

**Da indeterminação à reconsideração da mediação cultural :
Abordagem ecossistêmica de uma prática profissional**

**From indeterminacy to the reconsideration of cultural
mediation : Ecosystem approach to professional practice**

**De la indeterminación a la reconsideración de la mediación
cultural : Enfoque ecosistémico de la práctica profesional.**

**De l'indétermination à la reconsidération de la médiation
culturelle : Approche écosystémique d'une pratique
professionnelle**

Ciosi Laure¹

Sociologue, Responsable de recherche, Association Transverscité –Laboratoire
d'Études en Sciences des Arts (UR 3274) - Aix-Marseille Université.

Resumo

Embora os mediadores de arte cultural se reconheçam como constituindo um grupo profissional específico e, apesar das suas múltiplas iniciativas estruturantes, o reconhecimento da sua profissão ainda não ocorreu. No entanto, a sua presença nas estruturas artísticas e culturais é indiscutível, assim como o seu papel nas políticas culturais.

Híbrida, a mediação cultural da arte não conhece uma definição única, nem uma circunscrição estável das disciplinas que utiliza. Mais do que uma atividade profissional (de)limitada, abrange um campo de atividades profissionais

modulares, plásticas e ilimitadas. “Em vez de uma ciência, forma um campo de científicidades.¹”

Portanto, como enfrentar o desafio de estabelecer fronteiras em torno de um conjunto específico de conhecimentos e competências, enquanto uma das características desta atividade profissional seja, precisamente, modular constantemente os seus contornos, em função da situação? A competência essencial desta profissão não seria justamente esta capacidade de agir *no meio*²? Olhar para a mediação cultural da arte como um ecossistema orgânico augura um possível reconhecimento desta profissão. Além disso, propõe outras formas de considerar a mediação cultural da arte e dos *públicos* e, de forma mais geral, de considerar as políticas públicas.

Palavras-chave: Políticas públicas, Organizações culturais, Mediação cultural da arte, Ecossistema, Públicos.

Abstract

Although cultural art mediators recognize themselves as making up a specific professional group and, despite their multiple structuring initiatives, recognition of their profession is struggling to occur. However, their presence in artistic and cultural structures is indisputable, as is their role within cultural policies.

Hybrid, the cultural mediation of art knows no single definition, nor stable circumscription of the disciplines it uses. Rather than a (de)limited professional activity, it covers a field of modular, plastic and unlimited professional activities. “Rather than a science, it forms a field of scientificities.¹”

Therefore, how can we meet the challenge of establishing boundaries around a specific set of knowledge and skills, even though one of the characteristics of this professional activity is, precisely, to constantly modulate its contours, in depending on the situation? Wouldn't the essential skill of this profession be precisely this ability to act *in between*²? Looking at the cultural mediation of art as an organic ecosystem augurs a possible recognition of this profession. In addition, it suggests other ways of considering the cultural mediation of art and *audiences* and, more generally, of considering public policies.

Keywords: Public policies, Cultural organizations, Cultural mediation of art, Ecosystem, Publics.

Resumen

Aunque los mediadores del arte cultural se reconocen como parte de un grupo profesional específico y, a pesar de sus múltiples iniciativas estructurantes, el reconocimiento de su profesión lucha por producirse. Sin embargo, su presencia en las estructuras artísticas y culturales es indiscutible, como también lo es su papel dentro de las políticas culturales.

Híbrida, la mediación cultural del arte no conoce una definición única ni una circunscripción estable de las disciplinas que utiliza. Más que una actividad profesional (de)limitada, cubre un campo de actividades profesionales modulares, plásticas e ilimitadas. "Más que una ciencia, forma un campo de científicidades¹".

Por tanto, ¿cómo afrontar el desafío de establecer límites en torno a un conjunto específico de conocimientos y habilidades, aunque una de las características de esta actividad profesional es, precisamente, modular constantemente sus contornos, según la situación? ¿No sería precisamente esta capacidad de actuar *en el medio*² la habilidad esencial de esta profesión? Mirar la mediación cultural del arte como un ecosistema orgánico augura un posible reconocimiento de esta profesión. Además, sugiere otras formas de considerar la mediación cultural del arte y las *audiencias* y, de manera más general, de considerar las políticas públicas.

Palabras clave: Políticas públicas, Organizaciones culturales, Mediación cultural del arte, Ecosistema, Públicos.

