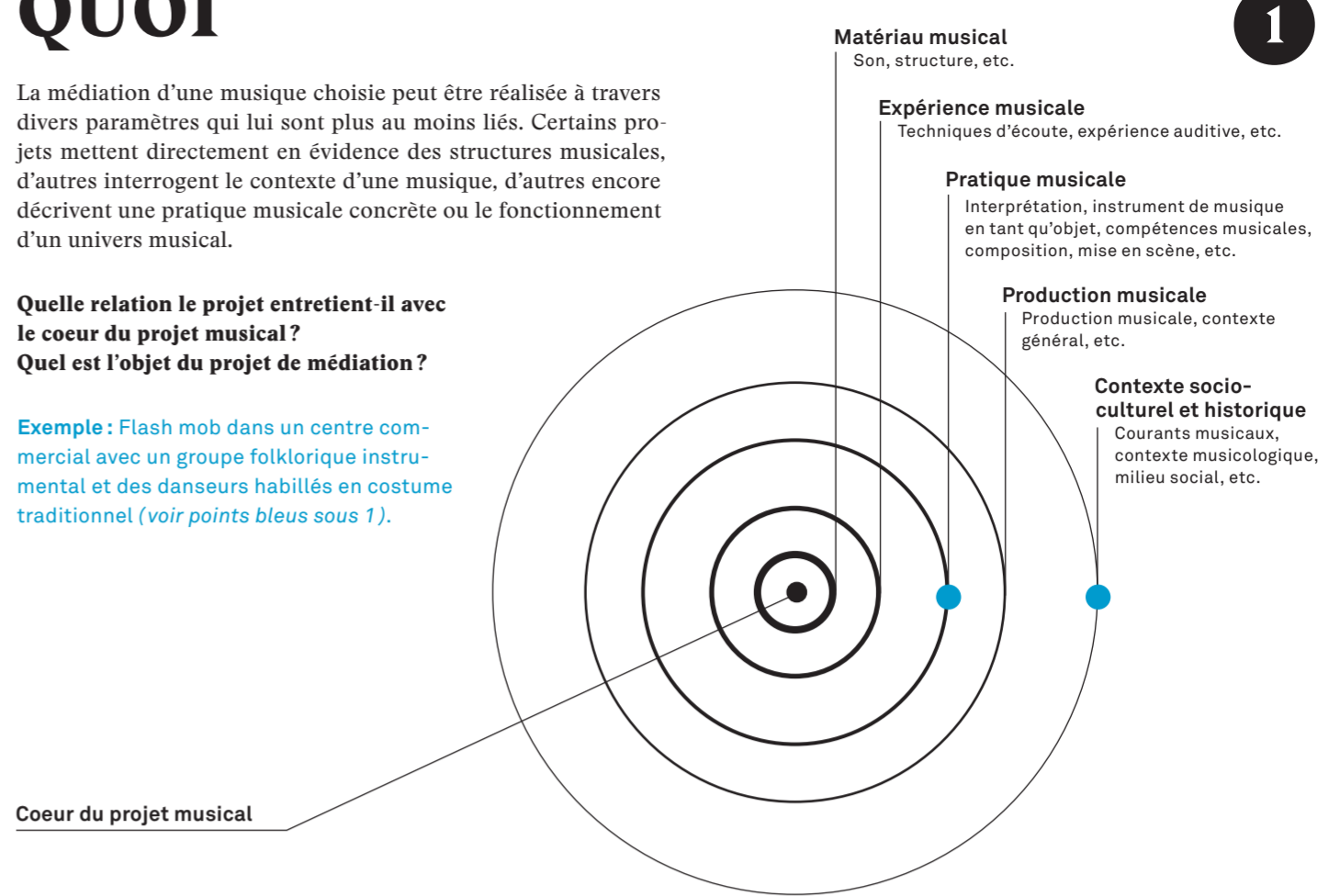
Exemple : Une chaîne de radio programme une émission hebdomadaire de jazz. A chaque émission, la journaliste présente également cinq minutes de musique classique expérimentale (voir sous 14 et 15).

