

LA MEDIATION CULTURELLE

Sommaire

CHAPITRE I: Définition de la médiation culturelle	p 2
1. Définitions: la médiation et le médiateur	
2. Les formes de la médiation, la question du public	p 4
3. Les missions de la médiation	p 6
4. Nouvelles formes d'art, nouvelles médiations?	P 8
CHAPITRE II: LES FINALITES DE LA MEDIATION CULTURELLE	p 11
1. Exemples de médiation	
2. Médiatiser en tant que communicant	p 13
3. Médiatiser en tant que gestionnaire	p 13
4. Produire du sens	p 14
5. Pour Bourdieu : « la médiation n'est pas un privilège de nature mais il faudrait et suffirait que tous possèdent les moyens d'en prendre possession pour qu'elle appartienne à tous » --> fonction éducative	
6. Loi du 29 juillet 1998 sur la lutte contre les exclusions : « légal accès à tous, tout au long de la vie, à la culture ». => fonction citoyenne	p 15
7. Par Dominique Chavigny : déclaration liminaire sur la nécessaire médiation (1993) La démocratisation de l'accès à la culture implique le développement des démarches d'appropriation de l'art vivant, du patrimoine artistique et culturel.	P 15
8. Nécessaire mobilisation de la part du médiateur	p 16
9. Théories des auteurs sur le rôle des médiateurs	p 16
CHAPITRE III: La médiation culturelle du territoire	p 18
1. Rappel des missions du médiateur culturel	
2. Les rôles des collectivités territoriales	p 19
CHAPITRE IV: Le rôle du médiateur culturel: différentes logiques d'interrogations?	P 22
CHAPITRE V: La médiation culturelle en pratique	p 26
1. Les métiers de la médiation culturelle	
2. Qualités ou profil requis	p 29
3. Les employeurs de la médiation culturelle	p 29
CHAPITRE VI: L'art au coeur de la cité... L'importance de la médiation culturelle	p 31
CHAPITRE VII: Synthèse et analyse du texte: <i>La médiation culturelle : une construction du lien social</i> de Jean Caune	p 32

CHAPITRE I: Définition de la médiation culturelle

1. Définitions: la médiation et le médiateur

Selon le dictionnaire, la médiation consiste à «servir d'intermédiaire entre une ou plusieurs choses».

Ainsi, le travail de médiation consiste à établir un dialogue avec le public, il est ici question de liens à tisser. La médiation s'opère dans tous les milieux dans des situations très différentes ainsi l'on peut être le médiateur dans un groupe d'amis, de collègues, de voisins, ...

Jean François Six dit de la médiation «c'est la relation entre deux, l'espace vide autour duquel on se rencontre, la table qui sépare et réduit, le troisième terme qui fait le lien, qui permet aux «deux» de trouver sens, l'un par l'autre.»

Ce qu'Etienne Leroy, anthropologue, dit de la médiation :

«La médiation valorise la recherche de l'adhésion de l'acteur à une solution la plus consensuelle possible, limitant en cela considérablement l'intervention de la tierce partie. Au moins dans sa forme de base, tout paraît négociable dès lors que les choix des parties sont déterminés par le maintien ou l'approfondissement de leurs relations dans le futur.»

LE MÉDIATEUR

Sa définition à travers les siècles

La notion de «médiateur» est présente depuis bien longtemps dans notre histoire, puisqu'on considère que le mot lui même appartient à la langue française depuis le XIIIème siècle. Et son sens n'a que peu évolué depuis :

En 1314, Henri de Mondeville le définit comme «ce qui sert d'intermédiaire entre deux choses», et dans un texte de J. de Meun, on peut lire qu'il est «celui qui s'entremet pour créer un accord». Dans cette deuxième définition, on retrouve déjà, en plus de la notion de lien, l'idée d'arriver à l'entente de différentes parties.

Cette idée de médiateur diplomate est d'ailleurs de plus en plus importante par la suite. En 1473, Beautemps-Beaupré, dans son ouvrage *Coutumes et institutions de l'Anjou et du Maine* définit le médiateur comme «celui qui intervient pour procurer un traité, une paix»

L'aspect du médiateur «intermédiaire entre deux choses» se retrouve également dans la définition de la religion catholique, qui fait de Jésus le «médiateur entre Dieu et les hommes».

Tout au long de l'histoire et de nos jours encore, le médiateur est donc défini comme une personne de dialogue entre des parties, un lien de communication, tendant vers une action de recherche d'entente, pour trouver un accord entre des opinions divergentes ou a priori incompatibles.

On peut citer en ce sens Jean-Louis Lascoux, Secrétaire Général de l'Union Nationale des Médiateurs :

«Le médiateur est indépendant de toute autorité, impartial et neutre, garantissant discrétion et confidentialité. Ce professionnel doit, outre une expérience professionnelle dans le domaine de la résolution des conflits, avoir reçu une formation garantissant aux parties qu'il sait mettre en œuvre les moyens effectifs pour proposer et maintenir la qualité du cadre de la médiation.»

Le médiateur culturel

Le médiateur est donc un spécialiste chargé des relations entre plusieurs choses ou plusieurs parties en désaccord, puisqu'il s'agit pour lui de trouver à changer cette situation en trouvant à établir une entente.

Dans le domaine de la culture, il ne s'agit plus de diplomatie, d'opposition d'opinion, mais d'une distance entre la culture et ses acteurs, et les spectateurs de cette culture.

Le besoin est donc de faire un lien, de créer un dialogue entre ces deux sections, afin que les uns soient mieux compris et mieux approchés par les autres.

L'intérêt du médiateur culturel est d'assurer au plus grand nombre l'accès, aussi bien physique que social et intellectuel, à la culture.

Il se doit d'être neutre, de n'être ni le défenseur, ni le détracteur d'aucune des parties, et si sa fonction le mène à guider les populations vers la culture et l'art, il ne doit être ni juge ni avocat d'une part comme de l'autre.

Il doit faire se rencontrer une œuvre et son public, sans jugement de valeur pour l'auteur, sa réalisation, ou les spectateurs.

Et si en langue anglaise, on parle non pas de «médiation» mais «d'interprétation», le rôle du médiateur culturel n'en est que mieux défini : il s'agit de recevoir et d'interpréter ce qui émane des deux parts, public et offre culturelle, afin de concilier les deux. De plus, en terme de médiation artistique, le médiateur se fait l'interprète de l'art et des artistes pour une meilleure compréhension de la part des spectateurs.

Le métier de médiateur culturel

Il comporte plusieurs aspects, car les missions à mener touchent autant à la culture qu'au social, pour satisfaire les publics, qu'à l'économique pour les acteurs et structures culturelles sur lesquelles il travaille.

De plus, il s'agit avant tout d'un métier de communication, de langage, et il est donc soumis aux risques et aux pièges du discours. Cela nécessite une adaptation rapide en fonction des interlocuteurs, du cadre social de la médiation, et de la disposition des interlocuteurs auxquels il s'adresse.

En pratique, il étudie les publics de la culture, il conçoit des projets culturels et artistiques dans une logique d'accès au public concerné, et veille au bon déroulement de la mise en oeuvre de ces projets et actions.

Son but global est l'adéquation entre l'offre et la demande culturelle.

Il peut être appelé à intervenir sur l'un ou plusieurs de ces trois aspects en fonction des besoins du projet ou action. Il peut donc avoir la responsabilité totale ou partielle du projet, ou s'occuper simplement de tâches de terrain et de repérages des publics.

Le terme de médiateur ou de médiation dans d'autres domaines

On retrouve le concept de «médiateur» dans notre société au sein d'autres domaines que la culture. Et ces autres formes de médiateurs confortent la définition que l'on a donné précédemment.

Le terme de médiateur institutionnel existe depuis quelques temps.

Il s'agit d'une personne nommée par une institution, un organisme, une entreprise, ou toute autre structure, dans le but de régler des litiges et des conflits. Les rôles de ces médiateurs sont aussi divers que le nombre de structures qui les nomment. Ce sont elles qui créent la fonction du médiateur, et décident de son rôle précis.

On peut trouver des médiateurs de la SNCF ou au sein d'une entreprise pour régler les désaccords entre employeurs et employés

En droit administratif principalement, le Médiateur de la République est un poste très important : sa mission est d'aider les citoyens ayant des différends avec l'administration de l'Etat, des Collectivités Locales, ou de tout organisme de service public. Il permet de résoudre les conflits de manière plus simple qu'en passant par un tribunal.

Son rôle peut également être de conseiller les services de l'administration à travers la résolution de conflit, car il est habilité à faire des recommandations aux autorités compétentes pour régler les problèmes et à suggérer des propositions, afin d'améliorer leur qualité.

L'aspect « diplomatique » du médiateur se retrouve donc entièrement dans cette instance.

Dans la sphère philosophique, la médiation est l'action de servir d'intermédiaire entre un terme ou un être duquel on part, et un terme ou un être auquel on aboutit.

En psychologie, elle est le processus par lequel une connaissance sensorielle se transforme en une donnée intellectuelle (*Théorie de la médiation*).

2. Les formes de la médiation, la question du public

Lorsque l'on parle de médiation culturelle, on est dans un processus éducatif ; on met en liaison des éléments qui, ainsi agencés, feront ressortir une évidence qui n'est pas automatiquement visible. On parlera d'éducation "informelle" dans ce sens qu'elle n'est ni obligatoire, ni contrainte à un programme ou à une validation d'acquis.

La médiation correspond à un impératif à la fois social et politique.

La médiation culturelle est par essence un processus de mise en œuvre sociale ; elle fédère l'art et le public dans le seul but d'apprendre et d'apprécier. Elle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art et de culture, les publics et les populations. Le recours à cette médiation souligne la rupture sociale et culturelle intervenue dans les institutions et une catégorie de la population, tout en cherchant à la combler. Elle est aujourd'hui un mode particulier d'intervention d'une institution vers un public et tend même à être un mode de régulation sociale ; présence sociale de proximité, travail de réappropriation des normes et de re-création de liens sociaux... La médiation culturelle se propose en fait d'agir comme une pédagogie de la vie sociale.

La médiation est le moyen permettant d'ouvrir la culture à une population qui n'a pas reçu les clefs nécessaires à son accès. Il y a donc un impératif politique lié à la médiation. Il s'agit pour le médiateur de tisser un lien entre la culture et le public visé en définissant les critères sociaux, économiques ou géographiques qui l'en éloignent. Etant donné que c'est aux institutions publiques que revient ce devoir citoyen, le médiateur devra directement travailler en relations avec eux afin d'accomplir sa mission. Il s'agit donc ici d'une politique de démocratisation qui aborde les problématiques actuelles de ségrégations sociales. Elle cherche à éloigner l'aspect élitiste que l'on associe souvent au monde de la culture.

Le public vers lequel tend la médiation culturelle est flou. Groupe ou individu, la médiation, pour être effective, doit être réactive et adaptée au public. De là, on distingue deux médiations différentes :

- la médiation directe : le médiateur est présent, il se met en scène et s'appuie sur le public. Il doit savoir observer et anticiper les réactions des individus et en fonction, décider de réajustements éventuels, de changements de rythme, de modifications de parcours... Il doit pouvoir appréhender les différentes dynamiques de groupe.

- la médiation indirecte : dans ce cas, ce seront des propositions que les visiteurs pourront utiliser ou non en parcours libres. La médiation indirecte s'adresse à des publics potentiels qui utiliseront à leur guise et leur rythme des informations sur support (fiche d'aide à la visite, jeu sur support papier, vidéo ou autre...). Elle doit savoir anticiper les réactions des différents publics pour adapter à la fois ses contenus, ses supports et ses démarches et ainsi rester la plus pertinente possible.

Le rôle de la presse et des autres médias

Les médias, outil du médiateur, diffusent l'information qui permettra de mettre en avant les objets de la culture dans l'espace public.

Par le biais des médias, les événements deviennent des sortes de symboles populaires. De ce fait, la collectivité acquiert des marques d'identité, cela permet la sociabilité car elle donne des éléments en commun à chacun d'entre nous.

Ces médias qui véhiculent les informations constituent alors les formes de médiation culturelle. C'est par elle que nous nous reconnaissons les uns les autres. Les informations appartiennent désormais à notre savoir collectif.

3. Les missions de la médiation

Nécessité de la médiation

Comme vous avez pu le lire plus haut, la médiation culturelle est un processus qui permet la mise en relation et surtout la réduction de l'écart entre une personne et une œuvre.

La communication, l'action socio-culturelle et l'action culturelle font partie de la médiation.

- **La communication** est un courant unilatéral de transfert de l'information qui donne le ton de la structure ou de l'événement, elle comprend tous les moyens mis en œuvre pour faire passer l'information.

Les objectifs de la communication sont de faire connaître, d'accroître la visibilité et d'assurer la promotion d'un établissement, d'un événement.

- **L'action socio-culturelle** regroupant les actions menées par des médiateurs, des animateurs, ainsi que toutes les personnes qui travaillent dans des maisons de la culture, des maisons de quartiers, des maisons des jeunes, des associations...

L'action socio-culturelle, par l'intermédiaire des acteurs précédemment cités, cherche à favoriser les pratiques amateurs tant dans le cadre des loisirs que des activités sociales (ateliers d'alphabétisation, de resocialisation...).

