

**Bernadette Dufrêne**

*Université Grenoble 2,  
Laboratoire culture et communication  
Université d'Avignon et des pays de Vaucluse*

**Michèle Gellereau**

*Université Lille 3,  
Centre de recherche Gerico*

## **LA MÉDIATION CULTURELLE**

### **Enjeux professionnels et politiques**

La référence à la notion de médiation culturelle traverse de nombreuses pratiques dans le champ culturel, le domaine social, le monde de l'éducation et de la recherche. Son opacité a fait l'objet d'une première tentative d'éclaircissement visant à situer historiquement ses conditions d'apparition et les principaux courants théoriques qui la supportent (Dufrêne, Gellereau, 2001). Cette notion, fondée sur deux métaphores, celle du « passage » et celle du « lien social », s'applique, dans le champ de la culture, à la fois à des personnels aux statuts très variés, n'exerçant pas le même métier et à des pratiques mettant la question du public au centre de la démarche. Notre objectif consiste à la saisir en termes d'enjeux professionnels, de politiques culturelles, de recherche et d'enseignement. Montrer comment les médiations culturelles se sont institutionnalisées à partir de moments culturels-clefs, prendre en compte la dimension utopique d'un projet constamment en négociation peut aider à interpréter deux mouvements contradictoires de la période récente : un engouement des structures culturelles pour le développement des réflexions sur la médiation, notamment dans le développement culturel des territoires, et le développement des filières qui font l'objet de critiques (Deug notamment). En replaçant la question dans des stratégies communicationnelles des organisations, nous tenterons aussi de comprendre l'enjeu de la notion pour les sciences de la communication.

## **De la médiation culturelle aux médiations culturelles : enjeux professionnels**

Sans doute l'une des raisons qui font de la médiation culturelle un objet difficile à penser tient-elle d'abord à ce paradoxe : beaucoup de professionnels du monde de la culture ou du socioculturel s'en réclament (bibliothécaires, services éducatifs ou pédagogiques des musées, services des publics dans les lieux de spectacle vivant, animateurs socioculturels etc. voire directeurs artistiques) sans que cela recouvre une homogénéité de pratiques, de conceptions.

### ***La gamme des médiations culturelles : des outils pour l'analyse***

Ce que nous apprend en premier lieu l'observation des dispositifs de médiation – quels qu'ils soient (expositions, institutions, festivals, spectacles) – dans une perspective sociopragmatique – c'est la nécessité de maintenir en tension deux aspects de la médiation : d'une part, la médiation comme «situation de médiation» spécifique (Davallon, 2000, p. 268-288), d'autre part, la médiation comme système de médiations recouvrant un répertoire d'actions (Dufrêne, 2000, p. 232-241). Ces deux notions permettent de décrypter la complexité du fonctionnement du monde de la culture, «l'empilement des médiations» (Hennion, 1993). La première notion permet d'analyser le niveau le plus apparent de la médiation, c'est-à-dire la manifestation elle-même : l'exposition, la médiation écrite (Jacobi, 1998), etc., conçus en fonction du public ou encore la visite guidée (Gellereau, 2000). La seconde permet de montrer le *versus* des actions de communication comme l'exposition, les conditions de possibilité de la manifestation : le concept d'exposystème permet de désigner l'articulation de différents types de médiation (politique de recherche qui nourrit l'événement et le rend possible, politique des publics, politique éditoriale dans la mesure où celle-ci se diversifie en fonction des publics, politique territoriale qui détermine les publics visés) (Dufrêne, 2000). Ce concept peut trouver *mutatis mutandis* une application dans d'autres domaines : en effet ce répertoire d'actions est observable dans le domaine du spectacle vivant, dans celui des bibliothèques qui tendent de plus en plus à promouvoir des événements culturels. Pour les musées et les bibliothèques, le «paradigme Beaubourg» montre le passage d'une conception patrimoniale de la culture à une conception événementielle, sans que l'une tue l'autre. Si les productions culturelles n'obéissent pas à la logique de flux des industries culturelles, néanmoins l'événementialisation de la culture invite à donner une place importante – au sein des organisations culturelles – à la notion de programmation : celle-ci permet de donner une cohérence à la gamme des médiations culturelles (Dufrêne, 2000, p. 181-217)<sup>1</sup>.