Résumé

Bien que les médiateurs culturels de l'art se reconnaissent comme composant un groupe professionnel spécifique et, malgré leurs multiples initiatives de structuration, la reconnaissance de leur profession peine à se produire.

Pourtant, leur présence dans les structures artistiques et culturelles est indiscutable, tout comme leur rôle au sein des politiques culturelles.

Hybride, la médiation culturelle de l'art ne connaît pas de définition unique, ni de circonscription stable des disciplines dont elle use. Plutôt qu'une activité professionnelle (dé)limitée, elle recouvre un champ d'activités professionnelles modulable, plastique et illimité. « Elle forme plutôt qu'une science, un champ de scientificités¹ ».

Dès lors, comment relever le défi de poser des frontières autour d'un ensemble spécifique de savoirs et de compétences, alors même que l'une des caractéristiques de cette activité professionnelle est, justement, de ne cesser d'en moduler les contours, en fonction des situations ? La compétence essentielle de cette profession ne serait-elle pas précisément cette capacité d'agir *par le milieu*² ? Regarder la médiation culturelle de l'art comme un écosystème organique augure une possible reconnaissance de cette *profession*. En outre, elle propose d'autres manières de considérer la médiation culturelle de l'art et les *publics* et, plus globalement, d'envisager les politiques publiques.

Mots-clés : Politiques publiques, Organisations culturelles, Médiation culturelle de l'art, Écosystème, Publics.

¹ Suzanne, G. (2022). Esthétique de la médiation. Approche historique, théorique et critique d'une pratique et d'une notion. Aix-en-Provence, Éd. Presses Universitaires de Provence. P. 57.

² Deleuze, G. & Guattari, F. (2003). Qu'est-ce que la philosophie ? Paris, Éd. Minuit.

La philosophie processuelle qui favorise la transversalité et l'interdisciplinarité nous invite à repenser la Médiation Culturelle de l'Art, ainsi que l'action du médiateur, et co-designer les politiques culturelles avec l'ensemble des acteurs engagés dans l'écosystème qu'elles produisent : une autre manière d'être vivant à l'art.

Lorsque la médiation culturelle de l'art procède du domaine de l'action publique, elle est associée à une mission de service public. Elle a sa place dans les politiques culturelles ; lesquelles n'ont de cesse, notamment à travers les actions de médiation qui en relèvent, d'affirmer leur ambition de démocratisation et de démocratie culturelle. Indéniablement, la présence des médiateurs culturels de l'art dans les établissements artistiques et culturels en témoigne, tout autant qu'en attestent l'obligation pour les musées de France d'avoir en leur sein un *service des publics*³ et l'existence de tels services dans de nombreux établissements du secteur privé. Aujourd'hui, nombreux sont les professionnels qui concourent à créer les conditions les plus favorables à l'existence d'un rapport à l'art, tout comme à développer, d'un point de vue qualitatif et quantitatif, les *publics* des établissements culturels. Pourtant, la profession de médiateurs et médiatrices artistiques et culturels n'est toujours pas officiellement reconnue.

Ces professionnels, quant à eux, se reconnaissent bel et bien comme membres constituants d'un groupe professionnel spécifique, et essaient de se faire entendre. Ils et elles se revendiquent d'une profession singulière et multiplient leurs initiatives en faveur de la structuration de cette profession. En France, comme au Portugal, des réseaux s'organisent⁴. Comment se fait-il – nonobstant ces efforts militants – que cette demande de reconnaissance professionnelle ne soit pas satisfaite ? Et dans quelle mesure, la circonscription des savoirs et

³ Cf. La Loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France.

⁴ Citons à titre d'exemples, en France : le réseau BLA ! – association nationale des professionnel·le·s de la médiation en art contemporain [en ligne : <https://cipac.net/federation/membres/bla>], le Réseau MED, Réseau de professionnel·le·s de la médiation culturelle PACA [en ligne : <https://reseaumedpaca.wordpress.com>], ou encore le réseau Botox(s) [en ligne : <https://www.botoxs.fr/le-reseau-presentation/>] parmi bien d'autres. Et pour illustrer le cas portugais, citons les associations ECARTE XXI ou encore PROTO.

de compétences propres à la pratique de la médiation culturelle de l'art pourrait-elle favoriser cette reconnaissance ?