Cette action qui s'adresse aussi bien aux jeunes comme aux plus vieux, se déroule dans un lieu particulier (MJC, maisons de quartiers...) qui a un objectif social déterminé. Il s'agit, en effet, principalement de faire connaître et reconnaître les minorités sociales. Ces objectifs font partie d'un processus de mise en œuvre sociale, dont l'action principale est l'acculturation c'est-à-dire l'ensemble des phénomènes résultant du contact direct et continu entre des groupes d'individus de cultures différentes et entraînant des changements dans les types culturels de l'un ou l'autre de ces groupes ou des deux. (Déf. « Acculturation » du *Grand Dictionnaire Hachette*).

Les centres socio-culturels, et donc l'action culturelle, trouvent leur origine dans l'animation sociologique dans années 50-60. A l'époque, de grands ensembles se sont construits dans les périphéries, là où de grands groupes culturels se sont mis à vivre ensemble. Par la suite, l'arrivée des ruraux, des anciens combattants, de quelques groupes d'ouvriers, constituait la deuxième grande période de l'exode rural. Ces changements ont provoqué la création de centres socio-culturels dont les objectifs étaient de créer un groupe uni et capable de vivre ensemble.

- **L'action culturelle** est un moyen mis en œuvre pour mettre en relation des créations contemporaines avec l'ensemble des populations d'un territoire dans le but de permettre à chacun de maîtriser la réalité culturelle de son environnement et d'en comprendre la réalité artistique.

L'objectif de l'action culturelle est la démocratisation culturelle, une philosophie centrale dans le modèle français de politique culturelle mis en place sous André Malraux au ministère des Affaires culturelles dans les années 60. Cette conception de la politique culturelle peut se définir, en référence aux termes du décret du 24 Juillet 1959, comme « l'ambition de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de l'a France, au plus grand nombre possible de français ». Cette

conception a donc pour objectif de réduire les freins à la fréquentation des œuvres du patrimoine et de la création contemporaine, notamment à travers la mise en œuvre d'un programme d'aménagement culturel du territoire, dont les maisons de la culture et la politique de décentralisation théâtrale demeurent des symboles.

Par ailleurs, l'action socio-culturelle cherche davantage à développer la démocratie culturelle, une idée qui s'est développée et diffusée en France des les milieux de l'art et de la culture, dans le sillage de mai 1968. Cette conception fonde une stratégie politique alternative, très présente dans le monde anglo-saxon.

Cependant, il est important de notifier que l'action culturelle soulève quelques problèmes. En effet, l'action culturelle des pouvoirs publics s'est trouvée confrontée à un dilemme très bien résumé par le slogan « Egalité d'accès à la culture ». Cela soulève deux revendications culturelles :

- comme nous pouvons le voir dans les travaux de Bourdieu, l'accès à la culture est très largement synonyme de privilège ;
- le fait que la qualité en art soit de mesurer le degré d'avant-gardisme, exclut les non-initiés.

Pour faire face à ces deux revendications, quatre politiques ont été pratiquées :

- la première constituait à dénier le problème en laissant faire les choses sans intervenir, ce qui a eut tendance à provoquer l'exclusion ;

- la seconde rejetait également le problème mais cette fois de façon volontaire car elle avait décrété qu'il n'y avait pas de raisons que la culture n'aille pas à tous. Cette politique a connu quelques réussites mais aussi quelques échecs, notamment le sentiment d'indignité de ceux qui ne possédaient pas les repères, les clés de compréhension nécessaires pour comprendre des œuvres plus difficiles ;

- la troisième a fait l'opposé des deux premières ; on la compare à une fuite en avant. En effet, elle utilise le sentiment d'indignité évoqué précédemment comme une valeur positive et non plus négative, c'est-à-dire qu'elle revendique le droit à la différence en faisant l'éloge de la culture populaire.

D'un côté, cette politique valorise des formes d'expression authentiques, d'un autre côté, elle enferme les plus démunis dans leur dé privation puisqu'elle réduit l'art à une « culture », au sens de loisirs.

- la quatrième et dernière politique pratique également une sorte de fuite en avant, non pas dans le populisme, mais dans l'élitisme. Cela se traduit pas la favorisation de l'avant-garde sans prêter intérêt à la démocratisation. Cette politique flatte la classe dominante et prestigieuse, mais exclut les moins favorisés.

Nous venons donc de voir les différents éléments constitutifs de la médiation culturelle, néanmoins il est très important de ne pas confondre médiation culturelle et animation.

Médiation et animation

On parle de formation à la médiation et non par de formation de médiateur pour une bonne et simple raison qui est de ne pas faire miroiter de possibles nombreux emplois comme cela à été le cas pour animateur.

Il est important de définir les termes d'animateur et de médiateur. Un animateur se situe davantage du côté des publics tandis que le médiateur se préoccuperait davantage de l'œuvre et il crée un rapport entre l'œuvre et les publics.

Le métier de médiateur prend tout son sens dans le domaine artistique et culturel. Qu'il s'agisse de sensibiliser ou d'initier des publics, de former des praticiens amateurs, la médiation est nécessaire pour assurer le passage de l'œuvre au public.

Nous pouvons également dire que l'animation s'exerce davantage dans l'action socio-culturelle.

Qualités et compétences d'un médiateur

La mission du médiateur est de permettre l'accès à la culture par le plus grand nombre d'individus. Dans ce métier, le champ social cohabite avec celui de la culture.

Etant donné qu'il s'agit d'un métier verbal, le médiateur doit donc être sensible à tous les pièges du langage.

Il doit donc :

- avoir un réel intérêt pour la culture,
- être apte à communiquer avec tous les publics (initiés ou non, artistes, amateurs...),
- faire preuve de tact,
- être enthousiaste ;
- être dynamique,
- avoir l'esprit d'initiative,
- être créatif,
- pouvoir s'adapter à toutes les situations et cela assez rapidement,
- être ouvert d'esprit,
- avoir une large culture générale,
- avoir des compétences en langues étrangères, en gestion de projet, en marketing culturel...

On peut donc dire pour conclure que les médiateurs culturels sont des spécialistes chargés de la relation entre toutes les formes d'art, de culture ou de patrimoine et toutes les populations.

Ils leur incombent de donner du plaisir, des outils de lecture, de provoquer l'envie d'en faire davantage, de côtoyer le monde et l'environnement culturel qui entourent les différents publics.

4. Nouvelles formes d'art, nouvelles médiations ?

L'art évolue en même temps que la société. Il a pu, au cours du temps, être influencé par un modèle académique ou au contraire être en totale rupture, selon la période et selon le but recherché par l'artiste. Avec l'avènement de l'informatique, par exemple, on assiste à une nouvelle forme de création. Internet devient un lieu où les artistes s'exposent et par conséquent un lieu où une médiation est possible. Le changement des courants artistiques ou la naissance de nouvelles méthodes de création est lié au changement dans la société et notamment aux changements techniques. Il entraîne avec lui une modification des comportements face à l'art et donc de nouvelles formes de médiation.

L'art est en interaction avec la société dans laquelle politique, culture et espace public tissent entre eux des liens. L'espace public est né, selon Habermas, grâce à un « processus au cours duquel le public constitué d'individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État. » Pour Habermas, les réunions dans des espaces privés (salons, café...) ont contribué à la multiplication des discussions et des débats politiques. L'état et le politique interviennent donc dans le domaine culturel. Cette intervention repose et se justifie avec le préambule de la constitution, qui depuis 1946 dispose que « la Nation garantit l'égal accès de l'enfant et de l'adulte à l'instruction, la formation professionnelle et à la culture », le traité de Maastricht sur l'Union européenne qui fait figurer dans son article 3 au nombre des objectifs de l'action de la Communauté « une contribution à une éducation et à une formation de qualité ainsi qu'à l'épanouissement des cultures des Etats membres », le décret relatif aux attributions du ministre chargé de la culture qui lui donne pour missions de « rendre accessibles au plus grand nombre les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit et de développer les pratiques artistiques (...) », les lois de décentralisation de 1982 et 1983 qui n'ont pas réservé de compétence particulière à une collectivité publique en matière de spectacle vivant.

Aujourd'hui l'état mène des politiques culturelles, il intervient à plusieurs niveaux et notamment à celui de la création artistique grâce à la commande publique ou aux subventions. Pour le ministère de la culture, la commande publique est une priorité de son action. L'art peut contribuer ainsi à la création de nouveaux espaces dans les plans de réaménagement urbains. L'art contemporain est présent dans l'espace public que ce soit dans les jardins, auprès des monuments historiques ou sur Internet. Il est visible sous de multiples formes : art des nouveaux médias, photographie, lumières.... 45 projets environ sont menés chaque année. L'œuvre de Bernard Piffaretti, créée pour la Salle d'Audience de la Cour administrative d'appel de Paris à l'Hôtel de Beauvais est un bon exemple de la présence de l'art contemporain dans l'espace public. Il faut préciser que ces commandes sont passées par la DRAC et les collectivités territoriales pour moitié d'entre elle et par le Centre National de Arts Plastiques pour l'autre moitié.

L'état intervient aussi dans d'autres secteurs culturels. Cela c'est traduit malgré les alternances politiques par un engagement de l'Etat en faveur de la création artistique mais aussi par une volonté de développement culturel dans le domaine du spectacle vivant. La politique culturelle s'est enrichie depuis l'après-guerre d'une histoire qui passe par la création du ministère, jusqu'au fort développement des politiques culturelles de l'Etat et des collectivités locales.

Aujourd'hui, état et collectivités territoriales se partagent les compétences en matière culturelle et notamment en matière de spectacle vivant. L'état passe des commandes musicales ou dramatiques à des artistes, il place sous sa tutelle des établissements tels que l'Opéra de Paris ou bien la Comédie Française. Les Directions Régionales des Affaires Culturelles, elles, doivent assurer la mise en œuvre de la politique culturelle de l'Etat dans le cadre des directives ministérielles. Elles sont chargées notamment d'attribuer la plus grosse partie des subventions destinées au milieu culturel.

Les institutions culturelles structurent l'espace public, elles ont donc une réelle influence dans le monde artistique. Si l'art trouve sa place dans cette sphère, il en a également une au sein du domaine privé et là encore, la société aura une influence.

L'intervention de l'état dans le domaine culturel permet de créer des relations au sein de la société. L'art se retrouve aussi bien dans la sphère du privé que dans celle publique. L'art qu'on trouvait avant dans les salons s'est déplacé dans les musées et il est aujourd'hui sur Internet. L'art se retrouve donc à tous les niveaux, il est dans le paysage urbain mais aussi à la télévision, dans les salons des particuliers. Mais le public ne voit pas forcément la même chose dans ces multiples vecteurs de l'art. Tout le monde n'a pas le même rapport à l'art qui souvent se confronte à un public qui n'a pas l'habitude de le côtoyer.

C'est de la responsabilité de l'état et du politique de modifier les comportements de cette majorité de la population. Pour cela, l'état développe le domaine socio-éducatif dans le milieu culturel. Il propose aussi une politique tarifaire simple et attractive pour accentuer ce processus de démocratisation des pratiques d'accès aux institutions et productions artistiques. Une autre priorité de l'état est de sensibiliser, dans le cadre de l'éducation, de nouvelles classes d'âge aux réalités de la pratique et de l'offre artistique. Pour ce faire, l'état crée des liens entre le système éducatif et les métiers de la culture.

Les frontières deviennent minces entre l'espace public, les artistes, leurs œuvres et l'espace privé. La rencontre entre l'œuvre et le public peut se faire par hasard. Si l'art a besoin d'une médiation pour être compris, il faut peut être penser à de nouvelles formes de médiations qui viendraient s'associer aux nouvelles présences de l'art et à ses nouvelles formes.

Depuis que Duchamp a remis en cause l'institution muséale, l'art peut se retrouver dans la rue, dans le paysage urbain, comme au musée, les moyens de communication utilisés autour de l'art sont remis en cause. Le public accède à l'art beaucoup plus facilement surtout avec le développement d'Internet. Internet est aujourd'hui un espace de création et est en même temps un support de communication et de médiation de l'art. Le Web permet d'obtenir des informations sur l'art et des reproductions d'œuvres, c'est une galerie qui peut développer la marchandisation ou la connaissance de l'art.

L'artiste peut dans cet espace devenir médiateur de sa création, il peut expliquer comment consulter le site et devient ainsi conseiller technique, il peut mettre en ligne son CV, peut proposer de répondre à des sondages au sujet de sa création... L'artiste prend en charge les rôles sociaux qui appartiennent en théorie au médiateur culturel.

Internet met en place par son utilisation plusieurs formes de médiations : l'internaute est lui-même médiateur. Pour trouver l'art sur le net, il produit un mot clé. Vient ensuite la médiation des moteurs de recherche qui présentent l'art en catégories. La troisième médiation est celle proposée par l'artiste lui même.

