

Qui sont les médiateurs culturels ? Statuts, rôles et constructions d'images

Bernadette Dufrêne^{*}

Université de Grenoble II & Laboratoire « Culture et communication »

Michèle Gellereau^{**}

Université de Lille III, GERICO

Cet article se propose d'interroger l'identité professionnelle des acteurs de la médiation culturelle. Il se propose d'envisager moins le métier de médiateur culturel que les emplois de la médiation culturelle. Il s'attache ensuite à restituer l'image que les médiateurs ont d'eux-mêmes et les "ordres de grandeur" auxquels ils se réfèrent. Enfin il montre, pour finir, l'émergence de la médiation culturelle comme production de service : à l'instar du tournant amorcé par l'ensemble des organisations, les institutions culturelles et les services culturels des collectivités territoriales ont mis le public au centre de leurs préoccupations dans une visée à la fois marchande et sociale. Ce triple plan de la médiation (les niveaux culturels, marchand et politique) nécessite une formation qui dispense à la fois une culture générale mais aussi des savoirs spécialisés.

Quand nous avons travaillé la notion de médiation culturelle, nous avons fait le constat suivant : « *sans doute une des raisons qui font de la médiation culturelle un objet difficile à penser tient-elle d'abord au paradoxe suivant : beaucoup de professionnels du monde de la culture ou du socioculturel s'en réclament (bibliothécaires, services éducatifs ou pédagogiques des musées voire du développement culturel, services de la communication ou des publics dans les lieux de spectacle vivant, animateurs socioculturels etc. voire directeurs artistiques, commissaires d'expositions) sans que cela recouvre une homogénéité de pratiques, de conceptions, tout au plus l'idée assez vague que l'on travaille pour le public, que l'activité se situe entre les œuvres et le public* » (Dufrêne, Gellereau, 2003). C'est à ce constat que nous voulons donner un prolongement en interrogeant non seulement le statut professionnel mais aussi les représentations que les acteurs eux-mêmes ont de leur identité, le sens qu'ils donnent à leur

^{*} bernadette.dufrene@upmf-grenoble.fr

^{**} mgellereau@nordnet.fr

action et les débats que le terme de “médiation” suscite. Quelles sont les frontières avec l’animation socioculturelle, l’action éducative, le *marketing* et la communication ? Le terme de médiation subsume-t-il ces différentes activités ? Quels changements dans la vision de l’organisation culturelle traduit-il ? La réponse passe par des entretiens avec les acteurs et l’examen de leur position au sein de l’institution : si celui-ci fait partie des données que fournit l’organigramme des institutions ou des services employeurs, en revanche, l’entretien est naturellement orienté par notre préoccupation de savoir dans quelle mesure le terme médiation fait l’objet d’une appropriation par les acteurs eux-mêmes.

Héritier des traditions de l’action culturelle, le terme de “médiateur” témoigne de l’élargissement du champ de l’action culturelle. Il marque surtout, que ce soit en tant qu’emploi-jeune ou responsable de services, le développement de la professionnalisation de la médiation et de l’ingénierie culturelle, du travail des associations de quartiers, œuvrant parfois dans des domaines encore peu reconnus et légitimés comme par exemple les nouvelles cultures urbaines, notamment dans le cadre des politiques de la Ville.

Ce sont donc ces différents métiers et fonctions, rôles et missions que nous souhaitons aborder en nous intéressant en premier lieu aux pratiques.

1. Une diversité de pratiques

La première difficulté à laquelle se heurtent les enquêtes sur le terrain de la médiation, c’est celle de la dénomination. Si, dans les petites annonces de *Télérama*, on peut constater une progression dans la demande de médiateurs culturels pour de nouvelles institutions ou des associations – ce qui serait l’indice d’une reconnaissance d’une nouvelle professionnalité dont on examinera plus loin les contours –, en revanche dans certaines structures culturelles (musées, scènes nationales, etc.), il existe des services de médiation culturelle sans que les professionnels de ces services se nomment eux-mêmes médiateurs, alors que souvent, ils reconnaissent que leurs fonctions sont des fonctions de médiation.