Plusieurs phénomènes concourent à produire une telle situation. Cette difficile reconnaissance professionnelle s'inscrit dans un contexte problématique. Ce ne sont pas seulement ces professionnels qui sont actuellement en peine, mais, plus globalement, la médiation culturelle de l'art⁵. En tant que notion et comme pratique (professionnelle, certes, mais également institutionnelle, organisationnelle, expérientielle, ...), elle se trouve être, à de multiples titres, dans une situation paradoxale. Les problèmes rencontrés par la médiation culturelle de l'art sont aussi nombreux que distincts, et un constat s'impose : la médiation culturelle de l'art souffre de son hybridité.

Qu'elle soit observée

- en tant que politique publique décidée et menée par l'État et les collectivités territoriales
- en tant que politique des publics propres à des établissements culturels, ou encore, à l'échelle de la pratique
- en tant que moment de rencontre entre des publics et des objets artistiques

la médiation culturelle demeure difficile à cerner et à positionner.

Elle ne correspond pas à une définition unique, n'est circonscriptible à aucune discipline en particulier. Elle traverse un ensemble de champs d'activités professionnelles plutôt qu'elle ne serait réductible à l'un d'entre eux.

⁵ Mes réflexions sont issues d'une expérience conséquente réalisée ces vingt dernières années en tant que sociologue œuvrant sur la question de la médiation culturelle tant dans le domaine de la recherche que dans celui de l'enseignement. Elles s'appuient sur un important corpus de données qualitatives : plus de cinq-cents entretiens qualitatifs et une centaine d'observations. Elles se fondent également sur des données quantitatives : plus de 2000 questionnaires, recueillies et analysées, auprès de publics d'établissements culturels, de professionnels et d'institutionnels dans le cadre d'une vingtaine de travaux d'études et de recherches réalisés sur une période allant de 2000 à 2019. Certaines de ces recherches ou études ont fait l'objet de publications auprès du ministère de la Culture et de la Communication (Direction Générale du Patrimoine ; Département des Études et de la Prospective) ; du Service Interministériel des Archives de France ; de l'Office de Communication et d'Information Muséale. Elles convoquaient divers établissements : MAAO, musée de l'Homme, Cité de l'architecture et du patrimoine, MUCEM, Opéra de Lyon, Palais de Compiègne, musée national de la Marine.

L'hybridité de cette notion et de cette pratique l'empêche de trouver sa place et de jouer correctement son rôle. En somme, ce contexte détermine la difficile situation professionnelle des médiateurs culturels de l'art. De sorte qu'il importe peut-être moins de circonscrire l'ensemble spécifique de savoirs et de compétences sur lequel la médiation culturelle de l'art indexerait ses pratiques, que de décrire la manière dont cette activité professionnelle ne cesse, justement, d'en moduler les contours en fonction des situations.

L'analyse écosystémique de la médiation culturelle de l'art peut conduire les professionnels de la médiation culturelle à problématiser différemment leurs pratiques. C'est peut-être leur actuelle manière de les concevoir et de les organiser qui rend difficile l'existence de la médiation culturelle de l'art, tout comme leur reconnaissance. Hybride et transversale, la médiation culturelle de l'art s'inscrit dans divers processus (politique, social, culturel, territorial, ...) et cherche à en créer de nouveaux, afin de produire des situations de rencontre avec des réalisations artistiques. Pour se faire, le médiateur reconnaît les premiers, puis pour activer les seconds, il motive et active une multitude de relations, et engage simultanément une diversité variable d'acteurs dans des dispositifs partenariaux, plus ou moins, durables. Cela dit, dans une société occidentale construite sur une série de dualités⁶, la médiation culturelle se trouve prise dans des logiques frontales et segmentées, concurrentielles et verticalement hiérarchisées qui la dominent et la freinent.