Les nouvelles formes de médiations sont liées à l'apparition de nouvelles techniques. Ces techniques peuvent être utilisées dans l'espace public que ce soit un musée ou dans la ville elle-même. Les technologies ont introduit des nouvelles formes de médiation, comme le cyberévènement, mélange de virtuel et de réel utilisé pour mettre en place des cyberexpositions, par exemple. D'autres médiations sont en cours

de réflexion, comme le concept d'archives vivantes pour l'audiovisuel des musées, les dispositifs cognitivo-sensoriels, la critique des arts numériques... Toutes ces nouvelles formes de médiations prennent place dans l'espace public, un espace où les individus sont confrontés à l'intervention de l'Etat.

CHAPITRE II: Les finalités de la médiation culturelle

1. Exemple de médiation

- **concevoir la programmation d'un théâtre ou la politique culturelle d'une ville**
- **l'organisation de programmes d'activités culturelles**

A qui s'adresse t-on? Quelle image souhaite t-on véhiculer? Il est important de se positionner selon l'actualité politique et culturelle. Une programmation n'est jamais anodine ou hasardeuse. Elle se fait dans le présent, dans la réalité artistique. Il s'agit de réunir des équipes fortes, des collaborations audacieuses. Connaître son public et se positionner en fonction.

- **rechercher des subventions sur <http://www.aides-aux-projets.com/> et le guide d'Aide aux Projets**

Il ne faut pas hésiter à solliciter l'aide des entreprises ou fondations pour faire un partenariat, des particuliers pour le mécénat et les collectivités locales ou les conseils régionaux, les mairies, qui peuvent également trouver un intérêt à financer les projets culturels. Il existe aussi des aides à la création se renseigner auprès des DRAC. ex: Le Dicréam pour aider des formes de création comme le cirque...

- **organiser des expositions**

La solution artistique : rassembler des œuvres qui ont aussi une qualité éducative permet de ne pas se fermer à des publics qui pourraient être indifférents, voire réticents au thème abordé.

La solution pédagogique : sensibiliser le public à se poser des questions sur des sujets divers et variés et de susciter leur envie de débattre ou de donner leur opinion sur la chose étudiée.

La solution "artistico-pédagogique" : C'est à la fois, sensibiliser le néophyte, en éduquant le curieux afin qu'il débattre avec l'érudit. Pour obtenir un écho favorable du public, comme des institutions ou des médias, il faut tenter de rapprocher votre exposition d'une manifestation d'ampleur.

- **gérer une salle de spectacle.**

Tout dépend de la licence attribuée à la salle, pour cela plusieurs sont nécessaires :

La licence N°1, je diffuse uniquement

La licence N°2, je suis organisateur et producteur

La licence N°3, je suis organisateur, producteur, diffuseur.

Il est obligatoire de souscrire une assurance responsabilité civile et dommages couvrant les dégâts matériels occasionnés à la salle, dégâts des biens et sinistres occasionnés aux personnes. Au plus tard, ces assurances doivent être souscrites le jour

de la manifestation. Mais il est bon d'y penser avant : loueurs de salles ou de matériels sont en effet en droit de réclamer l'attestation.

- **créer des événements pour une ville ou une entreprise par exemple.**

Il s'agit de mettre en relation les services entre eux. (par exemple entre les différents services de mairie et les acteurs de l'événement). Ces services n'ont pas le même "langage" ou les mêmes intérêts dans le travail, il faut donc connaître chacun des services pour orienter au mieux les deux parties.

- **monter une tournée, accueillir les artistes...**

Tout se joue sur le relationnel et la communication. Être à l'écoute des artistes et veiller à la diffusion d'une publicité cohérente (financièrement et artistiquement) selon l'événement.

- **la gestion des manifestations, de festivals, d'événements culturels.**

Faire un plan de marchéage pour que les coûts et risques soient envisagés. Être capable de tenir une comptabilité saine.

- **la coordination des équipes chargées des pédagogies et de l'animation des groupes sociaux auxquels ces programmes sont destinés:**

Un maître mot : animation. Faire preuve d'originalité : un happening ou une performance, une conférence ou un débat, une projection ou un showcase... En bref, créer l'événement autour de votre manifestation. En fonction du type et du sujet de l'événement, chercher à mettre en place des animations interactives. Toutes ces animations, permettront de faire parler de la manifestation

- 1) médiatiser en tant que gestionnaire

Les métiers de la médiation culturelle

Les métiers en lien direct avec la médiation culturelle sont nombreux, ils peuvent parfois se retrouver dans les mains d'une seule personne lorsqu'il s'agit de petites structures.

Le point commun de ces différents métiers est le désir de créer un pont entre artistes et publics pour que la complexité des œuvres soit compréhensible par le plus grand nombre.

Il faut bien sûr posséder des qualités de relationnel, un goût prononcé pour la culture générale mais aussi des connaissances en gestion et droit.

Le gestionnaire

Le gestionnaire est le plus souvent un administrateur. C'est une personne responsable de planifier, d'organiser, de diriger et de contrôler le travail effectué par un groupe de personnes en vue de réaliser un ou des objectifs. Peut être un fonctionnaire chargé de la direction d'un service pour un département ou un ministère.

Les missions d'un gestionnaire peuvent être la gestion des crédits, l'élaboration des prévisions budgétaires, l'affectation du personnel, l'organisation matérielle, et d'autres fonctions en rapport avec l'administration.

Les missions du gestionnaire en médiation culturelle

En tant que gestionnaire, les missions peuvent être variées, il peut s'agir de la gestion de manifestations, festivals ou événements culturels, de l'organisation de programmes d'activités culturelles ou encore de la coordination des équipes chargées des pédagogies et de l'animation des groupes sociaux auxquels sont destinés ces programmes.

2. Médiatiser en tant que communicant

La communication

Communiquer c'est, avant toute chose transmettre quelque chose à quelqu'un.

Dans le domaine de la culture, tout l'art du communicant est de faire croire au public qu'il sait déjà une partie de ce qu'il lui dit. Pour être compris par son récepteur et à savoir par son public, il ne faut laisser transparaître ni doute ni nuance dans la communication : il faut une information brève, claire est efficace.

Dans le domaine culturel, la communication, qui a pour objectif principal de donner envie d'aller voir, est assez récente : le premier service de communication au Musée des Arts décoratifs est créé en 1970. En France, la concurrence étant assez rude dans le domaine, il faut créer l'événement pour avoir un fort impact sur le public et attirer ses cibles.

Par ailleurs, outre le fait d'attirer le public, la médiatisation en tant que communicant va contribuer à accroître la notoriété de l'établissement culturel en question, si elle est efficace.

Le feed back

Pour établir un contexte relationnel préalable efficace afin de créer un feed back entre l'émetteur (le communicant) et le récepteur (le public), il y a deux niveaux importants : tout d'abord le niveau de langage c'est-à-dire le langage des mots mais aussi le langage non verbal, qui est d'une puissance redoutable.

3. Médiatiser en tant que gestionnaire

Nous avons vu que les médiateurs ne sont pas des créateurs, ce sont des intermédiaires qui construisent ou suivent des projets culturels. Il est au cœur de l'activité culturelle et crée un échange entre les acteurs, le public et la culture.

Ils peuvent être gestionnaire ou communicant mais peuvent aussi cumuler ces deux fonctions lorsqu'il s'agit de projets très importants ou lorsqu'ils sont employés dans des petites structures. Le statuts des médiateurs sont aussi variés que leurs missions, ils peuvent occuper un poste de fonctionnaire dans le secteur public aussi bien que celui de salarié pour une entreprise ou une association.

Quelques exemples de missions

Ils organisent des expositions, gèrent une salle de spectacles, créer des événements pour une ville ou une entreprise, accueillir les artistes, gérer des manifestations, entretenir des relations presses ou clients..

Les employeurs

Un médiateur culturel a la possibilité d'être employé par les collectivités territoriales, les institutions culturelles privées ou publiques, les entreprises culturelles, les associations ou encore les centres culturels.

4. Produire du sens

Le médiateur est celui qui aide à la re-présentation

Les médiateurs culturels sont de " nouveaux intermédiaires culturels " qui viennent occuper un terrain sur lequel les ont devancés auparavant les instituteurs, les animateurs, les éducateurs... Ils reprennent ainsi cette fonction pédagogique. Ils donnent du sens, transmettent des clés de compréhension.

Cependant la médiation culturelle s'inscrit dans le champ ce que l'on appelle l'éducation informelle. A la différence de l'éducation, au sens usuel du terme, l'éducation informelle n'est ni obligatoire, ni contrainte par un programme exhaustif à dispenser, ni par une validation des acquis à organiser. Ces visées sont tout à la fois éducatives (sensibilisation, initiation, approfondissement...), récréatives (loisir) et citoyennes.

Le but de ces actions est que les populations et les groupes maîtrisent cette réalité culturelle qui les entoure.

Ainsi « Il arrive que l'art et la culture revêtent des formes tellement insolites et brutales que leur sens semble perdu pour le public. Dès lors, il nous incombe d'être des donateurs de sens, des interprètes ». Julia Kristeva, *Sens et non sens de la révolte*, Fayard, 1996, pp. 22-23.

Plus une idée est complexe, parce qu'elle a été produite dans un univers autonome, plus la restitution est difficile, d'autant plus si elle est en direction d'un public ne possédant pas l'habitus (selon Bourdieu) nécessaire à la compréhension.

Dans le but de proposer des approches adaptées à chaque niveau de compréhension, le médiateur culturel diversifie les moyens pour solliciter tour à tour les sens, les émotions et les capacités réflexives. Mais attention, dans ce travail de médiation, il faut éviter les dérapages, les glissements de sens. Les moyens d'approche doivent être choisis afin de ne pas induire en erreur sous prétexte d'ouverture. Il faut également faire attention à ne pas tomber dans la caricature sous prétexte de rendre accessible.

5. Pour Bourdieu : « la médiation n'est pas un privilège de nature mais il faudrait et suffirait que tous possèdent les moyens d'en prendre possession pour qu'elle appartienne à tous » --> fonction éducative

Dans les années 60, le sociologue Pierre Bourdieu dirige une recherche collective sur les publics des musées. Cet ouvrage, *L'amour de l'art*, puis d'autres par la suite, posent les premiers jalons d'une sociologie de l'art et de la culture. Aussi, est ce une entrée à de nouvelles problématiques et à l'analyse des différentes conditions sociales permettant l'accession à la connaissance. Ce qui lui permet de démontrer que : « La culture n'est pas un privilège de nature mais qu'il faudrait et qu'il suffirait que tous possèdent les moyens d'en prendre possession pour qu'elle appartienne à tous ».

En effet, l'accès aux musées, pour ne prendre que cet exemple, est à la fois ouvert à tous et fermé au plus grand nombre. Une prédisposition par le capital culturel, c'est à dire produit à la fois par le système scolaire et familial, dans un milieu et une éducation propice, facilite évidemment l'approche artistique. Le plaisir de contempler un tableau

ou même d'écouter un opéra serait le produit de normes sociales, qui ne toucherait alors pas toutes les franges de la population. Dans cette perspective d'inégalité, la médiation culturelle pourrait être un moyen d'appropriation efficace.

6. Loi du 29 juillet 1998 sur la lutte contre les exclusions : « légal accès à tous, tout au long de la vie, à la culture ». => fonction citoyenne

La loi 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions, prévoit dans son article 140 « l'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs ». Ceci se révélant inscrit comme un « objectif national ». « La réalisation de cet objectif passe notamment par le développement, en priorité dans les zones défavorisées, des activités artistiques, culturelles et sportives (...) ». « L'Etat, les collectivités territoriales, les organismes de protection sociale, les entreprises et les associations » doivent contribuer à la réalisation de ce but. Par la mise en place de programmes d'action visant à défendre et à développer les pratiques culturelles et artistiques au sein de la population et « en priorité dans les zones défavorisées ».

C'est à ce titre que naît le travail du médiateur culturel, délégué par des établissements publics, associatifs ou privés, et qu'il trouve sa nécessité. Dépassant le simple engagement professionnel et personnel, le travail du médiateur relève d'une véritable fonction citoyenne. Dans la mesure où sa démarche plus qu'une activité professionnelle s'apparente à un engagement voir à un devoir, celui de rendre accessible la culture et les pratiques culturelles à tous et à chacun. Par son travail, inscrit dans de programmes d'action concertés, il permet « de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté » de tous. La citoyenneté se comprenant comme un ensemble de devoirs et de droits tels que « l'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs. »

7. Par Dominique Chavigny : déclaration liminaire sur la nécessaire médiation (1993) La démocratisation de l'accès à la culture implique le développement des démarches d'appropriation de l'art vivant, du patrimoine artistique et culturel.

Michel Chavigny dans sa "déclaration liminaire sur la nécessaire médiation" (1993) précise le rôle de l'Etat dans le domaine de la culture; La démocratisation de l'accès à la culture implique le développement des démarches d'appropriation de l'art vivant, et du patrimoine artistique et culturel. Les pratiques de la médiation artistique et culturelle désignent aujourd'hui ces démarches d'appropriation et les modalités de mise en relation de la production artistique avec les publics. La médiation artistique et culturelle constitue un des outils essentiels d'une politique de démocratisation de l'accès à la culture, à l'égard des publics les plus éloignés de l'offre, en fonction de leur situation sociale, économique ou géographique.