En parlant de médiation culturelle, parle-t-on de métier ou de fonction ? Une première famille de médiateurs culturels se dégage qui rassemble les services éducatifs, les services culturels, dénommés parfois services de médiation culturelle. Autant de dénominations pour des activités qui consistent avant tout à répondre aux besoins de formation : du public scolaire et de la formation continue. Mais même dans ce cas, les fonctions exercées peuvent être diverses. Il semble donc qu’il y ait un premier niveau de distinction qui concerne les tâches que peut remplir un médiateur, et un deuxième niveau qui est celui du sens donné à la médiation culturelle.

LES MÉDIATEURS ATTACHÉS À UNE INSTITUTION CULTURELLE. — Les médiateurs attachés à une institution culturelle (musée, théâtre, bibliothèque, etc.) ont en charge l'adaptation de la diffusion ou du programme culturel au public ou au "non-public". Le portail internet *culture.fr* précisait dans la rubrique "emploi-jeune" : « *la médiation consiste à susciter l'envie et à donner les moyens d'accéder aux pratiques culturelles et artistiques, dans tous les domaines. (...) elle a pour but de faciliter l'accès à l'art par la mise en place d'actions spécifiques vers des publics définis* »¹.

Il s'agit de trouver les moyens de mettre en contact des créations et un public et de donner du sens à la relation que les publics peuvent établir avec les œuvres. Le médiateur peut donc avoir pour tâche de diffuser l'information, de trouver les intermédiaires (associations, enseignants, comités d'entreprise) ou les personnes "relais" qui connaissent des publics potentiels, de construire avec eux des modes de collaboration, mais aussi de faire un travail d'édition adapté, de proposer des parcours, d'accompagner les publics aux spectacles. Dans cette perspective, le médiateur serait celui qui dispose de connaissances et d'outils pour comprendre les œuvres qu'il diffuse, les mettre à la portée de certains publics (édition de matériel pédagogique spécifique par exemple). S'il aide à la rencontre par l'expérience esthétique, il peut avoir, dans la recherche de publics nouveaux et particulièrement dans les "zones sensibles", à transformer le public en partenaire. Une sensibilité au domaine choisi ou une "imprégnation" des œuvres sont alors nécessaires. Par la recherche de relais, de réseaux pour gagner des publics et les former, le médiateur doit souvent se mettre en relation avec le tissu associatif et d'autres institutions. Un texte du Ministère de la Culture brosse assez bien ce qu'est un médiateur dans cette perspective : à la différence d'un documentaliste, le médiateur du livre se déplace dans les lieux de vie et conduit à l'institution ; ce texte a aussi le mérite de rappeler que la grande majorité des médiateurs culturels sont actuellement embauchés en "emplois-jeunes" : « *Faire émerger une nouvelle fonction répondant à des besoins insuffisamment satisfaits : le médiateur du livre, basé en bibliothèque, s'adresse à tous ceux qui ne fréquentent pas l'institution ; il se déplace dans tous les lieux de vie de quartier (immeubles, espaces verts, centres sociaux, etc.), présente des ouvrages, raconte des histoires et organise de nombreuses animations autour du livre pour les enfants et leurs familles ; il montre également le chemin de la bibliothèque et prend en charge au sein de celle-ci diverses activités d'accompagnement des lecteurs* »². Les relations interpersonnelles sont donc une des dimensions importantes de la fonction, et l'on retrouve la même volonté d'aller chercher le public dans de nombreux musées. En développant un travail en amont qui peut éventuellement être prolongé après la

¹ Consultation fin 2002.

² Lettre d'information n° 28, du 22 avril 1998 du Ministère de la Culture, *Des emplois-jeunes pour la culture*, pp. 3 à 10.

visite, le médiateur part à la recherche du public et certaines visites sont précédées d'animations dans des lieux extérieurs au site à visiter.

D'autres types de tâches peuvent être prises en charge par les médiateurs dans certaines structures, notamment celle de la programmation d'événements destinés à faire venir de nouveaux publics, ou la formation de guides ou d'intervenants dans les postes à responsabilité, voire de la conception de projet. Dans de nombreux musées ou centres d'interprétation, les médiateurs sont aussi guides ou animateurs d'ateliers.

Les médiateurs culturels de ces structures travaillent souvent en lien, de collaboration ou de rivalité avec les services de communication ou de relations publiques, ou les services pédagogiques, quand ils existent, et les relations entre ces services sont souvent complexes. Parfois, dans les petites structures, le médiateur joue tous ces rôles à la fois.