« Les modes d'abstractions actuellement mobilisés dans la pensée et la pratique de la médiation culturelle, en conclusions-nous encore récemment, engendrent des conditions de problématisation qui semblent

⁶ Cette situation, héritée de la modernité, est considérée comme problématique depuis bien longtemps. À ce sujet, citons à titre d'exemple, Dewey ou encore Whitehead qui montrent, tous les deux, depuis près d'un siècle, comment les sociétés occidentales se sont construites sur une série de dualités (culture/nature, subjectif/objectif, sachants/ignorants, gouvernants/gouvernés...) et en dénoncent les effets. Notamment, la difficulté d'envisager les situations dans un réseau de processus ; d'y agir de manière collective, et de revenir sur l'isolement des populations dans les dispositifs démocratiques. Dewey, J. (2003. 1ère édition en 1927). *Le public et ses problèmes*, trad. J. Zask, Publications de l'Université de Pau. Ed. Léo Scheer. Whitehead, A. N. (1995. 1ère édition en 1929). *Procès et réalité*, Paris, Éd. Gallimard.

enfermer les potentielles transformations souhaitées⁷. »

Forts de ce nouveau regard porté sur la médiation culturelle de l'art, nous serons peut-être en mesure de nous questionner différemment sur les compétences et les savoirs spécifiques dont les médiateurs culturels usent, ou plutôt, devraient pouvoir user. Nous tenterons alors de délimiter le champ professionnel spécifique dont relève la médiation culturelle de l'art et, ainsi de circonscrire le champ de scientificités qu'elle recouvre. Éventuellement, nous serons alors à même de voir en quoi et comment ces professionnels agissent, dans une logique que nous dirions partenariale, diplomate et coopérante, au sein d'un tissu d'interdépendances, aussi mouvant que spécifique, propre à la situation qu'ils traversent. Tout autant que nous entreprendrons de décrire comment ils articulent des logiques d'action complémentaires pour créer des conditions de rencontre singulières, entre les populations et les objets artistiques.

La situation paradoxale de la médiation culturelle et de ses praticiens

Nombreux sont les freins à la reconnaissance de la pratique professionnelle qu'est la médiation culturelle.

La médiation culturelle, en tant que notion, est connue pour son absence de définition univoque. En tant que pratique, elle n'est pas non plus indexable à une discipline scientifique dont elle relèverait et à laquelle elle se référerait. Pluridisciplinaire, elle mobilise des champs de connaissances (des notions, des concepts, des outils et des méthodes) issus de la philosophie de l'art, de la sociologie, des sciences de l'information et de la communication, de l'histoire de l'art, des sciences de gestion... Par ailleurs, ses praticiens collaborent avec tellement d'autres professionnels eux-mêmes œuvrant dans moult autres

⁷ Ciosi, L. (2022). « Des dispositifs frontaux aux dispositifs génératifs d'émancipation et de sens commun en médiation culturelle des arts », in *Incertains Regards* n°11 (dir. Butel, Y.) consacré à *La frontalité ... et l'effet méduse*, Aix-en-Provence, Éd. Presses universitaires de Provence, P. 125.

domaines (à l'intérieur ou à l'extérieur du champ culturel) que la méthodologie de projet à laquelle elle fait appel est éminemment pluridisciplinaire. Interdisciplinaire, elle l'est également en ce sens qu'elle bricole les approches disciplinaires pour en tirer des conceptions et des méthodologies inédites. Elle s'affirme enfin comme transdisciplinaire lorsqu'elle invente des dispositifs ou des situations de rencontre de l'art dont les effets appellent des modes de compréhension qui ne s'inscrivent plus dans une discipline en particulier.

Ainsi, plutôt qu'une activité professionnelle (dé)limitée, la médiation culturelle recouvre donc un champ d'activités professionnelles modulable et illimité.

« Elle forme plutôt qu'une science, un champ de scientificités⁸. »

À ce flou définitionnel et socio-professionnel, s'ajoute un paradoxe institutionnel et une indétermination organisationnelle. Alors que les *publics*, dans les établissements culturels, sont au centre de toutes les attentions, les budgets alloués à l'action culturelle et à la médiation restent le plus souvent limités.

En outre, bien qu'une grande part des missions de ces mêmes structures soient portées par le *Service des Publics*⁹, celui-ci peine à trouver sa place dans les organisations. Dès lors, sa mission transversale en tant que service utile à l'ensemble de l'organisation culturelle n'est pas clairement établie. En fonction des établissements, les organigrammes changent. Au sein d'un même établissement, ce type de service n'a de cesse de changer également. Ce qui souligne avec quelle difficulté la place est faite pour ce type de service au sein des établissements culturels¹⁰. Le *Service des Publics* peut porter le service des expositions, ou au contraire, ne collaborer avec lui qu'à l'instant de réaliser, pour son compte, des actions culturelles et de médiation. Il peut être intégré à la direction générale dans la mesure où il détermine la politique des publics de

⁸ Suzanne, G. (2022). Esthétique de la médiation. Approche historique, théorique et critique d'une pratique et d'une notion. Aix-en-Provence, Éd. Presses Universitaires de Provence. P. 57.