Les pratiques de la médiation ne peuvent se confondre avec celles de l'animation. Elles requièrent des didactiques, des connaissances et un investissement particulier de la part des professionnels de la culture, du secteur de l'animation ou du champ social. La médiation artistique et culturelle déclenche et accompagne les démarches d'appropriation des œuvres. Cette approche ne peut se confondre avec une simple instrumentalisation de la culture dans une recherche de « médiation sociale ».

L'aménagement culturel implique l'identification d'un territoire à partir duquel peut

s'opérer une mobilisation optimum des ressources humaines et des structures et Une mise en réseau des institutions artistiques et culturelles avec les partenaires locaux. Pour mettre en oeuvre une politique culturelle il faut mobiliser les compétence pour développer la fonction de médiation artistique et culturelle.

8. Nécessaire mobilisation des connaissances de la part du médiateur.

La mobilisation de connaissances est le processus de transformation des connaissances en actions concrètes dans l'intérêt du plus grand nombre. Car, pour optimiser l'expertise qu'il offre au plus grand nombre, le médiateur doit avoir un panel de savoir et savoir-faire.

Dans le cas d'animations de publics ou de projets culturels; le médiateur culturel doit avoir une culture générale en histoire, histoire de l'art, archéologie, histoire des sciences et des civilisations, urbanisme, architecture, ethnographie, etc.

De plus, le médiateur doit connaître le contexte socio-économique et culturel local pour élaborer la médiation en fonction des différents publics. Il se doit de posséder des notions de communication et de comptabilité, des principes d'organisation événementielle, des techniques de marketing, des outils pédagogiques et surtout la faculté de comprendre et s'exprimer dans une ou plusieurs langues étrangères.

Dans le cas de développement de partenariats; le médiateur culturel mobilise des règles de procédures administratives, techniques et financières afin de créer une synergie entre les partenaires publics et privés. Il est nécessaire qu'il connaisse les acteurs du réseau des partenaires culturels. Il pourra ainsi identifier le collaborateur stratégique qui agira avec la structure cliente.

Dans le cas d'évaluation de publics, structures ou d'action culturelles; le médiateur mobilise les savoir-faire suivants : l'organisation d'enquête de satisfaction, l'analyse des effets et impacts des projets vis-à-vis des objectifs définis en amont, et l'exploitation des résultats de ses recherches en vue de futurs projets.

9. Théories des auteurs sur le rôle des médiateurs

a. pour Elisabeth de Rotalier

Elisabeth de Rotalier: *responsable de l'agence Yin, une agence de communication et de marketing, précédemment directrice générale adjointe de Thompson Connect.*

Pour elle, un bon médiateur doit savoir fournir les informations nécessaires pour pouvoir mieux "comprendre" une oeuvre et la situer, mais sans forcer un jugement, sans "obliger" à voir tel ou tel trait, en laissant libre et spontanée les réflexions et appréciations. Il faut attirer l'intérêt vers l'oeuvre, sans pour autant se poser au centre de la relation entre celle ci, et celui qui la contemple. "Notre travail de médiateurs, c'est de rendre possible la démarche volontaire vers une oeuvre, de faire en sorte que la rencontre se fasse..."

b. pour Manée Teyssandier

Manée Teyssandier: *Présidente de l'association Peuples et Culture, réseaux d'associations de culture populaire qui luttent contre les inégalités culturelles et le droit au savoir.*

Pour elle la médiation n'a pas forcément besoin d'un médiateur professionnel, qui se

chargerait seul de mettre en contact public et art: en effet, celle ci doit être faite non pas à travers une collection d'informations fournies selon un système de progression mais de questionnements, d'activités, d'observations, de discussions dont le but est de "changer" la personne, de remettre en question son point de vue sur l'art en général, et possiblement sur une certaine oeuvre en particulier. La médiation peut prendre place notamment dans des rencontres bien orientées entre amateurs et artistes confirmés, par exemple dans des ateliers permettant à chacun de créer, et ainsi de pouvoir voir l'art sous cet autre angle qu'est celui de l'auteur, donc de glaner des informations, des références autres que celles apprises "scolairement".

Aussi cela serait cette réunion, cette association de personnes qui aurait rôle de médiateur, plus que un individu particulier. *"Le mot qui serait le plus proche pour désigner notre action serait un mot plus ancien comme celui de compagnonnage, qui rend mieux compte de l'idée d'acte humain, d'initiation, de facilitation."*

c. **Antoine HENNION** : Principales thèses sur la médiation culturelle

Directeur du Centre de Sociologie de l'Innovation, Ecole nationale supérieure des mines de Paris Membre du Conseil scientifique du Musée de la musique Séminaire CSI/CNRS/Ecole des Hautes Etudes en Sciences sociales (avec J.-M. Fauquet), « Aimer la musique. Sociologie de la musique, histoire de l'amateur, musicologie du goût » Antoine Hennion mène des travaux en sociologie de la musique et de la culture, sur les industries culturelles (industrie du disque, production du rock, enseignement, renouveau baroque etc...), la publicité et le design, sur les médiateurs, les services et les usagers.

Il travaille actuellement sur une analyse comparative de diverses formes d'attachement, à travers une enquête sur les amateurs et, avec J.-M. Fauquet, musicologue au CNRS, il mène un travail historique sur la formation du goût pour la musique classique, en particulier à partir du cas de Bach en France au 19e siècle. Sur ces domaines, il s'est attaché à définir une sociologie qui, partant des médiations par lesquelles s'établit une relation avec des objets, s'intéresse au goût comme un accomplissement. Une médiation n'est ni une cause, ni un effet : elle est arrêt, appui, avant l'avènement d'une nouvelle configuration. L'analyse échappe ainsi au débat dualiste entre esthétique et sociologie de la culture : le goût ne craint pas la révélation de déterminations cachées qu'il ignorerait, il les recherche pour produire de nouveaux effets. Les médiations font surgir à la fois les objets du goût, les amateurs qui s'en saisissent et le cadre qui permet à leur relation de s'éprouver. Les univers du goût se construisent en s'appuyant sur des lieux organisés, des corps entraînés, des écrits, des instruments et des objets matériels divers. Le goût n'existe pas sans ces systèmes d'appréciation collectifs et instrumentés, qui l'inscrivent dans une histoire ; et il ne cesse de produire lui-même sa propre interrogation sur ce qui le détermine, sur la qualité des objets, sur la nature de l'attachement lui-même. Ainsi redéfini, le goût est moins un objet à expliquer qu'un domaine-clé où saisir la formation croisée des subjectivités et des collectifs, des objets qui nous font et des autres avec lesquels nous vivons, des relations entre nous-mêmes et nos corps. Les recherches actuelles d'Antoine Hennion portent sur les amateurs et le goût, à travers l'analyse comparée de différents domaines (musiques, vin, sport...), et la mise en évidence de divers formats de l'attachement, ainsi que sur l'analyse historique et musicale de la formation du goût pour la musique classique, à travers le cas de la France au 19e siècle (Bach en France, disqualification moderne du grand opéra français).

d. pour Luc Carton

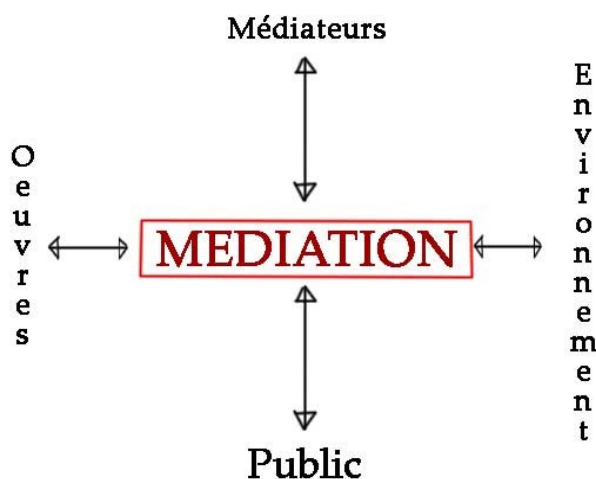
Luc Carton a fondé et dirige Market Strategies, une société d'experts en Shopability, spécialisés dans l'étude du comportement des internautes. Il est membre de [IUPA](#) (Usability Professionals' Association) Association américaine d'Experts en Usabilité basée à Chicago qui est la référence mondiale de la profession. Luc Carton a également élaboré une thèse sur le rôle du médiateur, ou plutôt un nouveau point de vue sur le médiateur, la création et le consommateur. Pour lui, la problématique de la démocratisation de la culture est obsolète. La production et la consommation culturelles se définissent par interaction, c'est-à-dire que création, transmission et consommation culturelles se définissent mutuellement, en assumant leur interdépendance. La médiation n'est plus alors le travail du messenger qui court du créateur au consommateur ; elle interroge au contraire le « pouvoir d'usage » du consommateur comme elle suscite le pouvoir d'interprétation du créateur, au point de leur proposer les modalités d'une action commune.

Selon Luc Carton, l'œuvre d'art et la médiation impliquent un rapport social. La culture n'appartient plus au monde du non sens et de la marginalité, elle apparaît pleinement comme l'action d'interpréter le monde et de contribuer à le transformer. Le préalable de l'action collective est une longue discussion dans le monde et sur le monde où plusieurs solitudes accouchent du mouvement social..

CHAPITRE III: La médiation culturelle du territoire

1. Rappel des missions du médiateur culturel

Petit schéma récapitulatif :



Ce schéma souligne le rôle du médiateur culturel qui consiste à mettre en relation œuvres et public, tout en tenant compte des particularités de ces derniers, en ayant toujours en tête l'environnement, qu'il soit économique, social... Le médiateur peut apprendre des choses au public, à condition qu'il fasse l'effort d'aller vers les lieux et les événements de culture. Il faut avoir en tête qu'il a trois fonctions principales :

- 1 - La communication, qui est une relation entre un émetteur et un ou

plusieurs récepteurs. Il n'y a pas d'échanges réels.

2 - L'action socio-culturelle, le but étant de cultiver le groupe social, de l'intégrer, de mixer les cultures. Il s'agit de faire ressortir le côté artiste des individus.

3 - L'action culturelle, regroupe les moyens mis en œuvre par les services publics pour mettre en relation la création contemporaine, la richesse du patrimoine avec l'ensemble de la population, dans le but de permettre à chacun de maîtriser la réalité culturelle de son environnement. C'est le point que nous allons développer dans cette partie.

Le territoire:

De tout temps l'homme s'est préoccupé de l'organisation du territoire qu'il investissait. Cette attention est de plus en plus présente, au fur et à mesure que la société s'urbanise. C'est un enjeu capital du point de vue culturel actuel.

Le dictionnaire donne la définition de territoire comme une « étendue de terre qui dépend d'une autorité, d'une juridiction ». L'enjeu est donc politique, social, mais aussi culturel.

Le paysage en tant qu'environnement est parfois soumis à des problèmes d'évolution en fonction de l'économie, du social, du naturel. Il est donc nécessaire de prendre en charge l'organisation et la gestion d'un patrimoine afin de satisfaire la demande sociale (ex : le parc volcanique de la Chaîne des Puys), la demande économique (aménagement du territoire) ou tout simplement pour surveiller l'évolution naturelle. Le médiateur culturel peut donc être associé à ce genre de projet, et sera investi de sa mission par les collectivités territoriales.

2. Les rôles des collectivités territoriales

Un petit tour vers les emplois culturels...

Les emplois et les professions sont difficiles à comptabiliser, par exemple les statistiques de l'INSEE ne font pas apparaître les médiateurs culturels. Ce secteur est très éclectique en terme de spécialités. Il existe ainsi une grande diversité des mondes de l'art et de la culture dont la constitution, les règles du jeu, les statuts, les métiers présentent de très fortes particularités, y compris à l'intérieur d'un champs donné.

Selon le chiffrage établi par le DEP à partir du recensement de la population de 1999, les professions culturelles représentent un total de 393 201 actifs, tandis que le secteur culturel "pèse" 428 508 personnes. Rapporté à l'ensemble de la population active le secteur culturel représente, selon la base mentionnée, 2% des emplois. Selon certaines études, la France se situerait au troisième rang européen en termes de volume d'emplois culturels en termes de volume d'emplois culturels rapporté à la population active, derrière l'Allemagne et l'Irlande.