DANS LES COLLECTIVITÉS. — Dans les collectivités (communes, intercommunalités), le médiateur a souvent un rôle d'agent de développement culturel sur le territoire, ou de programmateur d'événements, de concepteur de projet : ses tâches de médiation s'exercent dans la connaissance et la médiation des institutions. La gestion de fichiers, permettant d'évaluer les publics potentiels, les associations, les personnes-relais, complète souvent un travail de terrain, l'ensemble visant à constituer un maillage ou des réseaux de collaboration. Outre l'information, la programmation et la gestion en coordination avec le concepteur de projet, la mise en relations d'équipements ou d'institutions différents, la gestion de multiples acteurs entrent dans ses fonctions. Peut-être les médiateurs de collectivités sont-ils ceux qui jouent le plus le rôle de médiateur au sens de négociateur qu'il peut avoir dans le domaine social. S'ils ont à se préoccuper des tâches de sensibilisation des publics à la culture, ils doivent assumer bien souvent des tâches administratives et techniques, et ont parfois l'ensemble de l'action culturelle à gérer.

DANS CERTAINES INSTITUTIONS NON CULTURELLES. — Dans certaines institutions non culturelles dépendant de différents ministères (milieu carcéral, secteur hospitalier, éducation...) des agents, en général en emploi-jeune, sont chargés de l'organisation des activités culturelles, événementielles et souvent de l'organisation de la bibliothèque ou de la médiathèque. Ils jouent un rôle de médiateur à deux niveaux : dans le développement d'activités, d'animations et de projets artistiques avec la population de leur institution et dans un travail de mise en relation avec les institutions culturelles extérieures : musées, théâtres, cinémas, lieux de création en arts plastiques et en danse, etc. Travaillant souvent dans des conditions difficiles et complexes, ces médiateurs aident au développement des liens avec le monde culturel et à celui de l'activité de création. Dans la pratique, ces acteurs sont héritiers des traditions d'animation culturelle.

L'observation de terrain montre l'émergence moins d'une profession que d'un service : quel que soit le type d'organisation dans lequel

opèrent les médiateurs, quelle que soit la tâche précise qui leur est assignée, il s'agit toujours d'une activité en lien avec la construction et la conquête d'un public ; qu'il s'agisse de publics scolaires, en difficulté, plus largement de celui d'amateurs ou tout simplement de curieux, contrairement à l'idée reçue selon laquelle elle répondrait à une demande sociale dont elle serait le régulateur, la médiation se situe du côté de l'offre, répond aux besoins de développement de l'organisation, du territoire, ou à ceux de socialisation, même si l'objectif visé n'est pas la rentabilité, rentabilité par ailleurs impossible dans le domaine culturel. En ce sens elle va de pair avec la transformation des institutions culturelles en entreprises culturelles et avec la place prise par la culture dans la vie politique.

2. L'interprétation du rôle et de la fonction de médiateur : de la justification¹

Quand on interroge les acteurs de la médiation sur la définition qu'ils proposent de la notion, leur embarras est assez grand : les mots sensibilisation, initiation leur semblent insuffisants, "enseignement", "éducation" inadaptés, l'animation socioculturelle trop datée, tournée trop exclusivement vers les jeunes ou les milieux en difficulté. Fait intéressant aussi : ils datent l'apparition du mot médiation dans leur profession des années 1990, ce qui correspond à son apparition dans les préoccupations universitaires. Paradoxalement ces acteurs qui ont du mal à trouver une dénomination précise pour leur activité, ont, en revanche, une idée très précise du sens de cette activité ; leur capacité de généralisation – référer leur activité à l'idée d'une mission de service public – l'emporte paradoxalement sur la définition du cas particulier que constitue leur emploi : le sens visé à un partage de connaissances dont un des enjeux essentiels est l'enjeu civique idéal n'est pas, à notre sens, sans évoquer celui des instituteurs de la Troisième République qui ont formé une nation en transmettant des connaissances et un idéal civique. En cela, ils sont en plein accord avec les institutions.

Un exemple représentatif parmi d'autres est celui du Centre de culture scientifique, technique et industriel (CCSTI) de Grenoble qui se donne quatre objectifs principaux : le premier est faire savoir, c'est-à-dire informer le public et le citoyen en effectuant une veille relative à l'information et en organisant le traitement de cette information en direction du public. Il doit ensuite faire comprendre, c'est-à-dire vulgariser les techniques et les notions complexes pour les mettre à la portée de tous. Il cherche aussi à faire réfléchir sur la science, sa place dans la vie, le progrès et les évolutions engendrées. Il souhaite faire agir, en plaçant le

¹ Le terme est emprunté naturellement à Luc Boltanski et Laurent Thévenot, 1991. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris : Gallimard.

visiteur en position de citoyen, d'acteur, pour qu'il y ait une interaction véritable entre les communautés, pour offrir des possibilités d'expérimentation et pour générer des vocations.