⁹ Nous choisissons cette terminologie parmi celles usitées (Direction des publics, Service des relations aux publics, Service d'action culturelle ...) sans omettre, par ailleurs, que cette diversité illustre également le flou institutionnel à l'œuvre.

¹⁰ Différents terrains de recherche (voir *supra*, note 5) ont permis de constater la perpétuelle réorganisation et recherche de positionnement du service des publics de ces établissements.

l'ensemble de l'établissement ou, plus modestement, y participer en apportant des ressources qui contribuent à la prise de décision (*via* des études des publics qu'il réalise ou fait réaliser). Il pourra, tout aussi bien, se contenter de mettre en œuvre les directives reçues en fonction des orientations choisies en matière de politique des publics. Alors qu'elle devrait être connectée à l'ensemble des services, la médiation culturelle est non seulement bien souvent cloisonnée au seul service des publics, mais également renvoyée à des segments d'activité très variés au sein des organisations culturelles. De surcroît, les établissements culturels positionnent la médiation culturelle au plus bas de leurs organisations hiérarchiques, qui est aussi le plus bas de leur hiérarchie du pouvoir et des salaires. Les médiateurs qui travaillent au sein du *Service des publics* n'en sont souvent que « la cinquième roue du carrosse¹¹ ». Alors que la médiation culturelle est censée participer d'une démocratie culturelle et contribuer à la démocratisation culturelle, ses acteurs n'ont clairement pas les moyens de jouer correctement leur rôle et, à travers lui, de réaliser cette visée politique.

Bien que cette situation soit documentée¹² elle demeure un angle mort des transformations à réaliser au sein des organisations culturelles. De sorte que la place de la médiation culturelle n'est ni structurellement ni fonctionnellement adaptée aux missions qui lui sont attribuées. Il semble d'ailleurs évident que le manque de reconnaissance est intrinsèquement lié à cette absence de visibilité et de lisibilité de ce que la médiation culturelle porte en germe comme mission et mène comme action. Tant que cette place et ce rôle de la médiation culturelle ne seront pas mieux définis, reconnus et identifiés, le médiateur continuera d'être en peine et à la peine. Pour aboutir à la définition d'une place et d'un rôle adéquate, il apparaît alors nécessaire de repenser non seulement la manière de considérer la médiation culturelle et de gérer les ressources humaines¹³ au sein des organisations, mais aussi, plus globalement, d'envisager

¹¹ Serain, F. et al., dirs. (2016). *La Médiation culturelle : cinquième roue du carrosse ?* Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Patrimoines et sociétés.

¹² Aubouin, N. et al. (2010). *Médiation culturelle : l'enjeu de la gestion des ressources humaines*. Ministère de la Culture, DEPS, coll. Culture études (n°1). pp. 1-12. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2010-1-page-1.htm> (Consulté le 13 juin 2023).

¹³ *Ibid.* p. 11.

d'autres modes de fonctionnement des établissements culturels, voire, d'autres modes d'agencement des politiques culturelles.

Actuellement, les établissements culturels usent de modes de fonctionnement qui rendent difficile la mise en œuvre d'activités hybrides. Le phénomène de professionnalisation, à l'œuvre depuis l'avènement de la Modernité, apparaît comme un modèle organisationnel qui freine la possibilité de travailler ensemble, de manière transversale, au sein des établissements.

« Chaque profession fait des progrès, mais progresse dans sa propre routine », écrivait Whitehead il y a près d'un siècle¹⁴. Ce « couplage profession et progrès », lequel anime le monde du travail depuis le début de la Modernité, engendre des institutions fragiles « parce qu'elles ont à se protéger contre les questionnements qui ne doivent pas les concerner¹⁵ ».

Même au sein des organisations, chaque service fonctionne de manière cloisonnée. Pourtant, dans les institutions, les entreprises tout comme dans les établissements culturels, les professionnels sont largement invités à coopérer. Aussi, il leur est aujourd'hui demandé de prendre en compte des enjeux sociétaux (écologiques, socio-économiques...), lesquels dépassent, et de loin, leur champ d'activité initial ; manière de les mettre en demeure de trouver des formes de coopération¹⁶. Aussi, dans le monde professionnel, une contradiction est clairement à l'œuvre entre les modes de fonctionnement

¹⁴ Whitehead, A. N. (1995). Procès et réalité, Paris, Éd. Gallimard. p. 67. Cité par Stengers, I. (2020). Réactiver le sens commun. Lecture de Whitehead en temps de débâcle. Paris, Éd. La Découverte. P. 30.