Les médiateurs sont chargés de rapprocher les oeuvres, les institutions culturelles et les publics, dont beaucoup ont été initialement embauchés dans la période récente dans le cadre du dispositif "emplois jeunes", créé en 1998. (*Institutions et vie culturelles*, sous la direction de Guy Saez)

Les enjeux

Dans le cas du tourisme, le paysage doit être adapté à recevoir un public, plus ou moins important, mais qui nécessite des installations spéciales, sans perdre de vue qu'il faille le protéger. Afin de pouvoir assurer un travail d'explication d'un certain lieu à un

public plus ou moins concerné, le médiateur doit pouvoir développer des outils d'analyse, de compréhension, de gestion pour satisfaire la demande sociale et parfois économique

Une attention toute particulière est portée aux synergies territoriales qui peuvent associer les activités artistiques et économiques. La constitution de réseaux internationaux regroupant des professionnels souhaitant développer entre eux les échanges d'expériences et éventuellement les coopérations est relativement récente. La politique de promotion des échanges culturels extérieurs s'est inscrite dans une perspective plus vaste de promotion de la diversité culturelle. L'AFAA a été créée en 1992 pour favoriser la diffusion de la création artistique française dans le monde. Ses statuts actuels, adoptés en 2000, la définissent comme un "opérateur au service des échanges culturels internationaux et de l'aide au développement culturel dans les domaines des arts de la scène, des arts visuels, des arts appliqués, de l'architecture, du patrimoine et de l'ingénierie culturelle". Elle s'est également vu reconnaître une mission élargie de coopération culturelle, comprenant notamment l'organisation des saisons culturelles étrangères en France. (*Institutions et vie culturelles*, sous la direction de Guy Saez)

Selon trois ouvrages : *A propos de la médiation*, de Michel DuVigneau ; *Territoire et territorialités en mouvement* d'Alain Lefebvre ; et *Lecture d'un territoire* d'Yves Michelin, la médiation du territoire nécessite avant tout un aménagement culturel de celui-ci, à travers un travail de mobilisation et de maillage de celui-ci, qui permet la mise en réseau des institutions artistiques et culturelles avec des structures de proximité pour une véritable circulation des publics, de l'offre et des œuvres. Cela nécessite « surtout une approche globale et cohérente de la politique culturelle au niveau communal ou intercommunal ». Une mobilisation des compétences est nécessaire, par la sensibilisation du réseau culturel, dans le cadre de formation des professionnels de la culture. Des espaces d'échanges communs sont mis en place entre les professionnels des secteurs culturel, social et d'animation. « Les réseaux des associations ou des fédérations d'éducation populaire constituent aujourd'hui les partenaires les plus clairement désignés pour s'associer à une politique résolue de démocratisation d'accès à la culture » (Michel DuVigneau). On voit donc ici l'importance des collectivités territoriales, et cette médiation qu'est le réseau qui les lie entre elles.

Les principaux médias du territoire sont, par leur proximité : le patrimoine, le livre et l'audiovisuel.

Dans *La langue et le territoire*, Martine Burgos évoque la notion de sociologie de la culture. Selon elle les œuvres prennent forme à travers la réalité sociale. C'est au sociologue de les construire et de les interpréter. Le médiateur doit donc être sociologue et réfléchir sur le sens et les significations des œuvres par rapport au lieu où elles se trouvent.

Le médiateur culturel doit être acteur des nouvelles politiques publiques qui consistent en une "coopération multiniveaux" entre les échelons territoriaux : Etat, régions, départements, villes, sans oublier l'Europe. Dans la perspective de la décentralisation-compétences, menée par Jean Pierre Raffarin dans la lignée de la réforme de 1982, le médiateur se voit attribué de nouvelles responsabilités, afin d'améliorer le cadre de la coopération entre les divers acteurs régionaux. Il s'agit de mieux articuler les registres d'action, les ressources et les représentations pour aboutir à une coordination optimale, à la construction d'une communauté régionale d'acteurs culturels. Les changements dans les procédures et les outils des politiques publiques

autorisent à parler d'une nouvelle action publique fondée sur le partenariat, la transversalité, la territorialisation. Ce sont des politiques "transversales" qui visent un développement du territoire conçu globalement.

"Aux lignes hiérarchiques de pilotage et de mise en oeuvre de l'action publique fondée sur le paradigme centre-périphérie se substitue une stratégie de territorialisation de l'action culturelle publique, impliquant des acteurs variés autour d'un projet commun.

Le médiateur est impliqué territorialement par les politiques culturelles des villes qui cherchent à la fois à élargir la base sociale du public à partir d'une offre "conventionnelle" et à élargir les contenus de la notion de culture en tenant compte des demandes issues de personnalités et d'un réseau complexe d'acteurs locaux. Ainsi le médiateur peut être inclu dans un groupe municipal, veillant à la coordination des programmes, à leur articulation avec les autres domaines de la vie politique locale, à commencer par l'éducation, la politique de la ville, l'aménagement du territoire. C'est de ce groupe que dépend la capacité à convaincre les présidents des conseils généraux et régionaux, ainsi que l'administration centrale, à s'impliquer dans la ville.

La ruralité et l'action culturelle

(www.univtlse2.fr/gresoc/documentation/ALefebvre%20Montbrison.pdf -)

Le monde rural apparaît comme un univers multiple nourri de références et de pratiques diverses voire contradictoires. Il serait vain dans ces conditions de chercher une unité d'action et d'inspiration dans le domaine culturel. Le problème qui se pose souvent dans les campagnes est celui de la légitimité de l'investissement culturel, qui n'apparaît souvent pas comme essentiel à la vie des villages.

Parmi les ressources territoriales des espaces ruraux le patrimoine occupe une place privilégiée. Les territoires ruraux se nourrissent de cette résurgence pour la recherche d'une identité, mais aussi pour créer de l'activité autour de la conservation, de la restauration, du tourisme. Les médiateurs sont présents ici pour lier les espaces patrimoniaux et le public potentiel. Pour certains élus, l'action patrimoniale est la seule action culturelle qui vaille de ce fait même, mais aussi à cause de la rentabilité présumée de ce domaine. L'action patrimoniale peut également aider les élus à trouver une légitimité dans les nouveaux espaces de l'action publique.

De nombreux acteurs du champ culturel s'accordent pour ne pas réduire la vie culturelle à ses incarnations patrimoniales, l'éphémère, le superficiel. Il faut donc pérenniser l'action culturelle dans les territoires en travaillant sur le long terme. L'espace de l'art est sous influence des courants de circulation des idées, des hommes et des techniques. Il est donc mondial, mais reste à le pérenniser et le transmettre à travers les générations.

Construire ensemble des projets de territoire, exemple de <http://www.culture-art-territoire.educagri.fr/>

La culture noue un lien social entre les projets territoriaux aujourd'hui.

Pour réaliser des travaux de développement de territoire, le projet doit impliquer les habitants et les élus politiques de ce territoire. Il s'agit donc bien d'un projet social où chacun tient une place importante. Les lieux de dialogues entre chaque acteur deviennent alors très importants: avec l'ingénierie de projet, les projets territoriaux concernent le plus grand nombre d'habitants.

La dimension culturelle est primordiale dans le développement du territoire car elle concerne tout le monde et chacun se sent impliqué. Cependant un projet culturel nécessite beaucoup de facteurs pour qu'il soit réellement ouvert comme des besoins de formations ou du soutien aux associations.

On peut donc extraire 4 aspects de la problématique:

- La culture peut-elle contribuer au développement du territoire sans qu'elle soit uniquement réduite à « instrument » à la réalisation d'un projet?
- Peut-on toujours exaucer les aspirations de ceux qui veulent développer la culture et ceux qui veulent développer le territoire?
- De quelle manière la culture joue un rôle dans l'implication des habitants lors de projets territoriaux? Crée-t-elle un lien social?
- La création artistique répond-t-elle aux besoins de formations des associations?

A partir de ces problématiques, trois projets ont été étudiés.

1. Une intervention de Jean Lou Lecoq, directeur de la DRAC Bretagne

Les nouveaux territoires suscitent de nouvelles interrogations car ils ne sont plus régis par les administrations traditionnelles mais le plus souvent par des associations et autres partenaires. JeanLou Lecoq a alors pris conscience qu'il était du rôle des collectivités publiques d'aller vers le territoire et d'apporter les soutiens nécessaires à la construction de projets.

2. Un atelier « Culture et Territoire » dans le sud de la France

Cet atelier s'est déroulé durant 4 réunions et un séminaire où le but était d'apporter de nouvelles idées concernant le rôle de la culture dans le domaine du développement des territoires ruraux. Au terme de ces réunions, les suggestions du groupe fut présentés par les élus à d'autres élus afin de monter le projet culturel du territoire d'une entreprise d'hygiène dentaire: une brochure de 4 pages sur la sensibilisation à la culture pour leur techniciens.

3. Le rôle des élus dans la ville Murs-Erigné (49) dans la médiation artistes et territoire.

L'objectif de ce projet est de créer une programmation musicale dans la ville avec les musiciens du groupe « Lo'Jo » à travers la création d'une « maison artistique » avec studio d'enregistrement, chambres et studios pour les artistes. Le point positif de cette démarche était l'implication forte des musiciens, le point négatif était le fait que la population n'a pas compris l'intérêt de la construction de cette « maison artistique ».

CHAPITRE IV: Le rôle du médiateur culturel : différentes logiques d'interrogation ?

Définition du rôle du médiateur culturel comme perpétuelle remise en question de ses pratiques et interrogation des artistes.

- **Médiation comme souci des autres et de ses modes de vie, et questionnement sur le monde qui nous entoure et notre époque**

Dans la définition de rôle il y a la notion d'importance ou de clé d'un rouage quelconque. Le médiateur, dans sa définition est une personne qui se met entre deux voir plusieurs parties. On peut donc en déduire que le médiateur culturel est une clé dans la culture et qu'il y possède un rôle indéniable. Toutefois comment peuvent-ils «aider» si la plupart des personnes ne connaissent même pas leur existence. Par

conséquent, est ce que la médiateur à son utilité dans la culture pour expliquer le travail des artistes?

Les classes supérieures, sont celles qui ont le plus de pratiques culturelles, car ont déjà les clés de compréhension et la pratique depuis l'enfance. Le rôle du médiateur serait donc nul pour ce type de public. D'autant plus que la contemplation libre d'une œuvre d'art, par exemple, ne peut être gâchée par un panneau ou des explications qui poussent à voir certaines choses au lieu de laisser aller son inspiration. Certains publics estiment qu'une simple explication sur le côté d'une œuvre ou un programme est largement suffisant comme une enquête réalisée en 2005 par des étudiants de l'EAC lors de la nuit Blanche à PARIS. Cela prouve un dysfonctionnement dans la définition du rôle du médiateur pour le public.

Cette étude montre que la reconnaissance du médiateur n'est pas claire pour tout le monde, car la gêne d'interpeller un médiateur et la remise en cause des connaissances, n'a pas permis une efficacité des médiateurs, qui étaient d'ailleurs considéré par certain comme simple distributeur de programme.

L'enquête montre aussi que lorsque le médiateur allait vers le public, le spectateur du moment avait tendance à poser des questions et à s'ouvrir. Ce qui montre l'importance d'un médiateur culturel, il a permis donc de donner les clés de compréhension de l'œuvre ou de l'artiste et de rendre accessible la culture à un plus large public.

– **Médiation comme interrogation culturelle du travail artistique**

Au contraire des personnes qui depuis leur enfance ont reçu de la part de leur famille et de l'école l'instruction nécessaire à la fréquentation et à la compréhension du travail des artistes, d'autres ne l'ont pas eu.

Cela crée pour certains soit un malaise soit un manque de prise de conscience des connaissances qu'ils n'ont pas obtenues.

Prenons le simple exemple des nombreuses galeries d'art que l'on trouve dans le Marais (situé à Paris): l'entrée est libre, les pièces sont généralement de petites tailles pour donner à l'espace cet aspect avenant. Cependant seuls les «connaisseurs» s'y rendent pour la «subtile» raison que les classes populaires et moyennes considèrent qu'ils n'ont pas la culture nécessaire ou bien que ce genre de lieu n'appartient pas à leur milieu.

Pourtant nous savons que la culture est ouverte à tous et qu'elle possède un ministère indépendant des autres depuis 1959 grâce à De Gaulle et Malraux. Les médiateurs culturels existent afin de favoriser le rayonnement de la culture à toutes les échelles (que ce soit national, européen ou international), permettant de ce fait, que chaque type de public puisse se l'approprier.

On s'aperçoit alors que l'intervention d'un médiateur culturel est indispensable. Ne serait-ce que pour faire découvrir l'aspect esthétique (notamment le signifiant et le signifié) et donner les outils de la compréhension sans pour autant en révéler la signification.

Pierre Bourdieu montre dans son ouvrage *L'Amour de l'art*, que les explications des tableaux et autre fléchage s'adressent aux classes sociales les moins cultivées qui souhaiteraient avoir plus d'explications notamment lors de leur première visite. Cela leur permet d'éviter de suivre une visite avec un guide et de rester le plus discret face à la bienséance et à la remise en cause de leurs connaissances.

La culture étant un concept large et sans réelles limites, son approche est souvent perçue comme délicate. Le milieu social d'origine d'un individu est dans la plupart des cas

déterminant. La présence d'un médiateur permettrait ainsi (quand l'individu ne possède pas d'outils en la matière), de diffuser de manière plus limpide, les clefs de compréhension nécessaire à la navigation dans le monde des artistes. Chaque couche sociale peut dès lors aborder cette entité complexe, avec les armes de compréhension nécessaires. De fait, le médiateur résout les connections fragiles des éléments culturels avec les couches sociales les plus basses, voire en marge.

D'un autre côté, les classes les plus cultivées aiment visiter de manière «libre», sans avoir de restriction ni d'en apprendre plus de la part d'une tiers personne.