Cet exemple qui illustre la convergence entre les représentations que les organisations donnent de leurs activités et celles que les acteurs ont est confortée lorsqu'on les interroge précisément. Tout se passe comme si, dans cette activité qui peine à se nommer, l'idéal de connaissance allié à un idéal civique était l'horizon dans lequel la médiation culturelle prenait sens, ce qui expliquerait l'absence, à ce niveau, de discordances fortement exprimées. Il y aurait là un cas de consensus politique : si l'on suit alors la perspective ouverte par Louis Quéré, on pourrait se demander si la pensée de la médiation n'est pas, comme la pensée du public, une construction nécessaire dans le cadre de la démocratie délibérative ¹.

L'idéal fortement mis en avant dans les rencontres avec les acteurs de la médiation est en effet celui de « *démocratiser la culture* », sous forme de mission de service public ou à caractère public selon les cas. Cette intégration des objectifs ministériels se double de convictions très fortes, qui reviennent de manière récurrente, quel que soit le poste occupé. Mais ils peuvent se décliner sous deux conceptions différentes de la démocratie culturelle.

Une volonté de la grande majorité des médiateurs est de lutter contre les dangers de la culture de masse, fondée sur « *la consommation et la passivité* », les exemples les plus cités étant la télévision et le sport ; la question de l'éducation aux médias n'est pourtant pas suggérée et les formes culturelles approuvées sont souvent le spectacle vivant, le livre, les expositions. La mission du médiateur est de guider les gens pour qu'ils deviennent acteurs de leur propre développement culturel, celui-ci étant compris comme intégration de la culture légitime. Outre les tâches de sensibilisation d'une population qui ne fréquente pas souvent les œuvres ou les sites patrimoniaux, le médiateur crée aussi un lien entre la structure culturelle et le visiteur, saisi souvent comme représentant d'un monde (les "jeunes" de tel quartier, les scolaires de telle école, etc.).

Dans certaines organisations culturelles, le médiateur « *va vers les gens* », là où ils habitent et il est intéressant de signaler que, même s'ils sont rares, quelques médiateurs emploient des termes religieux de type « *sacerdoce* » ou « *conversion* » pour une fonction qui consiste souvent à *militer* pour la culture. Les questions très concrètes de temps de travail à horaire flou, d'accompagnement pendant les heures de spectacle ou d'effort pour le comprendre renforcent cette idée de dévouement pour

¹ Quéré, Louis, 2003. « Le public comme forme et comme modalité d'expérience ». In Louis Quéré, *Les sens du public*, sous la direction de Daniel Cefaï et Dominique Pasquier, Paris : PUF (à paraître)

le public. Le médiateur se décrit comme un intermédiaire entre une structure, une œuvre, une activité et un public ; dans les structures culturelles, le terme *public* est systématiquement employé alors que pour les médiateurs de collectivité on parle aussi *des gens*. La pérennité des liens à créer, ainsi que la nécessité d'un suivi des publics renforcent l'impression de jouer un rôle social. Au service de l'art et de la culture, le médiateur se donne pour tâches de sensibiliser des personnes, versant esthétique de la fonction, et de désacraliser l'art ou le lieu culturel, versant social du projet.

Une autre conception, plus rarement soutenue dans les entretiens, et qui d'ailleurs parfois se lie paradoxalement à la précédente, consiste à dire que le rôle du médiateur est de prendre en compte la culture des « habitants » ou des « personnes » (le terme « public » n'est plus privilégié), et d'aider au développement de leur identité culturelle, la démocratie exigeant la reconnaissance de toutes les cultures. Une médiatrice en milieu carcéral déclare :

« La culture est socialisante par définition et fait médiation entre les êtres. ; ce sont les gens qui sont acteurs ; la création se fait avec la population carcérale ; (...) sur le plan culturel il faut diversifier l'horizon, varier les repères en partant d'où est la personne ; les connaître et les aider à s'approprier leur culture notamment télévisuelle ; les aider à acquérir l'esprit critique ; leur donner des clefs par rapport à la culture qui les meut, sans plaquer la Culture ; le danger c'est la consommation et il faut rendre les gens acteurs et les respecter ; mais nier les personnes dans ce qu'elles sont, c'est du terrorisme. Le médiateur fait pont, c'est cela la médiation ».