### ***Nécessité de l'approche historique***

S'intéresser aux pratiques de médiation dans leur diversité, c'est faire surgir – en amont des stratégies d'acteurs – les problèmes inhérents à la construction d'une action collective : problèmes d'intentionnalité

si l'on se place dans une perspective pragmatique et problèmes de structuration de l'action si l'on se place dans une perspective sociologique. En effet, en explorant les intentions (affichées ou non) et la multiplicité des facteurs qui concourent à une décision, ces perspectives permettent non seulement de comprendre mais d'expliquer une action. Cette démarche est d'autant plus nécessaire que la multiplicité des enquêtes spécifiques a deux conséquences; d'une part, elle circonscrit la médiation culturelle à une situation de médiation particulière (l'exposition, la visite guidée, par exemple), d'autre part, elle crée – paradoxalement – des «blocs» de situations de médiations, la muséologie, l'audiovisuel, l'édition, etc., sans que se dégagent d'autres points communs que les angles sous lesquels sont le plus souvent abordées les médiations culturelles: celui de l'énonciation ou celui de la sociologie de la médiation. L'observation des dispositifs de médiation invite donc à restituer le poids de l'histoire, la mémoire de chaque genre culturel. Cette dimension historique devient essentielle lorsqu'il s'agit d'appréhender cette forme de la médiation spécifique qu'est l'événement culturel: les concepts et méthodes de l'histoire<sup>2</sup> permettent de situer ce qui fait événement tandis que les archives des organisations permettent d'établir une base heuristique. Penser la médiation culturelle comme système de médiations, c'est abolir les hiérarchies implicites entre les diverses formes de médiation et s'interroger sur les principes d'intelligibilité de l'action culturelle.

De fait restituer la dimension historique, c'est montrer que toute action de médiation s'inscrit dans un contexte qui n'est jamais stabilisé mais évolue en fonction d'intérêts sociaux. À travers la gamme des médiations culturelles, ce sont les conceptions du lien social et des finalités de l'action culturelle qui sont en jeu: acculturation à de nouvelles formes d'expression, création d'une identité pour les projets porteurs d'enjeux symboliques, régulation sociale, conception consumériste etc. Elles le sont dans un espace public caractérisé par de «substantielles marges d'initiative» qui invitent à s'interroger sur «le rôle des intellectuels dans l'espace public, par la mise en œuvre des langages culturels» et sur l'«autonomie sociale et politique du langage culturel» (Lamizet, 2000).

### ***Les arts et leurs publics: rencontres ou séparations?***

Dans un contexte institutionnel, la notion de médiation culturelle se fonde sur la séparation des mondes de la création artistique et des publics: le médiateur serait celui qui dispose de connaissances et d'outils pour créer les conditions de leur rencontre. Les politiques de médiation culturelle, dans leur recherche de publics nouveaux particulièrement dans les «zones sensibles», s'attachent souvent à intégrer des bribes de «culture populaire» dans des démarches de prescription culturelle ou à considérer le public comme partenaire, en permettant par exemple aux habitants d'entrer en scène (de la Broise, Gellereau, 2004). Mais il se développe parfois une autre forme de hiérarchie entre les mondes des cultures institutionnalisées et certains publics, fondée sur la transformation des *différences* en *manques* (Privat, Reuter, 1990<sup>3</sup>). Dire que les démarches de médiation vont permettre l'accès à la culture, c'est certes reconnaître des manques réels (la rareté des structures culturelles dans certaines zones) mais c'est du même coup se focaliser uniquement sur les institutions culturelles sans reconnaître de nombreuses pratiques privées et collectives comme culturelles (jeux vidéos, écoute musicale, groupes musicaux, fans-clubs...)<sup>4</sup>.

## **Enjeux politiques et histoire : la spécificité française de la notion de médiation culturelle**

À convoquer la notion de médiation culturelle comme une évidence, on oublie les premières formulations qui en ont été faites ainsi que les expériences qui ont présidé à son établissement : or une dimension trop peu soulignée de la médiation culturelle, c'est sa dimension idéologique et politique qui apparaît, par exemple, dans les missions qu'assigne le législateur aux institutions culturelles. Penser le rapport de la culture avec les publics que ce soit en termes de transmission ou de communication, c'est instituer une politique.