En conclusion, le «rôle du médiateur» culturel est par définition une tautologie, car être médiateur signifie déjà un but et une importance. Si le médiateur n'a pas d'effet, d'importance ou n'établit pas de contact auprès du public ou des visiteurs, on ne parlera pas de médiateur mais d'un agent d'accueil ou d'un distributeur de programmes.

C'est pour cela que le médiateur a une position délicate dans la transmission de l'information et doit s'adapter au public car le regard néophyte perdrait de sa naïveté et par conséquent n'existerait plus. Se pose alors la question: «le visiteur risquerait-il de perdre ses sentiments au profit d'un regard technique de la réalisation de l'œuvre?».

-L'art a-t-il sa place dans la république?

Depuis de nombreux siècles, la culture en France a intéressé les plus hautes personnes de l'état. Des principes de mécénat, venant du pouvoir en place ou de grands seigneurs existent et ont permis à la culture française d'avoir une histoire riche et variée. Avec l'arrivée de la république, et des sociétés industrialisées, l'état français commence à s'intéresser à son patrimoine, cherchant à le préserver. C'est ainsi que depuis 1815, un inventaire du patrimoine français a été lancé, puis répété plusieurs fois, afin de protéger ce patrimoine culturel. Des subventions commencèrent à voir le jour. Il fallut ceci dit attendre le front populaire en 1936 pour que Jean Zay explique: «l'état doit jouer un rôle dans l'activité culturelle». Avec le développement du cinéma, il créa de plus le statut d'intermittent du spectacle, qui est toujours valable de nos jours.

Avec la montée des extrémismes, la culture se transforma peu à peu en Europe en un moyen de propagande, puisque méthode de transmission et «d'éducation populaire». Ceci étant dit, même dans la France occupée, le patrimoine culturel fut protégé, préservé comme vitrine de la culture française.

Avec l'arrivée de la 5^{ème} république, la démocratisation culturelle et le principe d'égalité sont mises en œuvre par les différents gouvernements, l'état devient acteur culturel, on parle alors de service culturel. Cette démocratisation de la culture s'est petit à petit caractérisée en France par une décentralisation et une déconcentration de la culture en France, la revalorisation du patrimoine national et par des subventions accordées par l'état à tous les niveaux de la culture. Les gouvernements ont pris conscience de la nécessité d'un ministère compétent de la culture, autant d'un point de vue purement culturel et proche de l'éducation, que d'un point de vue économique (exemple des festivals très rentables pour la vie économique du lieu).

Il nous apparaît donc maintenant impossible qu'un ministère de la culture n'existe pas, d'autant pour une vision locale et purement culturelle que pour un principe de développement et de vision mondiale. Ainsi, le rapport entre l'état et la culture est primordial dès que l'on considère que la culture doit être démocratique et destinée à tous. Il est ainsi important que les personnes donnant d'eux mêmes pour notre société au

travers de l'œuvre d'art soient valorisés, et que les œuvres soient diffusées au plus grand nombre de personnes possible.

Notre société étant basé sur la consommation, sur la mondialisation et sur le rapport aux autres, la culture est au milieu de nos rapports au monde. Ainsi la Culture étant ce qui nous forge et nous construit, elle est différente pour tous, mais beaucoup la perçoivent comme un lien fort de notre société. Fort de ce constat, l'état permet comme dans de nombreux domaines (santé, éducation...) de stabiliser cette culture, de permettre qu'elle se développe et de la diffuser. De la volonté de démocratisation culturelle ressort l'idée de subvention, qui permet la création et la diffusion vers un public dans un moindre coût pour chacun. De l'idée de décentralisation vient l'idée de donner à chacun la possibilité de côtoyer l'œuvre culturelle, et ce dans tous les lieux possibles et imaginables. Chacun a aujourd'hui dans notre pays la possibilité d'être confronté à l'Art, et une position où l'œuvre vient vers le public semble être de plus en plus adoptée par l'état.

Même si certains pensent que la culture n'a pas besoin de l'état, une certaine conscience collective permet de penser que c'est bel et bien un rôle de l'état que de proposer à chacun une offre culturelle. Le défi est sûrement de savoir si nous sommes capable de proposer la culture dans « tous ces états » et de ne pas rester dans une culture « massisante » ou élitiste, afin que chacun puisse l'adopter comme il l'entend... nous sommes tous différents, et c'est cette différence que nous devons cultiver et retransmettre à chacun de par des propositions artistiques diverses et variées que seul l'état peut soutenir objectivement.

–Citation du plasticien Hans Haacke « le savoir c'est le pouvoir »

« Le savoir c'est le pouvoir » ou « Scientia potentia est », selon Francis Bacon, philosophe anglais (1561-1626), homme de l'illustration, de l'empirisme positive et du pragmatisme. D'après Bacon il faut chercher la disparition des frontières du savoir, son unité, parce que le savoir est le seul et parfait moyen pour le progrès de l'humanité.

Le savoir ne conduise qu'à la sagesse, mais il amène au pouvoir. La meilleure science, et cela qui est accessible au plus nombre de personnes et non cela qui appartient qu'un petit groupe des individus isolés. En devenant démocratique, la science peut se développer.

« Savoir » et « pouvoir » sont des synonymes de « gnothi sauton » ou « connais toi à toi même », écrit dans le Temple d'Apollo. Dans le cas du médiateur, voudrait dire : « connais ta réalité ». Le médiateur culturel doit comprendre les processus culturels et les tendances que se développent dans le monde de la culture et l'art au niveau locale et globale. Il doit trouver un équilibre entre les réalités des contextes de proximité (locale, régionale, nationale, etc.) avec une ouverture aux processus mondiaux qui affectent les différents ambitus de la médiation culturelle.

Les sociétés ont concentrée divers besoins humains comme la mémoire collective, dans son sens d'identités universelles, ethniques ou locales. La connaissance du système culturel de la part du médiateur va être toujours troublée par le genre de conceptions qu'on a sur le fait culturel en soi même et pour la capacité d'identifier les transformations au jour du jour. Le médiateur doit mettre ses connaissances par rapport à la vision politique, culturelle et des citoyens.

En comprenant ces processus, le médiateur culturel, est en mesure de donner l'accès à la culture, au savoir, de faire une «culture démocratique»; scientia potentia est.

CHAPITRE V: La médiation culturelle en pratique

1. Les métiers de la médiation culturelle

Médiateur culturel est un métier aux 1000 facettes, tantôt centré sur la communication, tantôt proche de la gestion. Il est avant tout un lien entre artistes et public. Il favorise la promotion d'une œuvre en organisant des rencontres avec les publics ou en mettant en place des services ou des projets culturels. Le manager culturel est au service d'une association, d'un théâtre, d'un centre culturel, d'une ville, d'une entreprise culturelle ou d'une fondation.

Au service du patrimoine

1) Musées

- **Directeur de musée**

→ entretenir et mettre en valeur les collections : conservation et restauration des œuvres, aménagement ou réaménagement des salles d'exposition, acquisition de nouvelles œuvres, élaboration du catalogue du musée pour communiquer, organisation d'expositions ou de manifestations temporaires..., mais aussi administrer l'établissement (encadrement du personnel, gestion financière et administrative).

Autres acteurs :

- Conservateur du patrimoine, spécialité musées, fonction exercée à la direction des Musées de France du Ministère de la Culture, dans les établissements publics sous tutelle, dans les musées nationaux et dans les musées classés.
 - Conservateurs territoriaux du patrimoine, spécialité musées
- gestion des musées relevant des collectivités territoriales.
- Responsable du département, dans le cadre de grands musées dont les collections sont réparties en département.
 - Responsable des services culturels ou des services Public, dans le cadre de grands musées
- conception d'activités culturelles proposées au public.
- Commissaire d'exposition, conservateur du musée ou intervenant extérieur
- définition du contenu du projet et supervision de toutes les étapes du montage de l'exposition
- Régisseur d'œuvre d'art
- gestion de l'organisation matériel du mouvement des œuvres, de leur transport jusqu'au stockage, en passant par la souscription d'assurances et l'obtention des autorisations douanières.
- Muséographe

- organisation de l'espace matériel d'une exposition et la mise en scène des œuvres.
- Attaché territorial de conservation du patrimoine, spécialité musées, poste adjoint du conservateur de musée, mais peut également diriger un petit musée municipal
 - Assistant territorial de conservation, spécialité musées
- participation à la conservation et à la valorisation des collections du musée ou à l'accueil du public.

2) Monuments historiques

- **Conservateur du patrimoine, spécialité monuments historiques**, le plus souvent affecté à une Drac
- Chargé de la conservation des monuments historiques, sa mission s'articule autour de trois grands pôles :
- le recensement : effectuer le repérage et l'étude des monuments, sites et objets à protéger, mener les procédures de classement et d'inscription et traiter les demandes de subventions émanant des propriétaires
 - les travaux : élaborer les programmes de restauration, puis assurer le suivi et le contrôle des travaux entrepris sur les monuments protégés
 - l'animation : contribuer à la mise en valeur des monuments en impulsant ou soutenant les actions menées en faveur de l'animation des monuments
- **Administrateur de monuments historiques**
- mettre en valeur, gérer, animer et promouvoir des monuments historiques.

3) Archéologie

- **Conservateur de l'archéologie**
- direction du service régional de l'archéologie (SRA) : élaborer du programme des fouilles, coordonner l'activité archéologique, contribuer à la conservation des objets et vestiges découverts et à la mise en valeur des sites archéologiques, participer à l'inventaire archéologique régional et à l'élaboration de la carte archéologique...

Médiateur du livre

1) Les archives

- **Conservateur des archives**
- collecter des archives (inventaire, classement), participer à l'entretien et à la restauration de documents, organiser l'accueil du public et contribuer au rayonnement des documents.

2) Bibliothèque

- **Conservateur de bibliothèque**
- enrichir et constituer les collections, conserver et mettre en valeur les fonds, communiquer auprès des publics.
- **Bibliothécaires**
- gérer les fonds, encadrer le personnel, accueillir le public

3) La documentation

- **Documentaliste**

→ assurer la gestion et la conservation du fond documentaire, collecter des informations, analyser et classer les différentes données recueillies...

4) L'édition

- **Editeur ou directeur général**

→ définir la politique générale de la maison, encadrer et animer l'équipe éditoriale

Spectacle vivant

- **Agent artistique – Impresario**

→ « vendre » les artistes dont il supervise la carrière : il parle d'eux et cherche des rôles à leur mesure, il filtre les demandes d'interviews et les rencontres médiatiques, il négocie les contrats...

- **Chargé de diffusion – Tourneur**

→ vendre le spectacle à un diffuseur d'un artiste, d'une compagnie ou d'une société : un travail de prospection, d'information, de relance, de négociation, de préparation...

- **Chargé de production**

→ convaincre les producteurs potentiels d'aider un artiste, une compagnie ou une société à monter son spectacle : élaboration de budget et recherche de financement.

- **Chargé de communication**

→ développe des actions de communication vers des publics variés en cohérence avec la stratégie générale de l'établissement : réalisation de supports de communication (communiqués, revues de presse, conférence de presse,...), organisation de manifestations spécifiques, entretien et développement des réseaux de relations...

- **Attaché de presse / Chargé des relations publiques**

→ faire connaître un artiste, une entreprise, une compagnie ou une société auprès des journalistes, telle est la mission de l'attaché de presse : un rôle déterminant dans la diffusion de l'information auprès de l'opinion publique via les médias.

Management culturel et tourisme culturel

- **Consultant en ingénierie culturelle**, au sein d'un cabinet de conseil

→ procéder à des études de fiabilité, à l'audit d'une ville ou d'une région, ou encore au plan de développement d'un pays, exemple de projet : la transformation d'une maison 'art déco' en musée.

- **Directeur ou administrateur de festival**

→ élaboration de la programmation, négociation de contrats, réservation de billets et de chambres d'hôtel pour les artistes se produisant, gestion du budget et recherche de financement, relations publiques et promotion, gestion du planning...

- **Organisateur d'événements culturels**, dans des agences spécialisées, dans des grands musées ou autres établissements culturels, tels que festivals, salons, expositions.

- **Animateur du patrimoine**

→ coordonner les différentes actions de valorisation du patrimoine : concevoir des outils pédagogiques, mettre en place des activités spécifiques aux publics...

Autres métiers : guides, conférenciers...

- **Conseiller culturel**, responsable du service culturel d'une ambassade
→ faire rayonner la culture française à l'étranger, établir des liens culturels entre le pays où il est en poste et la France, favoriser les échanges et la coopération, en organisant colloques, exposition...
- **Attaché culturel** relaye le conseiller culturel dans ses missions

On peut également mentionner certains métiers appartenant davantage au marché de l'art mais ne sont pas indépendants de la médiation culturelle :

- **Galeriste**, interface entre l'artiste et le marché
→ découvrir de nouveaux artistes, nouvelles créations, nouvelles tendances, organiser des expositions, gérer la clientèle et l'accueil du public.
- **Critique d'art**, théoricien de l'art, à la croisée de l'esthétique et de l'histoire de l'art
→ contribuer à la diffusion artistique, inciter le grand public ou les professionnels à découvrir telles manifestation culturelle...