Les médiateurs qui développent ces positions sont plutôt ceux qui ont en charge de développer l'animation culturelle auprès de personnes qui fréquentent peu les institutions culturelles, ou dans des zones "défavorisées". Dans le cadre des politiques de la ville, ou des restructurations urbaines, certains médiateurs estiment par ailleurs qu'il faut intégrer la parole des habitants dans des créations artistiques et dans des procédures de débat public qui les rendent acteurs du développement culturel. Ces prises de position partent d'une volonté de jouer le jeu du service public, sans aucune idée missionnaire, ni de dévouement, le médiateur estimant alors s'enrichir de la culture des autres.

Ces deux manières d'envisager la démocratisation culturelle correspondent bien, on le voit, aux politiques publiques et aux visées institutionnelles décrites dans notre première partie et sont totalement assumées par les médiateurs sous deux formes : la diffusion de la culture à ceux qui ont droit à la culture comme à tout autre bien public ; la reconnaissance et le développement de la diversité culturelle.

a. Le rapport à l'éducation

Même si la notion de "passeur" exclut la relation pédagogique, de nombreux médiateurs pensent avoir un rôle d'éducation à jouer :

sélectionneur, interprète, vulgarisateur, le médiateur fait comprendre. Cette conception est particulièrement sensible dans les zones dites défavorisées, comme le montre Cécile Lemaire qui a interrogé des médiateurs dans l'ancien bassin minier Nord-Pas-de-Calais : « *sensibiliser* », « *informer* », « *éduquer* » : *chacun de ces termes sous-tend une situation de domination de la part du sujet-médiateur (celui qui sait, qui est sensible) sur le public (celui qui ne sait pas, qui est insensible)* » ; d'autres formulations comme « *défricher le terrain vierge* » font référence à une absence de pratiques culturelles que le médiateur va chercher à initier. Outre le fait qu'une population soit désignée par le terme de « *terrain* », elle met ici le médiateur dans la position d'un « *semeur* », face à une terre fertilisable mais pour le moment « *en friche, prêt à "recevoir la bonne graine"* » (C. Lemaire, 2003, p. 63 ¹). On se rapproche donc ici de certaines conceptions pédagogiques d'ensemencement des esprits ; pourtant, nombre de médiateurs déclarent refuser le didactisme et souhaitent partager des connaissances et des expériences, en guidant le public sur son propre chemin. Cette conception éducative a un écho non seulement en milieu éducatif, mais aussi dans une partie du public : quelques visiteurs interrogés lors de visites de musées estiment d'ailleurs qu'ils « *n'ont pas la culture et qu'ils viennent la chercher auprès du guide médiateur* ».

S'ils estiment avoir pour rôle d'éduquer, d'élever la personne, rares sont les médiateurs qui disent vouloir exercer un regard critique. Dans le domaine de la sensibilisation au cinéma ou dans la médiation du livre, ces propos s'entendent plus souvent que dans les autres domaines de l'art, où il s'agit plutôt d'orienter, éduquer le regard. Apprendre à admirer, apprécier, développer le sentiment esthétique, ou apprendre à former son jugement : on constate que les acteurs de la médiation transmettent des conceptions développées dans des domaines artistiques ou culturels et agissent comme transmetteurs de valeurs.

b. Les rapports entre médiation, communication et relations publiques

Chargés de sensibiliser, d'éduquer ou de faire émerger des projets culturels, les médiateurs s'investissent également assez souvent dans des rôles de communication ; tous souhaitent néanmoins qu'on distingue leur travail de celui des Relations Publiques car, en développant une relation personnelle, les médiateurs doivent informer, et donner de la visibilité à la culture mais jamais dans un but commercial. Ils estiment ne pas avoir à assurer la promotion, et l'image publique pour les éventuels financeurs n'entre dans leurs préoccupations que pour justifier le travail de tissage de liens avec les publics. Nombreux sont les média-