¹⁵ *Ibid.*, P. 31.

¹⁶ Pour l'heure, la participation et la coopération restent des vœux pieux : des discours. Les professionnels et les organisations mutualisent. Ils partagent, contraints, et dans le besoin, leurs ressources : leurs publics ; leurs projets ... mais les publics restent à la marge, comme les acteurs culturels restent, eux aussi, à la marge de la conception des politiques culturelles. « Les acteurs coopèrent par nécessité, choix, solidarité, pragmatisme, idéalisme, esprit de responsabilité, souci d'efficacité, et pour des raisons éthiques autant que pratique ». Besson, R. (2021) Bâtir une culture de la coopération. *Nectart* (N° 12). P. 100.

URL : <https://www-cairn-info.lama.univ-amu.fr/revue-nectart-2021-1-page-92.htm>

(Consulté le 13 juin 2023)

segmentés des organisations et les attentes en matière de coopération et de mise en œuvre d'actions transversales au sein de ces mêmes organisations.

Une autre manière de problématiser la situation et d'envisager des solutions

Si, comme l'écrit Isabelle Mathieu, le médiateur est « introuvable », puisque nous serions face à « un champ professionnel dont la principale caractéristique est le flou « définitionnel » et « fonctionnel »¹⁷, il pourra également nous apparaître que les actuels modes de définition des professions et de fonctionnement des organisations rendent impossibles sa reconnaissance et l'éclaircissement de sa position. L'enjeu est donc de parvenir à dissiper ce « flou » qui entoure la médiation culturelle. Cela permettra de porter un autre regard sur ces combinaisons. Combinaisons aussi diverses que variables touchant les multiples fonctions occupées par le médiateur. Nous pourrions également reconsidérer cette « nébuleuse » de fonctions non plus comme ce qui freine la reconnaissance d'une profession spécifique, mais, au contraire, comme ce qui la constitue en tant que telle.

C'est précisément ce à quoi nous invite cette vision écosystémique de la médiation culturelle. Il s'agit bien de rendre compte de ce que la médiation culturelle est, de ce qu'elle produit et de ce qui la produit. Ou, pour le dire autrement, de cerner l'ensemble des processus et des relations d'interdépendances qu'elle constitue et au sein duquel ses acteurs agissent.

Observer l'écosystème composé par les actants de la mise en œuvre de la médiation culturelle de l'art relève, néanmoins d'une autre lecture possible : multifocale pour commencer, puis transfocale.

¹⁷ Mathieu, I. (2009). Introuvable médiateur culturel. In *Les processus de construction identitaire en Sciences de l'Information-Communication* Journée d'étude CIMEOS pour doctorants et jeunes chercheurs (pp. 1–10). Dijon. P. 8.

La triple médiation culturelle : politique, stratégique et technique

Analysée selon une approche multifocale, la médiation culturelle se révèle alors triple. Elle est une action relevant du domaine des politiques culturelles (focale *macro*) en même temps qu'une stratégie d'action relevant des politiques des publics des établissements (focale *méso*) et qu'un moment de rencontre entre des réalisations artistiques et des *publics* (focale *micro*). Chacune de ces focales donne à voir des aspects différents de cette pratique, aussi bien aux actants qui l'incarnent qu'aux parties-prenantes qu'elle mobilise. Si on a déjà différencié des médiateurs concepteurs d'action de médiation culturelle et des médiateurs animateurs¹⁸, notre hypothèse envisage, quant à elle, une autre distinction plus nuancée. Trois catégories peuvent être avancées.

La première : les décideurs-concepteurs politiques de la médiation culturelle en tant que politique publique (professionnels relevant de l'État¹⁹ et des collectivités territoriales), lesquels cherchent à mettre en lien la création artistique et les populations.

