

RAPPORT

Notes sommaires: Forum des membres - Conférence de l'AAMI, 18 juin 2012

PRÉPARÉ POUR

Jennifer Dorner
Directrice nationale
AAMI_IMAA

SOU MIS PAR

Marilyn Burgess
Burgess Consultants
5897 rue des Musiciens
Val Morin, Quebec
JoT 2Ro

21 juin, 2012

Résumé des discussions sur la vision d'avenir de l'AAMI et des arts médiatiques

Ce document a été préparé afin de donner un compte rendu des discussions qui ont lieu lors du Forum des membres faisant partie de Source, le sommet national de l'AAMI qui a eu lieu à Banff en juin 2012. Tel que présenté lors du Forum des membres, les idées qui ont émané de ces discussions sont rassemblées et portées à l'attention du CA de l'AAMI en préparation à une autre année d'activités qui seront réalisées au nom des organismes membres de l'AAMI.

Au cours des discussions qui ont eu lieu pendant le forum des membres, un certain nombre d'idées ont émergées concernant des objectifs de vision du futur de l'AAMI et des arts médiatiques ainsi que quelques stratégies et tactiques possibles à considérer afin de réaliser ces objectifs. En voici un résumé ci-dessous.

Vision 1 : Les arts médiatiques sont reconnus et appréciés par le grand public, les investisseurs et les décideurs

Stratégie 1 : Améliorer la visibilité et la compréhension des arts médiatiques

Tactiques :

- Afficher une définition des arts médiatiques sur le site Internet de l'AAMI
- Créer une biennale, triennale
- Créer un prix prestigieux en arts médiatiques
- Soutenir la conservation

Vision 2 : Les arts médiatiques sont diversifiés, à en juger par les différentes personnes impliquées, par la diversité des pratiques artistiques et des technologies employées ainsi que par la diversité des modèles organisationnels.

Stratégie 1 : Être inclusif pour toutes les pratiques en arts médiatiques et en nouveaux médias.

Tactiques :

- Aménager des espaces de discussions ouvertes lors des conférences de l'AAMI
- Créer des plateformes pour des discours critiques
 - Aménager des espaces de discussion sur des médias spécifiques (cinéma, audio, etc) ainsi que sur les transitions technologiques
 - Aménager des espaces de discussion pour la recherche et le commissariat en arts médiatiques

Stratégie 2 : Chercher à intégrer des communautés diversifiées

Tactiques :

- Inclure des communautés composées d'ethnies variées
- Être ouvert à la voix des artistes

Vision 3 : L'AAMI est un organisme actif qui bénéficie de l'engagement et de la participation de ses membres

Stratégie 1 : Encourager l'implication des membres

Tactiques :

- Accroître la transparence
- Augmenter les consultations avec les membres
- Accroître les conversations en ligne, augmenter la présence des événements entourant la conférence dans les médias sociaux.
- Améliorer les communications ; rapports et retours d'information

Stratégie 2 : Travailler en collaboration afin de s'aider les uns les autres

Tactiques :

- Être inclusif
- Renforcer les réseaux internationaux
- Inviter plus de participants des É.-U. aux conférences de l'AAMI et assister aux conférences de NAMAC

Vision 4 : Les arts médiatiques sont stables financièrement et disposent de ressources appropriées et variées provenant des secteurs publiques et privés et de revenus autonomes

Stratégie 1 : Être un chef de file proactif en ce qui a trait à la représentation

Tactiques :

- Être créatif et audacieux
- 3 recommandations des organismes de la région du Québec :
 - Que le gouvernement fédéral restaure la définition des arts et de la culture
 - Conduire une campagne d'éducation et de visibilité auprès du public
 - Poursuivre et intensifier les efforts de lobby
- Considérer un déménagement des bureaux de l'AAMI à Ottawa

Stratégie 2 : Favoriser les rapports avec toute la gamme des bailleurs de fonds

Tactiques :

- Augmenter les invitations formelles et les occasions de participation aux rencontres nationales de l'AAMI auprès des bailleurs de fonds
- Inclure des subventionnaires autre que le CAC aux événements et aux conférences
- Considérer l'invitation de fondations, d'institutions académiques et d'autres organismes voués au soutien des activités en arts médiatiques
- Étudier et partager les connaissances sur le financement alternatif
- Repenser les modèles organisationnels comme ceux qui comptent moins sur le financement public