¹ Lemaire Cécile, 2003. *Les représentations de la médiation culturelle dans le Bassin minier du Pas-de-Calais*. Mémoire d'initiation à la recherche, IUP « Ingénierie culturelle et touristique », Université de Lille III.

teurs qui rédigent des documents de presse ou des plaquettes d'information, tiennent des fichiers de correspondants, mais ils conçoivent la communication comme lien avec le public ou procédé de fidélisation plutôt que comme démarche marketing. Pourtant, comme le précise une médiatrice qui a mené une enquête sur la question : « *Ce qui étonne la médiatrice culturelle que je suis est que les professionnels interrogés n'aient que très peu mentionné qu'une partie de leur travail consiste à faire en sorte que les salles ne soient pas vides... Je ne peux qu'émettre des hypothèses sur les raisons de cet "oubli" : soit cela ne fait pas partie de leur travail, (...) soit ils n'ont pas envie d'en parler car ils se retiennent de montrer les côtés contraignants de leur travail dans un discours où par ailleurs ils montrent que cette activité est passionnante...* » (C. Lemaire, p. 69).

Les conceptions de leur rôle dont nous venons de faire état marquent bien le souhait de nombreux médiateurs de se positionner comme *inter-médiaires* entre la culture et le public, mais l'on constate que l'appréciation du rôle que les publics ou les habitants ont à jouer dans le développement culturel peut s'évaluer différemment. Par ailleurs mal compris du grand public, *l'emploi du terme de médiateur* est parfois récusé : pour certains, ce terme fait référence à la notion de négociation et de conflit, et n'est donc pas approprié, quand on estime jouer un rôle d'animateur ou de pédagogue ; ce terme porte par ailleurs la marque de l'employé-jeune ou correspond à des textes institutionnels ou d'universitaires, et l'on souhaiterait disposer de termes plus en rapport avec l'institution, le lieu ou la fonction qui témoignent de la diversité des pratiques.

3. Émergence de la médiation culturelle comme service et formation des médiateurs.

Si l'on prend l'organisation, comme le souligne P. Zarifian, « *non comme un produit achevé mais comme un processus de production, comme une génération, mobilisant ces schémas intellectuels et leur diffusion (ceux qui président à la production intellectuelle et ensuite matérielle des organisations), processus mis à l'épreuve du fonctionnement réel et des jeux de rapport de force dans le champ social* », on est amené à considérer « *les inter-opérations, et de manière générale tous les modes de mise en relation entre les différentes composantes et activités d'un système de productions, mode relevant d'une communication inter-humaine, par compréhension réciproque entre métiers et zones d'activité différents* ». Ce qui est formulé ainsi à propos de l'industrie peut s'appliquer aux institutions culturelles surtout quand cette vision s'enrichit du rapport de l'organisation avec l'environnement : celle-ci vise « *à élucider les modes de rencontre et d'interpénétration entre les univers productifs internes aux entreprises et l'univers des usages au sein des modes de vie, complexifiant le jeu des acteurs, puisque les destinataires devenaient des acteurs à part entière des choix et fonctionnements organisationnels, quand bien même ils ne seraient que figurés, symbolisés, au sein de démarches marketing* ». La notion de service est au centre de cette nouvelle vision de l'organisation : elle privilégie « *les notions de réponse aux attentes des destinataires et de*

respect des engagements »¹. Ce que l'on désigne comme médiation culturelle dans les organisations culturelles répond, pour nous, à l'émergence d'une production de service. Utiliser ce concept signifie que les destinataires de l'action culturelle ont un rôle-clef dans la mesure où non seulement leurs usages sont anticipés dans les démarches de type *marketing* mais aussi dans celle où ils jouent un rôle d'évaluation « *de la pertinence et de la qualité* » de l'offre culturelle.