La seconde : les décideurs-concepteurs stratégiques de la médiation culturelle comme stratégie des publics (les responsables du service des publics), lesquels visent à créer du lien entre les objets artistiques issus des collections/programmations, et plus globalement, l'ensemble de l'établissement et, des segments de populations²⁰,

¹⁸ Aubouin, N. et al. (2010). Médiation culturelle : l'enjeu ... *op.cit.*

¹⁹ D'ailleurs au sein du Département de la politique des Publics (Direction Générale du Patrimoine – ministère de la Culture et de la communication), des médiateurs culturels hautement diplômés sont à l'œuvre.

²⁰ Notons au passage que les segmentations des publics opérées par les services des publics rendent compte, une fois de plus, d'une manière confuse de procéder : elles se construisent indistinctement sur des critères hétérogènes plutôt que sur une série de critères communs qui serait la seule méthode scientifique permettant de rassembler des groupes de populations qui se ressemblent et se distinguent les uns des autres. Par exemple, une même segmentation va simultanément considérer des modalités de visite (« public individuel », « famille », « groupe », etc.), des profils sociodémographiques (« jeune public », « sénior », etc.), des milieux sociaux spécifiques (« publics issus du champ social », « publics de proximité » relevant de la bourgeoisie, de milieux populaires, etc.), des contextes de venue (avec l'école, un comité d'entreprise, une maison de retraite, etc.) et des spécificités physiques ou mentales (« publics handicapés », moteurs, mentaux, etc.)... De fait, les catégories créées ne sont en rien des segments d'une même typologie. Elles sont, tout au plus, des champs d'action partenariale divisés.

Enfin la troisième : les concepteurs-réalisateurs techniques d'une rencontre effective et singulière entre des personnes devenues des publics participants à l'action et des objets artistiques sélectionnés parmi l'ensemble des propositions existantes (les chargés d'action culturelle et de médiation culturelle de l'art).

Dès lors, il apparaît clairement que développer la fréquentation des établissements culturels et promouvoir le rapport à l'art constituent deux missions distinctes. Deux missions qui pourront tout aussi bien se concurrencer que se compléter, selon la façon dont elles seront articulées d'un point de vue conceptuel (articulation pensée au sein de la politique des publics) ou pratique (articulation menée dans le cadre de la mise en œuvre des actions).

Mais précisons. Aujourd'hui, non seulement elles se concurrencent, mais encore, la logique de fréquentation apparaît absolument dominante. En témoignent les protocoles d'évaluation des dispositifs d'action culturelle et de médiation. Rares sont ceux qui permettent de mesurer les effets du rapport à l'art contrairement à ceux qui, inlassablement, comptent le nombre de visiteurs/spectateurs/auditeurs et s'inquiètent d'en connaître les profils sociodémographiques²¹ avec l'espoir de les voir se diversifier. Il semblerait même que la première mission phagocyte la seconde ; que cette dernière ne serve qu'à conforter et nourrir la première. Pour illustrer ce propos, revenons sur cette pratique évoquée plus tôt, qui consiste à segmenter les publics. Premièrement, alors qu'il n'y aurait plus aucune raison de la mobiliser au-delà des stratégies des publics (stratégie partenariale pour développer et diversifier la fréquentation), cette catégorisation reste pourtant à l'œuvre quand la médiation culturelle devient ce moment de rencontre avec des objets artistiques. Autant il peut sembler pertinent de penser, par exemple, les modalités physiques d'accès aux espaces d'expositions pour les populations à mobilité réduite (ce qui relève bien des stratégies des publics), autant ce

²¹ Ajoutons que ces évaluations révèlent également que la mission de la médiation culturelle relève de l'impossible : réduire les écarts entre des populations et des propositions artistiques. Écarts clairement identifiés comme étant des effets socio-démographiquement produits. Il est pourtant évident que la médiation culturelle ne peut aucunement défier les inégalités sociales en cours. Elle ne peut que faire « avec » et lutter « contre » cette réalité injuste, en inventant des dispositifs de mise en relation à l'art tout en considérant la diversité des rapports possibles.