QUOI

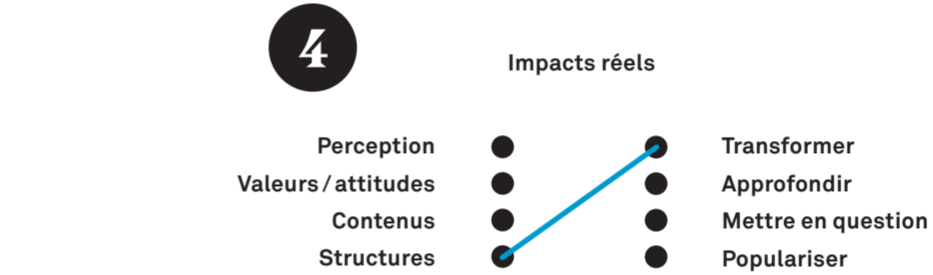
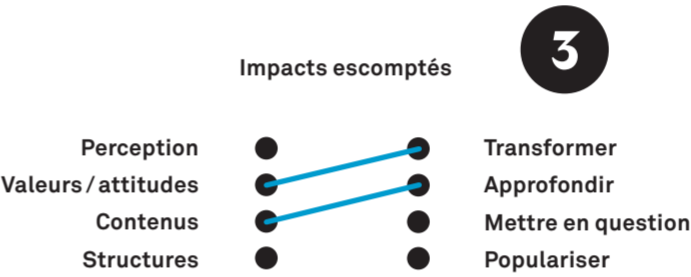
La médiation d'une musique choisie peut être réalisée à travers divers paramètres qui lui sont plus ou moins liés. Certains projets mettent directement en évidence des structures musicales, d'autres interrogent le contexte d'une musique, d'autres encore décrivent une pratique musicale concrète ou le fonctionnement d'un univers musical.

Quelle relation le projet entretient-il avec le coeur du projet musical ?
Quel est l'objet du projet de médiation ?

Exemple : Flash mob dans un centre commercial avec un groupe folklorique instrumental et des danseurs habillés en costume traditionnel (voir points bleus sous 1).



2



POURQUOI

Pour chaque projet, il y a autant de motivations que de participants. L'impact escompté et réel diffèrent en fonction de la perspective choisie pour décrire le projet. Fondamentalement, l'on peut modifier quatre paramètres (perceptions, valeurs, contenus, structures) de quatre façons différentes (transformer, approfondir, mettre en question, populariser). L'impact escompté ne doit pas forcément correspondre à l'impact réel, ce dernier pouvant à son tour faire l'objet d'une évaluation interne ou externe.

Pour quelles raisons pratique-t-on la médiation musicale ?
Quel est l'impact escompté / réel du projet ?

Exemple : Un orchestre symphonique joue des extraits de son répertoire dans une école. Le but visé est de rapprocher les élèves de la musique classique. Mais à l'interne, ce projet provoque aussi un changement dans les structures de l'orchestre lui-même (voir les lignes bleues sous 2, 3 et 4).

COMMENT

Le rapport à la musique revêt plusieurs aspects : composer, jouer de la musique, écouter, discuter, transformer, etc. (voir points bleus sous 11). Ces activités se présentent sous différents formats : performances, installations, actions médiatiques, information, ateliers, etc. (voir points bleus sous 12). Le public-cible peut être impliqué de différentes manières : réception, interaction, participation, collaboration et réclamation (voir points bleus sous 13).

Comment la musique est-elle abordée ?
Quel est le format choisi ?
Comment le public-cible est-il impliqué ?

Exemple : Des étudiants percussionnistes de la section jazz d'une Haute école de musique animent un atelier dans une prison. Des concepts musicaux individuels sont expérimentés en recourant à des objets de la vie courante ; les résultats aboutissent à une représentation et font l'objet d'une installation présentée dans un espace public (voir points sous 11, 12 et 13).