### ***La régulation sociale, le mythe de la médiation et le mythe du public***

La spécificité française de la médiation culturelle s'explique en partie par une tradition nationale de démocratisation de la culture, l'autre versant étant – bien entendu – la nécessité pour les institutions culturelles – privées et publiques – de réfléchir aux publics-cibles. Les travaux réalisés dans le domaine de l'histoire culturelle et de l'histoire de la communication culturelle<sup>5</sup> permettent de proposer quelques jalons : la Révolution française, le Front populaire, l'action de Jeanne Laurent et la création du festival d'Avignon, l'instauration des maisons de la culture, la création du Centre Georges Pompidou et ses effets sur la vie culturelle non seulement en France mais aussi à l'étranger. De manière emblématique, la loi qui porte création du Centre Georges Pompidou lui assigne cet objectif : «favoriser la communication sociale». Cet objectif se fonde, d'une part, sur le constat de la fragmentation des publics et, d'autre part, sur la volonté d'établir une communication entre les différents groupes sociaux par le biais de la culture considérée comme le moyen par excellence d'établir un lien social. Une des principales justifications de la médiation culturelle (de l'exception culturelle française !) est donc la volonté de régulation. Parallèlement s'impose l'idée que le premier objectif des institutions culturelles doit être de capter ce public, qu'il soit ou non désireux de développer cette éducation, comme le fait remarquer M. Fumaroli.

Du côté du rapport du public avec les œuvres, la sociologie critique de Pierre Bourdieu a mis en évidence la sous-représentation des publics populaires. Elle nous incite à considérer la place réelle du public : quelle réalité recouvre le discours politique de démocratisation supporté par les études d'évaluation qui à la fois le légitiment et le nourrissent ? N'y a-t-il pas là un effet d'(auto)référence suffisamment fort pour lier intimement des acteurs et des évaluateurs ? De quel(s) public(s) parle-t-on ? Du public des touristes (un quart des visiteurs du Centre Georges Pompidou<sup>6</sup>) ? Du public scolaire ? Du public de proximité, le seul susceptible d'être formé ? Par ailleurs, les directives nationales liées à la décentralisation<sup>7</sup> de la culture, qui veulent une professionnalisation des personnels de médiation, construisent les catégories de publics en fonction de critères fondés sur des partages institutionnels et non culturels : un Conseil général va construire des médiations vers les collégiens, les personnes âgées, les handicapés, etc., bref les «publics» qui relèvent de sa compétence, une communauté d'agglomération va s'appuyer sur le réseau des médiathèques municipales.

Mettre en avant la médiation culturelle comme moyen de régulation sociale, c'est souvent mettre dans l'ombre les questions liées à la «pertinence» d'une programmation, notion qui recouvre non une conception minimaliste de l'agenda mais l'appréciation – souvent intuitive – de ce qui va faire sens.

L'utilisation de la notion de médiation culturelle par le pouvoir politique privilégie parfois le discours prêté au public au détriment de celui des responsables culturels. Le débat est d'autant plus véhément que la spécificité du produit culturel est d'être utilisé comme un produit d'image. Par ailleurs des opérations nationales, lancées par le ministère de la Culture, (*Journées du patrimoine, Lire en fête, Cinéville*, etc.) visent à orienter les «publics en difficulté» vers les structures culturelles. Pourtant ces dynamiques de «projet» contribuent – elles à soutenir le développement associatif et les créations artistiques en tenant compte de la réalité politique des lieux? De nombreuses publications émanant des instances publiques insistent sur la reconnaissance de formes culturelles non légitimées et l'importance d'espaces d'expérimentation et de solidarité. La médiation ferait-elle œuvre de légitimation? Pourtant, il est souvent difficile, pour les démarches qui ne rentrent pas dans les «cadres», de se faire accepter, ce qui les pousse, soit à se réorienter pour bénéficier du soutien institutionnel – et dans ce cas, la médiation devient prescription ou modélisation – soit à conserver la liberté de production en s'intégrant à d'autres types de réseaux.