2. Qualités ou profil requis

La médiation culturelle englobe une diversité de métiers qui nécessite de nombreuses qualités communes. Voici douze être et avoir pour devenir un bon médiateur culturel :

- Etre persévérant
- Etre polyvalent
- Etre un bon gestionnaire
- Etre sensible à toutes formes artistiques
- Etre ouvert
- Etre rigoureux et ordonné
- Avoir des connaissances en langues étrangères
- Avoir le goût du contact
- Avoir de l'œil
- Avoir de solides connaissances en gestion, droit, économie, informatique
- Avoir une bonne connaissance du monde artistique dans lequel il œuvre
- Avoir une certaine aisance rédactionnelle et communicationnelle

3. Les employeurs de la médiation culturelle

Les employeurs de la médiation culturelle sont au nombre de trois : collectivités territoriales, institutions culturelles (publiques ou privées) et les entreprises culturelles. Nous allons voir ensemble leurs caractéristiques.

a) Collectivités territoriales

Sont définies comme "collectivités territoriales de la République" à l'article 72 de la Constitution, après la révision du 28 mars 2003 :

- Les communes ; les départements ; les collectivités à statut particulier, notamment la collectivité territoriale de Corse ; les collectivités d'outre-mer (Mayotte, Saint-Pierre-et-Miquelon, les îles Wallis et Futuna, la Polynésie française).

Elles offrent des emplois dans de larges secteurs de la culture publique. Avant, les postes n'étaient accessibles que par le biais des concours de la fonction publique mais depuis une dizaine d'années, le concours n'est plus obligatoire. Ainsi ceux qui travaillent pour les collectivités territoriales ne sont plus des fonctionnaires mais des agents contractuels. La différence réside dans le fait que les fonctionnaires bénéficient de la sécurité de l'emploi, ils ne peuvent être licenciés.

b) Les institutions culturelles privées ou publiques

Les institutions, sont des structures de la société dans lesquelles les valeurs et les normes sont transmises. Par extension, une institution culturelle est un lieu où la culture du pays est transmise. Elles ont en charge la gestion et la promotion du patrimoine historique, artistique et culturel.

En France, la grande majorité des institutions culturelles sont publiques : académies, musées, bibliothèques, médiathèques, conservatoires, quelques salles de concert et de théâtres, les Opéras, les Maisons des jeunes et de la culture et les ministères. La France est l'un des seuls pays où il existe un Ministère de la Culture (l'« exception culturelle »).

On trouve aussi des institutions privées (châteaux privés, écomusée d'Alsace, le Puy du Fou...) qui sont issues le plus souvent d'initiatives régionales, même si leur rayonnement est souvent national.

Dans le modèle des institutions, on distingue deux modèles : le modèle américain, caractérisé par une alliance forte entre public et privé (où le privé joue un rôle prépondérant en matière purement culturelle), et le modèle européen, essentiellement public.

c) Les entreprises culturelles (associations, clubs...)

Les entreprises culturelles occupent une place importante dans notre société. Les associations et les clubs en sont les principaux protagonistes. Leur objet est le développement, la production, la promotion, la diffusion ou la vente des biens à contenu culturel. Le contenu culturel est souvent défini comme une « création de l'esprit », une « production unique véhiculant des valeurs, des connaissances, des sensibilités artistiques ». Les entreprises culturelles reflètent l'identité culturelle d'un peuple car les œuvres qu'elles proposent parlent de lui, de ses us et coutumes, de ses valeurs, de ses contradictions et de ses aspirations. Elles permettent aussi au citoyen de s'ouvrir au monde en présentant la réalité des autres cultures.

De plus, les entreprises culturelles constituent une force économique importante étant donné le nombre d'emplois qu'elles génèrent et leur contribution au produit national brut du pays.

Selon la définition qu'on lui donne, l'entreprise culturelle peut aussi comprendre les industries culturelles (films, CD, spectacles de variétés, édition, métiers d'art...) et les médias (radio, télévision, journaux, périodiques...).

On peut conclure en notant que dans le contexte actuel, la culture fait partie des responsabilités de l'Union européenne, dans le cadre des principes de subsidiarité. Par ce caractère, on peut espérer que l'offre d'emploi du secteur de la médiation culturelle ira de pair avec une nouvelle politique de la culture.

CHAPITRE VI : L'art au cœur de la cité.... L'importance de la médiation culturelle

-La nécessité d'une médiation culturelle...pour les élus.

La place de l'art et de la culture au sein de la République a connu un nouveau bouleversement lors de l'arrivée de François Mitterrand en 1981. Avec l'impulsion de son ministre de la culture, Jack Lang, on peut pratiquement parler de municipalisation de la culture. C'est aussi à partir de cette époque que se professionnalisent les personnels culturels et qu'on voit apparaître «les médiateurs culturels». La déconcentration de la politique culturelle a permis une homogénéisation de l'offre sur le territoire et sa décentralisation a entraîné plus d'initiatives de la part des acteurs locaux, esquissant ainsi une démocratie culturelle de proximité.

Des interrogations sur la place de l'art au sein de la cité sont apparues, entraînant des problématiques qui sont toujours d'actualité: veut-on permettre à chacun d'exercer les pratiques culturelles de son choix avec «égalité de moyens pour tous»? Ou bien doit on, au nom d'un principe démocratique, agir afin de «permettre l'accès de tous à la culture»?

Les élus ont donc compris la nécessité d'avoir une politique culturelle encadrée et désirent en même temps améliorer l'image de leur mandat en se servant de la culture et de l'art contemporain. La volonté de ménager les différentes sensibilités, ainsi que les pressions sociales et politiques leur laisse une marge de manœuvre assez étroite. On assiste donc à des résultats assez médiocres, l'art s'appuyant rarement sur les compromis. Il est donc nécessaire de trouver une interface entre l'élu, la population et l'artiste afin de prendre en compte les aspects techniques, esthétiques et sociaux. C'est le rôle du médiateur culturel, qui sera chargé de réaliser une réflexion critique à partir de tous ces paramètres

-Comme pour les élus

L'oeuvre d'art, avant tout, est le fruit d'une impulsion créatrice de l'artiste qui crée selon une démarche qui lui est propre et qui se fixera sur l'oeuvre définitive. La mise a

disposition du public de l'oeuvre lui donne vie car le public se réapproprie l'oeuvre et la charge du sens qu'il croit ou peut déchiffrer et ressentir. Le public est donc à la fois la condition de l'existence de l'oeuvre et la nature même de cette existence.

L'artiste a ainsi de tout temps usé d'éléments permettant au public d'interpréter correctement son travail en fixant des clés de lectures sur son oeuvre. Toutefois la liberté de l'artiste face aux attentes et connaissances du public rendent parfois impossible la réception de l'oeuvre par le public. Cette réception dépend donc à la fois du degré de connaissances du public mais aussi de sa capacité à saisir ce que l'artiste exprime en dehors de tout code.

La réception de la démarche créatrice dépend donc plus, pour une grande partie du public, du propos tenu sur l'oeuvre que de l'oeuvre en elle-même. Ainsi c'est par la médiation que la réception de l'oeuvre par le public reste fidèle à ce qu'exprime l'artiste. Le médiateur, ou le support de la médiation, sert donc l'artiste au travers de son oeuvre.

CHAPITRE VII: SYNTHÈSE ET ANALYSE DU TEXTE

La médiation culturelle : une construction du lien social de Jean Caune

Jean Caune est professeur à l'université Stendhal de Grenoble et chercheur au Gresec. Après avoir exercé une activité de responsable culturel, il a publié des ouvrages et des articles autour de l'action culturelle et de la représentation théâtrale. En particulier : Acteur/spectateur, une relation dans le blanc des mots, Nizet, 1997, et La culture en action. De Vilar à Lang, le sens perdu, PUG, réédition 1999.

La notion de médiation est à double signifiant incluant la médiation entre les membres d'une collectivité et médiation entre cette collectivité et le monde construit par elle et dans lequel elle évolue. L'Action et l'histoire humaines résident dans l'espace tenu du vouloir et du faire, du début et de l'achèvement et de la réversibilité de ces notions. La médiation culturelle a pour postulat la relation du sujet à autrui par le biais d'un langage commun et de références partagées. Le sens est dans l'intersubjectivité relationnelle prévalant à toute quête, à tout concept ou but et c'est dans l'analyse du vivre ensemble, des rapports à l'autre que s'applique la médiation. L'idée de médiation doit s'envisager dans un schéma vectoriel entre l'horizontalité des rapports sociaux et la transcendance des engagements sociaux, moraux, politiques, culturels ou culturels. La médiation peut avoir une approche idéologique permettant à des communicants de faire partager leurs idées par le biais des médias et de s'approprier de même les réactions du public concerné et visé par l'institution. Elle peut aussi avoir une approche d'ordre théorique et devient alors un phénomène d'assimilation et de propagation des sens partagés par la communauté.

Enfin il ne faut pas sanctuariser pour autant les domaines institutionnels et la médiation doit alors devenir une réflexion sur la symbolique même de l'institution et sur la spécificité des rapports sociaux, humains, empreints ou non de subordination entre l'institutionnel et l'individu dont la construction personnelle dans son rapport à l'autre ne doit pas être négligée dans l'approche médiatrice.

« La médiation culturelle : un pont entre des pratiques sociales éclatées »

Notre société moderne dans ses fondements comme dans son organisation connaît de grands changements remettant en cause les domaines constitutifs selon Hannah Arendt de la condition de l'Homme Moderne :

- Travail
- Action politique
- Création artistique

Les sens qui prévalaient à ces trois fonctions sociales n'ont plus de valeur discriminante par rapport à d'autres pratiques sociales comme :

- L'engagement social
- Le loisir
- L'éducation

Chacun de ces « domaines » n'a plus de véritable autonomie et il y a une interactivité et une réversibilité constante d'une notion à l'autre.

L'opposition qu'Aristote énonçait entre l'Utile et le nécessaire d'une part, le beau et la jouissance d'autre part n'a plus de véritable fondement.

Le travail est-il plus utile que le loisir et l'un est-il plus nécessaire que l'autre même si le premier conditionne cependant le second. Dans ces nouvelles contraintes d'un monde industrialisé, mécanisé ou le temps est compté le Beau et la jouissance prennent une autre signification et deviennent davantage « sens » et « partage », « sens » dans la connaissance de soi et appréhension de l'intersubjectivité, « partage » dans l'introjection des normes de comportement et d'action.

Les pouvoirs publics en appellent alors à des médiations entre le progrès technique et le progrès culturel.

L'introduction des nouvelles technologies dans notre vie quotidienne, l'envahissement médiatique et la banalisation des modes de communication ont déplacé ces rapports et les frontières entre culture et technologie, entre sphère sociale et sphère privée. Tout est accessible à tous et les activités de formation, d'éducation et d'expression ont assimilé ce nouveau constat.

A la place de la relation duelle entre Art et non Art, entre culture et ignorance, entre information et méconnaissance s'est substitué une logique ternaire : il y a l'émetteur, le mode d'émission et le contexte de la réception. Pour que ces trois rouages s'articulent sans gripper il y a une nécessité de médiation... C'est la définition élémentaire de la médiation culturelle.

« Réintroduire le sujet et son expérience »

De nouveaux repères, de nouvelles valeurs, de nouvelles innovations se mettent en place ; cette production artistique ainsi que sa diffusion produisent du lien social. Nous sommes donc en devoir de procéder à une analyse critique. Tout d'abord celle des illusions perdues des années 80 ; puis celle des changements de la pensée de la culture et de l'esthétique. Il faut s'intéresser à l'individu, à son élaboration dans une communauté, et aux formes sensibles de son énonciation.

Les nouveaux médias ne sont ni les moyens d'accès à la démocratie culturelle, ni un moyen de

production d'une nouvelle culture. La question du sens de l'expression artistique se pose en liaison avec le sens de l'expérience humaine et la communication de sa trace sensible. D'importants travaux philosophiques ont été réalisés à propos de la fonction énonciative de la culture et de la place du langage dans la construction du sujet, par Foucault, Lévinas ou Ricœur. De Certeau a relié quant à lui pratique culturelle, construction de Soi et référence partagée du monde. En tout cas, il faut cesser de voir l'art comme instrument de l'émancipation et de la critique, support de la subversion et anticipation d'une société réconciliée avec elle-même.

Un premier changement consiste à s'interroger sur l'interaction entre les éléments qui constituent la culture (comportements, traits de personnalité, œuvres artistiques...), et non plus à la nature de ces éléments. Un deuxième changement consiste à privilégier l'énonciation du sujet aux dépens de la possession d'un bien. Ces changements se focalisent autour de la praxis comme relation interpersonnelle, et autour de l'expérience humaine et de la construction du sujet.

« La division des langages »

« La culture se présente comme une série de médiations complexes et enchevêtrées entre l'individu et le groupe, l'imaginaire et le symbolique, le sujet et le monde. Elle oriente la perception individuelle, organise les comportements, donne un sens aux expressions subjectives et collectives en les inscrivant dans un espace et un temps vécu en commun. La culture modèle notre organisation et notre construction du temps social ». Telle est la définition que donne Jean Caune à la culture.