Situer la médiation culturelle comme système de médiations en relation avec son environnement implique, en ce qui concerne les institutions culturelles, de ne plus les considérer seulement comme des institutions patrimoniales mais de voir qu'il s'est produit depuis la fin des années 1970 un tournant "communicationnel" qui les inscrit dans une perspective de production de service : la création de Beaubourg est dans cette perspective particulièrement significative. En ce qui concerne le *marketing* à proprement parler, le rapport Guette (1975) intitulé *Prospection Sensibilisation Accueil du public*² marque les débuts du *marketing* culturel (stratégies de prospection, de fidélisation, définition de l'image du Centre). Il a donné lieu d'ailleurs à la création du service des publics dont l'importance n'a pas cessé de croître ; mais les usages des différents publics ont été anticipés de manière aussi significative dans la politique éditoriale. Le principe de cohérence introduit dans ce système des médiations, c'est *une politique concertée de l'événement* : celle-ci concerne aussi bien les institutions comme les musées, les bibliothèques que celles du spectacle vivant. À Beaubourg, toutes les activités qui ressortissent à la programmation (de la programmation d'expositions à la politique éditoriale et à la politique des publics) tissent les relations avec le public : ce que décrit le concept d'expo-système, c'est l'instauration de ce répertoire d'actions articulé à la programmation, caractéristique des institutions culturelles d'une certaine taille. Dans les petites structures, les collectivités, et établissements dépendant de financements publics, le médiateur (parfois nommé *médiateur de proximité*) doit dans le cadre de *projets concertés* articuler la programmation d'action, ou susciter la création dans des démarches de partenariat, mises en réseau, développement territorial pour produire un « *projet culturel habité* »³ où les publics / habitants puissent s'investir. Il s'agit alors de prendre en compte leur diversité non plus dans les termes du *marketing* mais selon les différences sociales, culturelles, territoriales et au regard des avantages ou des problèmes qu'ils rencontrent au sein du territoire qu'ils occupent. À Roubaix par exemple, les associations et la Municipalité s'engagent dans des *scenarii* de développement où le médiateur a le rôle difficile d'aider à

¹ P. Zarifian, 2003. « Sur l'approche des organisations ». Document de travail. Non publié.

² Dufrière, Bernadette, pp. 130-134. *La création de Beaubourg*; sur la programmation, pp. 181-218.

³ « Élaborer un projet culturel », fiche pratique, DRAC Alsace.

l'émergence de nouvelles formes culturelles favorisant à la fois l'image de la ville et la reconnaissance du pluralisme culturel.

Au regard de l'émergence de cette production de service, des missions d'irrigation territoriale et de développement de la création, la formation des médiateurs culturels demande certes une culture générale et une culture spécialisée mais elle doit aussi prendre en compte la gestion de projets culturels, intégrer l'approche *marketing* tout en soulignant les limites, tout en privilégiant l'approche communicationnelle, la réflexion sur les relations publiques ainsi que sur les usages sans négliger l'approche politique qui inclut les mécanismes du fonctionnement de la culture. À cet égard, si les programmes des formations générales (Deug notamment) apprennent sur des bases sémiologiques ou sociologiques à analyser les objets et les situations, seules les formations professionnalisées fournissent aux futurs médiateurs les outils en vue d'une véritable professionnalisation. Une question de fond reste cependant : le médiateur doit-il être formé comme spécialiste d'un domaine artistique qui va faire comprendre sa spécialité ou comme un généraliste formé à la médiation ? De nombreux emplois de médiateurs sont occupés par des personnels qui ont passé les concours de la fonction publique ou se sont spécialisés dans un domaine (histoire de l'art, études théâtrales). D'autres sont formés à la médiation culturelle ou à la conception de projet, parfois à l'animation. Beaucoup reconnaissent que si leur formation est tout à fait utile, ce sont les choix de recrutement liés à des besoins ainsi que l'expérience qui leur permettent de s'adapter aux tâches demandées.

Le médiateur : tiers ou représentant d'une institution ?

La spécificité des médiateurs culturels comme agents dans les mondes de la culture se trouve au cœur du débat sur la fonction même de la médiation.

Pierre Moulinier rappelle que la variation des termes marque des différences de conceptions et que la logique de "l'intercession" ou de la médiation ne s'associe pas vraiment à des logiques de l'expression des minorités ou de la subversion¹. Voilà donc une question en débat qui touche directement la fonction de médiateur : a-t-il pour rôle de diffuser la culture légitime au nom des institutions ou d'aider à la production culturelle de ceux dont la culture n'est pas légitimée ? Doit-il rendre les formes culturelles accessibles et ouvertes ou développer un travail d'appropriation du monde ?

¹ Moulinier, Pierre, 2002. *Politique culturelle et démocratisation*. Paris : L'Harmattan.