### ***Rassembler, réunir, brasser... la médiation comme utopie***

Il faut remonter aux années 1970 pour voir apparaître dans les propos de G. Pompidou l'idée de brassage des publics en imaginant un lieu pluridisciplinaire dont les méthodes se sont diffusées à partir des années 1980. Créer de nouvelles rencontres avec le public est un des objectifs qui amène de plus en plus à croiser les arts dans des lieux différents (arts vivants dans les musées), à créer les chocs entre styles (danse contemporaine sur d'anciens «cavaliers miniers»). Ce mouvement est susceptible de faire évoluer les conceptions de la culture chez les artistes mêmes ou de proposer de nouvelles formes de pratiques<sup>8</sup> et peut jouer un rôle de médiation culturelle, comprise ici comme rencontre entre différents mondes de l'art. La recherche de relais, de réseaux pour gagner des publics et les former, peut placer la médiation dans une perspective de développement du tissu associatif. Pourtant, on peut afficher la mixité culturelle sans pour autant influencer la rencontre des publics qui ne vont pas aux mêmes spectacles. Car le mythe du rassemblement et de l'intégration par la médiation culturelle se heurte dans de nombreuses agglomérations à la fragmentation du public en fonction de ses intérêts culturels et sociaux<sup>9</sup>.

## **Enjeux en termes de recherche et d'enseignement**

La médiation culturelle est une notion en voie d'institutionnalisation dans le champ des recherches en Infocom; dans le cadre de colloques<sup>10</sup>, de revues ou dans le cadre des formations universitaires, sont produites des connaissances, des concepts permettant de construire des représentations contextualisées des cultures dans le monde contemporain. Analyses de terrain et réflexions théoriques plus globales portent sur

les espaces, les dispositifs et pratiques de médiation, leur organisation et leur esthétique, les acteurs, les comportements des publics. Cependant, dans le temps même où se développe une recherche dont les finalités sont autant intellectuelles – comprendre le fonctionnement du champ de la culture et les raisons de son extension – que sociales – faire de la recherche appliquée – s’élabore aussi le mythe d’une médiation culturelle qui devrait résoudre à la fois les problèmes de diffusion de la culture et la fracture sociale. D’où la nécessité de faire le partage entre discours d’accompagnement et discours critiques.

Certains « discours d’accompagnement » suivent les mots d’ordre des institutions sans s’interroger sur la conception de la culture dont ils sont le reflet. C’est le cas de programmes initiés par des organismes culturels qui, en raison de leur position de prescripteurs, formulent des appels dans le cadre de politiques d’action souvent pré-définies. Si ces recherches permettent d’établir des collaborations et des programmes de travail, il revient aux enseignants-chercheurs de construire, en confrontation avec ces travaux, une pensée critique fondée sur une analyse distanciée des représentations, les leurs comprises. La capacité à la distance conceptuelle et critique ainsi qu’à l’analyse des politiques et stratégies de médiation est importante comme fondement de la recherche, et pour la formation de futurs concepteurs de projet ou médiateurs aptes à interpréter des mondes différents et à concevoir des stratégies.

Les programmes des formations universitaires intitulés « médiation culturelle et communication » ont l’obligation de regrouper ces termes. Plutôt que de se focaliser sur les frontières entre disciplines, cette articulation ouvre vers une dynamique de coopération entre les sciences sociales, phénomène déjà souligné à propos des sciences de la communication (Jeanneret, 2001, p. 9). Elle permet le développement de points de vue qui donnent des grilles de lecture en s’intéressant aux démarches autant qu’aux objets et forment aux langages de la médiation par l’étude des conditions d’énonciation et des dispositifs. Pour produire un cadre interprétatif cohérent, le développement d’enseignements liés aux politiques culturelles et aux stratégies de communication est essentiel, la pluridisciplinarité de la formation ne protégeant pas d’une vision technicienne des questions culturelles. Car ce qui manque aujourd’hui, c’est une vision politique des médiations, leur inscription dans des politiques de démocratisation, de décentralisation qui entrent dans des stratégies de formation des représentations symboliques : elles doivent être étudiées tant dans les formations professionnalisées que dans les formations de culture générale.

Les enjeux de l’utilisation de l’expression *médiation culturelle* sont donc multiples : pour les professionnels, enjeux de reconnaissance d’une activité qui ne se situe plus seulement dans le domaine de la conservation des œuvres du patrimoine mais plus généralement dans l’orientation prise par les institutions culturelles lorsqu’elles se sont tournées vers le public ; pour les politiques, justification de politiques culturelles dont la mission serait essentiellement sociale, correctrice d’inégalités ; enfin, pour les chercheurs, tentative de connaître et de comprendre les différentes formes de diffusion de la culture et les fins auxquelles elles répondent et de penser des programmes permettant aux futurs professionnels de la culture de disposer des savoir et références nécessaires.