Notre époque semble marquée par une prédilection apparente pour la culture qui se traduit par une multiplication des moyens d'expressions, des objets et des pratiques pouvant bénéficier du predictat culturel. Cependant on constate qu'une fracture demeure entre les pratiques des individus vis à vis de cette culture collective. Des questions se posent donc quant à sa réception et les moyens mis en œuvre à cette fin. La production artistique, pour être accessible et intelligible, nécessite une interprétation et un travail. Il est donc question de s'interroger sur les modalités de production ainsi que la réception de la forme.

Le point de vue qui consiste à délimiter un territoire d'action à la culture relève d'une division entre un langage d'élite qui s'apparente à une police intellectuelle, et langage plus populaire qui ne détient pas les mêmes clés de lecture. Car s'il y a unité culturelle dans notre société divisée, celle-ci donne naissance à une fracture qui sépare la parole de l'écoute et qui ne se traduit pas des pratiques culturelles inégales et éclatées. En effet, si nous avons accès aux mêmes réseaux proposant les mêmes discours, les mêmes images, il n'en reste pas moins que ces réseaux sont réduits, fragmentés et difficile d'accès pour qui conque ne détient pas les clés de lecture de ce code particulier.

La division des langages signifie que l'unité de l'écoute coexiste avec la diversité de langages, ce qui signifie que le discours produit est le même quelle que soit la catégorie de population et quel que soit son degré de compréhension. Cette division des langages induit une hiérarchisation des savoirs dits « légitimes » qui donnent nécessairement accès à un public initié susceptible de comprendre le langage en vigueur à l'égard d'une production artistique de plus en plus hermétique. Cette absence de relation entre le sujet et la parole proférée ne fait qu'accentuer la fracture sociale. On peut ici s'interroger sur la pertinence et la réelle prise en compte de la question culturelle par les instances régulatrice, que ce soit l'école ou encore les établissements artistiques et la politique mise en œuvre à cet égard. En effet, s'il y a unité culturelle construite par l'école, celle-ci s'accompagne inexorablement de la division des pratiques.

La réponse à ces questions nécessite de dépasser les logiques duelles fondées sur l'offre en produit et en œuvre et la réponse à la demande des publics. En effet, raisonner en terme d'offre ou de demande conduirait ici à faire l'impasse sur un processus qui ne s'exprime pas par la formulation d'un besoin ni ne s'achève par sa satisfaction, car si les pratiques culturelles n'échappent certes pas à la loi du marché, elles ne se réduisent pas à l'usage d'objets, fussent-ils culturels.

La réalité sociale et culturelle est que les langages des groupes sociaux et leurs références sont divisés. Il n'est pas ici question d'accepter une juxtaposition des discours et des sensibilités communautaires, car la construction du monde social ne s'établit pas seulement dans son intelligibilité, mais aussi par un ajustement social.

« *La relation sensible* »

Si toute considération sur la culture, dont sa médiation, doit avoir comme point de départ le phénomène de l'art comme le pense Hannah Arendt, on se doit à notre époque de l'étendre au phénomène esthétique. Il est « nécessaire de réévaluer l'art dans la sphère esthétique ».

La diversification des moyens d'expression que connaît notre époque impose la même nécessité de médiation que nécessitait l'œuvre d'art.

En effet, selon Jean Caune, l'attention et la conscience esthétique dépassent la sphère artistique. Il concerne de multiples domaines de l'activité et de l'expérience humaines. Si la médiation culturelle a souvent été restreinte à un aspect artistique, on le doit au fait que l'œuvre d'art est dans la conscience commune considérée comme l'objet culturel par excellence. Cette distinction est due selon l'auteur aux conditions de production et dans les modalités de diffusion de l'œuvre.

Mais comme souligné à la suite du texte, l'œuvre d'art n'a plus le monopole de l'expression « de la vie psychique, à mettre en jeu l'imaginaire, à mobiliser les affects, à produire de la jouissance esthétique ».

Partant de ce postulat de base, la relation ici établie entre l'œuvre d'art et tout autre moyen d'expression, qui procède donc d'une démarche esthétique ; cette relation doit être appliquée entre la médiation artistique et la médiation esthétique. La médiation culturelle se doit donc d'emprunter à « l'expérience artistique sa capacité d'influencer notre perception, de conditionner notre imaginaire, de mobiliser nos émotions et notre implication affective ».

« *La rhétorique de la médiation : le contact, le lien, la brèche* »

Jean Caune utilise une métaphore pour tenter d'expliquer les interactions régissant la dynamique de notre société :

- Le contact représente le concept de tact, c'est-à-dire une aptitude à s'ouvrir aux autres qui est fondamentale pour les sciences de l'esprit
- Le lien correspond au fondement de la sociologie. On peut dire que les sciences sociales se sont attachées à se poser des questions autour de l'origine du lien social. Il vient souligner une des raisons de mise en place d'une politique culturelle de l'Etat en France par la volonté de Malraux de rassembler les citoyens par les liens créés avec l'œuvre artistique.

- Finalement, la brèche vient signifier pour Jean Caune une rupture : rupture entre le monde et le mot d'une part, et rupture réalisée au sein de l'expérience esthétique dans la médiation.

Pour l'auteur, cette triple métaphore permet de construire une rhétorique de la médiation culturelle en illustrant les rapports entre raison et sensibilité et sont constitutives des relations esthétiques par leur forme d'achèvement dans l'objet d'art.

Il cherche en fait à nous interroger sur le contenu de la médiation autant que sur son contenu, c'est-à-dire à l'envisager comme productrice de sens selon différents contextes et à penser par elle-même les rapports techniques, matériels ou intellectuels ainsi que leurs usages sociaux.

« L'horizon d'attente de la médiation »

La médiation n'est pas une volonté infondée d'être moderne. Il apparaît au contraire qu'elle ne peut prendre son sens, s'inscrire uniquement dans le temps présent. La médiation s'accorde avec l'instantané. Chaque époque possédant en matière d'art ses classifications, ses codes, ses interprétations d'une œuvre et sa vision d'un artiste. La médiation devient alors une appréhension d'une œuvre passée avec des clefs de compréhension propres au présent.

Dans la suite du texte, la théorie de Jauss et les contours de son concept d'horizon de médiation sont mis en lumière.

Pour Jauss, l'expérience esthétique comprend deux dimensions :

- la dimension productrice : l'artiste, à partir de la réalité quotidienne, crée une sur-réalité. Cette réalité nouvelle bien que fictive nous renseigne sur la réalité. « L'art ne produit pas le visible, il rend visible » : cette réflexion de Paul Klee est illustratrice de cette idée.
- la dimension réceptrice : l'intervention d'une individualité (spectateur) qui bien qu'extérieure à la sémiotique prend un plaisir. De là naît un dialogue. La rencontre de ces deux subjectivités (celle du créateur et celle du récepteur) instaure un processus commutatif qui donne lieu à l'expérience esthétique.

Il apparaît alors que la médiation ne peut être un discours standardisé identique pour tous. La médiation doit faire preuve d'adaptabilité, elle ne doit en aucun cas être figée. En effet, on ne peut s'adresser à tous les publics avec le même vocabulaire, une rhétorique identique... On doit avant tout s'adapter au récepteur. Le récepteur a, en effet, une relation personnelle à l'œuvre découlant de ses représentations du rapport qu'il entretient avec le genre, l'objet.

Contrairement à un discours d'histoire de l'art qui livre un savoir, à des connaissances que doivent s'approprier les récepteurs, la médiation est liée à l'expérience esthétique du récepteur et met en jeu son capital culturel, s'intéresse à la relation et au dialogue entre le spectateur et l'œuvre.

Pour finir, la médiation doit pouvoir entraîner le récepteur à faire évoluer sa perception, à lui donner l'opportunité de vivre cette « l'expérience esthétique ».

CHAPITRE VIII: La crise de la culture : Hannah Arendt

–Hannah Arendt : La crise de la culture

Hannah Arendt est née en 1906 .Elle a été l'élève de Jaspers et a passé son doctorat à HEIDELBERG. Elle a quitté l'Allemagne après l'arrivée des nazis et a enseigné aux Etats-Unis. C'est une des figures les plus importantes de la pensée politique contemporaine,notamment grâce à son ouvrage « Les origine du totalitarisme » elle est également l'auteur de Essai sur la révolution, Eichmann à Jérusalem , Condition de l'homme moderne, et La vie de l'esprit.

La première édition de *La Crise de la Culture* est parue en 1961, était composée de six essais. La traduction française est basée sur la deuxième édition, parue en 1968 et composée de huit essais complétés d'une préface bien plus importante. Dans cet ouvrage Hannah Arendt consacre une réflexion à « la crise de la culture ». Elle prédit l'émergence d'une culture de masse, issue d'une société de masse dont l'intérêt ne serait plus dans la culture , mais dans le loisir, le divertissement .Elle évoque également la consommation de masse « [la société] consommera littéralement les objets culturels, les engloutira et les détruira »

Plus le temps passe, plus on prend conscience que cette prédiction prend tout son sens et que ce que redoutait Hannah Arendt est en train de se produire. Nous tenterons d'exliquer ci dessous la distinction qu'elle fait entre la culture de masse et la culture cultivée

–La culture de masse

Hannah Arendt étudie dans le chapitre «la crise de la culture», le concept de culture de masse, au regard de celui de société de masse, qu'elle avait déjà développé dans les chapitres précédents. Elle tente de nous montrer comment la culture est en contradiction avec la notion de loisirs. En effet, selon elle, la société de masse ne veut pas la culture mais les loisirs, qui sont faits pour «passer le temps». Ce sont des produits de consommation, ils sont donc voués à être détruits, et c'est en cela qu'il faut leur opposer la notion de culture. En outre, si l'on veut comprendre la culture dans la société de masse, il faut se concentrer sur l'artiste. Comme elle nous le dit, il est «le producteur authentique des objets que chaque civilisation laisse derrière elle comme la quintessence et le témoignage durable de l'esprit qui l'anime». L'artiste est en opposition avec la société de masse, c'est lui qui crée la culture, puisque c'est lui qui crée les œuvres d'art, objets de culture. L'artiste à l'inverse du philistin ne cherche pas de justification utilitaire à son art. Le philistin qui est une personne qui «juge tout en fonction de l'utilité immédiate et des valeurs matérielles» voit en l'œuvre d'art une utilité, il s'en sert «comme d'une monnaie d'échange avec laquelle il achète une position supérieure dans la société». Le problème semble venir de la société de masse selon H. Arendt, puisque lorsque celle-ci s'empare des objets culturels, ils deviennent culture de masse. La culture est donc transformée en produit de consommation afin d'en faire un loisir; elle se trouve donc «détruite pour engendrer le loisir». Il ne faut cependant pas confondre

culture de masse et «diffusion de masse» dont le but est de «persuader les masses qu'un Hamlet peut être aussi divertissant qu'un « My Fair Lady» et par là d'en modifier le contenu et d'en faire un loisir.

-La culture cultivée

Un véritable «objet culturel» ne peut pas être un objet de consommation, il ne peut pas être au service d'une fin, combler un sentiment de manque par la destruction de l'objet que l'on consomme (divertir ses ennuis, nourrir ses fantasmes, meubler sa mémoire). En d'autres termes, l'art n'a pas de fonction vitale. Un objet culturel n'est pas créé pour les hommes, mais pour le monde: il est l'élément de construction d'un monde de la permanence (par excellence, tel est le statut d'une œuvre d'art). L'Homme cultivé est celui qui est capable de s'élever à la perception de ce «monde» et d'éprouver le sentiment de s'y mouvoir librement tout en se rapportant à ses objets de manière désintéressée. La culture cultivée est alors transcendante, elle fait l'objet d'une élévation. La culture cultivée fait référence au goût et à la connaissance des produits les plus élaborés et les plus légitimés (ceux qui renvoient à l'idée de création, d'œuvres).

Dans les premiers paragraphes de *La Crise de la Culture*, Hannah Arendt pense que dans toute société il existe une contradiction entre culture du beau et culture de l'utilitaire. Seul ce qui dure à travers les siècles peut revendiquer d'être un objet culturel. En transformant la valeur émotionnelle en valeur d'échange (philistinisme), la culture perd son pouvoir initial de nous émouvoir. L'art ne sert pas en premier lieu à étaler ses connaissances, mais à avoir une réaction émotionnelle. Ainsi si belles que soient, les cathédrales n'ont jamais été construites pour en faire exclusivement des lieux de culte. Une utilité directe aurait pu être rendue dans n'importe quelle bâtisse. Leur beauté transcende tout, elle est faite pour durer à travers les siècles. Il faut donc bien établir une frontière importante entre objet d'usage et œuvre d'art indépendamment de leur image visuelle. Lorsque les œuvres se sont éloignées des sphères de la nécessité, elles prennent de l'importance: elles deviennent des œuvres d'art. Seules celles-ci ont pour but unique d'apparaître, d'être là. Il faut nous oublier nous même pour pouvoir apprécier une œuvre d'art et se laisser toucher, porter, par ce qui apparaît.

Comme l'affirme Edgar Morin, «tout semble opposer la culture cultivée à la culture de masse: qualité à quantité, création à production, spiritualité à matérialisme, esthétique à marchandise, élégance à grossièreté, savoir à ignorance».