Ces questions font écho à certaines interrogations sur le rôle social du médiateur. Jean Caune pose la question : « *le médiateur aurait-il pour rôle, sur la scène sociale, de mettre en rapport des personnages (...) qui ne savent plus où, quand et comment se rencontrer dans la cité ?* »¹ Pourtant, si le terme de *médiateur culturel* laisse souvent les gens ordinaires perplexes, c'est, entre autres raisons, parce qu'il ne va pas de soi d'associer les deux mots, dans le mesure notamment où celui de "médiateur", lié à l'idée de négociation, est surtout rapporté aux champs de la religion, de la justice, de l'école, de la famille ainsi qu'au champ social. Se pose également la question de la place du médiateur : se situe-t-il au cœur des institutions ou dans un "lieu intermédiaire" ? En 1990, J.-F. Six situait le rôle du médiateur comme celui d'intermédiaire neutre, comme tierce personne : la médiation est une « *action accomplie par un tiers – avec des personnes ou des groupes qui y consentent librement, y participent, et auxquels appartiendra la décision finale – destinée soit à faire naître ou renaître entre eux des relations nouvelles, soit à prévenir ou guérir entre eux des relations perturbées* ». En tant que tiers, le médiateur doit être « *quelqu'un qui n'appartienne à aucune des deux parties à rapprocher ; si le médiateur est impliqué, d'une manière ou d'une autre, dans l'un des deux camps, il n'y a plus de "tiers" mais de nouveau deux blocs, deux univers face à face* » (Six, 1990, p. 165). À la même période, B. Lamizet, se référant davantage au champ de la communication et de la culture, définit le médiateur comme représentant de la relation politique d'une institution à un acteur : « *tandis que la parole individuellement assumée est une parole qui s'énonce dans l'espace particulier où vivent et s'expriment des personnes singulières, la parole qui s'énonce au nom de s'énonce dans l'espace public. C'est cela la médiation* » (Lamizet, 1992). Une dizaine d'années après on peut sans doute remarquer que nous avons rencontré peu de ces médiateurs "tierce personne" et que la grande majorité des médiateurs culturels parlent au nom des institutions et en tout cas, ne forment pas une profession indépendante détachée des organisations et institutions du monde de la culture.

Conclusion

Cette première approche de ce qu'est l'identité professionnelle du médiateur culturel montre qu'il peut être amené – selon les circonstances – à jouer essentiellement plusieurs rôles :

- dans un projet culturel, celui de concepteur qui sert à orienter les acteurs, artistes en fonction de politiques publiques visant soit à canaliser la culture dans des eaux légitimées soit à prendre en compte de nouveaux développements ;

¹ Caune Jean, 1999, p. 139. *Pour une éthique de la médiation*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

- dans le sens d'une régulation sociale, celui de diffuseur démocratique d'une culture pour tous, acceptée et reconnue même si elle n'est pas complètement légitimée ; celui d'éducateur, d'éveilleur, d'aide au développement de la culture des sujets ; celui du constructeur de lien social : pas de renouvellement urbain sans insertion des populations.

À ces différents rôles s'ajoutent les emplois liés à la communication et aux relations publiques.

C'est cette hétérogénéité des emplois qui justifie de dépasser la vision de la médiation culturelle comme mission sociale au profit d'un paradigme communicationnel qui amène à l'envisager comme production de service. Pour autant le domaine d'activités que recouvre la médiation culturelle n'est pas entièrement professionnalisé : les acteurs de la médiation culturelle sont, notamment dans le cas de petites structures, les artistes eux-mêmes : c'est la raison pour laquelle il nous semble important de reconduire la distinction établie au colloque de Saint-Étienne (1999)¹ entre médiation endogène (assurée par les artistes eux-mêmes) et médiation exogène (assurée par des professionnels). C'est cette dernière forme qui tend à s'institutionnaliser et amène la professionnalisation des acteurs.

Bibliographie

Caune Jean, *Pour une éthique de la médiation*, Grenoble : PUG, 1999.

Dufrene Bernadette, Gellereau Michelle, « À quoi sert la notion de médiation culturelle ? », in *Hermès*, 2003.

Lamizet Bernard, *Les lieux de la communication*, Mardaga, 1992

Lamizet Bernard, *La médiation culturelle*. Paris : L'Harmattan, 2000.

Six Jean-François, *Le temps des médiateurs*, Paris : Seuil, 1990.

¹ Colloque du groupe SFSIC « Culture et médiations » sur les *Formes de médiation de la création artistique contemporaine*, sous la direction de Jean Davallon et Bernadette Dufrene, Saint-Étienne, 1999.