NOTES

1. De la conception d'un projet culturel où il s'agit de « penser à la fois le public et le sujet », à sa vulgarisation par les documents d'accompagnement ou à son explicitation scientifique, à la sensibilisation des publics via les animations et les politiques de *marketing*, les diverses formes de médiation culturelles s'ordonnent autour de ce qui s'avère dans la réalité trop peu souvent pensé : une programmation qui ait un sens.
2. Cf. DUFRÈNE Bernadette, *Art et médiatisation : le cas des expositions inaugurales du Centre Georges Pompidou*, Grenoble, ICM, 1998. Chap. IV « L'institutionnalisation d'une médiation : principaux éléments du contexte ».
3. Ces auteurs soulignent, dans le cadre éducatif qu'une des stratégies de médiation peut révéler une « attitude ethnocentriste » qui « affirme l'étendue des valeurs et le refus des valeurs de l'Autre en transformant différences et conflits en manques », M. PRIVAT, Y. REUTER, *Lectures et médiation culturelle*, actes du colloque de Villeurbanne, 1990, p. 66.
4. Cf. les travaux sur la culture des fans, entre autres, H. JENKINS, *Textual poachers, Television fans and participory culture*, New York, Routledge.
5. Sur chacun de ces points, voir les travaux de Dominique POULOT, *Musée, nation, patrimoine*, Gallimard, Paris, 1997 ; Marc FUMAROLI, *L'État culturel*, Gallimard, Paris, 1991 ; Philippe URFALINO, *L'Invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation française, 1996 ; Bernadette DUFRÈNE, *La Création de Beaubourg*, Grenoble, PUG, 2000.
6. Enquête sur le public du Centre Pompidou, décembre 2000.
7. Directive nationale d'orientation des crédits déconcentrés de la culture, 9 février 2001.
8. Par exemple les créations ouvertes à la population de la Fabrique Théâtrale de *Culture Commune* dans le Pas-de-Calais, comme le spectacle *501Blues* des ouvrières de Levi's.
9. M. David, responsable éducation-culture à Roubaix, souligne « que dans un même festival, on peut programmer de la musique baroque comme du Raï, sans pour autant que ces pratiques relèvent de la mixité : chacun son public et ces publics ne se fréquentent pas » (colloque *Espaces et territoires*, Roubaix, juin 2002), communication publiée dans *Études de Communication*, n° 26, université de Lille 3, 2003, p. 45-53.
10. Cf. notamment les actes des colloques animés par le groupe de travail Culture et Médiations de la Sfsic.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- CAUNE, J., *Pour une éthique de la médiation*, Grenoble, PUG, 1999.
- DAVALLON, J., *L'Exposition à l'œuvre*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- DE LA BROISE, P., GELLEREAU, M., « De l'atelier à l'atelier : la friche industrielle comme lieu de médiation artistique », à paraître in *Les Médiations de l'art contemporain*, Publics et culture, Actes sud, 2004.
- DUFRÈNE, B., *La Création de Beaubourg*, Grenoble, PUG, 2000.
- DUFRÈNE, B., GELLEREAU, M., « La médiation culturelle : métaphore ou concept ? Propositions de repères », actes du XII<sup>e</sup> congrès Sfsic, *Émergences et continuité dans les recherches en communication*, Paris, 2001.

Bernadette Dufrêne et Michèle Gellereau

GELLEREAU, M., «Le récit incarné de la visite guidée», in CAUNE, J., DUFRÈNE, B. (dir.). *Médiations du corps*, Grenoble, université Grenoble 3-université P. Mendès France, 2000, p. 101-109.

HENNION, A., *La Passion musicale, une sociologie de la médiation*, Paris, A.-M., Métallié, 1993.

JACOBI, D., «Communiquer par l'écrit dans les musées» in *La Révolution de la muséologie des sciences*, Lyon, PUL, 1998.

JEANNERET, Y., «La médiographie à la croisée des chemins : poétique sociale de la trivialité et/ou critique de la raison appareillée», *Cahiers de médiologie*, n° 6, 1998.

JEANNERET, Y., *Lettre d'Inforcom*, n° 60, hiver 2001-2002.

LAMIZET, B., *La Médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 2000.