handicap n'a plus aucune pertinence à être pris en compte lors d'une mise en rapport à l'art. Deuxièmement, « segmenter » est une pratique qui repose sur le mythique processus « segmentation/ciblage/positionnement » et qui par conséquent, bien que nimbé d'une visée démocratique et culturelle, n'en demeure pas moins être une technique issue du *marketing*. Cette pratique n'engendre aucune condition favorable à la création de conditions singulières et sensibles de rencontre avec les objets artistiques. De fait, elle instaure des relations propres à celles du marché. Elle réduit le rapport à l'art à sa consommation, en envisageant les propositions artistiques comme une offre (soumise à une large concurrence) et les populations comme les infidèles et trop rares clients. Enfin, en écho à ce que nous venons de souligner, le troisième point (qui pointait l'indistinction entre les deux missions complémentaires qu'il s'agirait de pouvoir mener) veut et impose qu'une segmentation s'opère méthodologiquement selon une visée. D'ailleurs, si la médiation culturelle de l'art avait bel et bien l'objectif de développer du rapport à l'art, la segmentation des publics devrait mobiliser une série de critères déterminant les différentes manières d'être en relation aux objets artistiques, et non pas, les différentes façons de fréquenter les établissements culturels qui les exposent et les diffusent.

La double mission au sein des établissements culturels

Si en revanche, l'enjeu est bien de distinguer les deux logiques complémentaires qui fondent la pratique de médiation au sein des établissements culturels, nous pourrions considérer qu'il existe deux grands types de profils professionnels auxquels correspondent plus ou moins les médiateurs culturels. Le premier les renvoie à la conception et à la gestion des relations entre l'établissement culturel et ses publics, cependant que le deuxième associe plutôt leur pratique à la conception d'actions qui visent à établir des relations directes entre des réalisations artistiques et des publics. Au sein des services des publics des établissements culturels, ces deux profils du médiateur peuvent coexister. Ils peuvent être incarnés par différents professionnels, plus ou moins nombreux, ou, au contraire, être incarnés par un

seul professionnel dont le poste fait se recouper ces deux profils métier. En outre, cette double conception du métier de médiateur pourra être attendue, voire appelée, dans le cadre du fonctionnement et de la structuration de services des publics. Par conséquent, des compétences spécifiques seront possiblement associées à chacune des deux missions²². D'ailleurs, l'accompagnement à la co-construction – que nous avons mené à bien lors de la réorganisation du service des publics au sein de la Cité de l'architecture et du patrimoine – avait débouché sur une restructuration de cette nature. Les organigrammes (Cf. figure 1) aux formes organiques ci-après en témoignent²³.

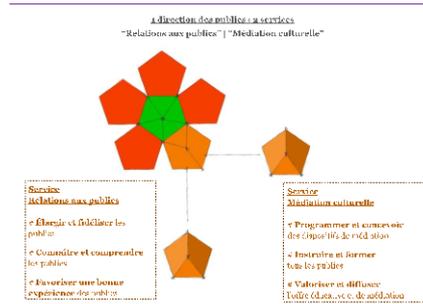
²² La mise en rapport à la structure culturelle avec pour visée d'élargir et fidéliser les publics ; les connaître et les comprendre ; et favoriser leur « bonne » expérience. (Ce qui se réalise en portant les missions suivantes : Développer un réseau de partenaire ; Renseigner et Informer les publics ; Gérer la tarification, les réservations et l'accueil ; Coordonner les prestataires ; Concevoir, Coordonner, Administrer et Diffuser les études des publics). Et par ailleurs, la mise en rapport à l'art (qui se concrétise dans les services des publics *via* les missions suivantes : Coordonner et Assurer la mise en œuvre de l'offre culturelle ; Programmer et Concevoir des projets de médiation ; Assurer une veille en matière de dispositifs de médiation ; Mettre en place des outils d'analyse et d'évaluation des projets de médiation ; Coordonner les actions de valorisation et de diffusion de l'offre de médiation).

²³ Ces visuels sont le résultat du travail de co-construction de la restructuration du service des publics de la Cité de l'architecture et du patrimoine. Cet accompagnement à mobiliser en plus des professionnels du dit « Service », l'ensemble des représentants des différents services composant la structure, ainsi que la direction, dans le cadre de quatre ateliers coopératifs menés en Intelligence Collective. Au-delà de la formalisation d'un nouvel organigramme, les modes de gouvernance, mais aussi, les fiches de postes assorties des missions portées et des compétences à mobilisées ont été définies. Ces images sont extraites du rapport final produit à l'issue de la mission d'accompagnement à la restructuration de ce service réalisée par Laure Ciosi - Transverscité (2016).

Figure 1 : Organigrammes de réorganisation du service des publics

La restructuration d'un service des publics

RESTRUCTURATION ACCOMPAGNÉE de la Direction des Publics 

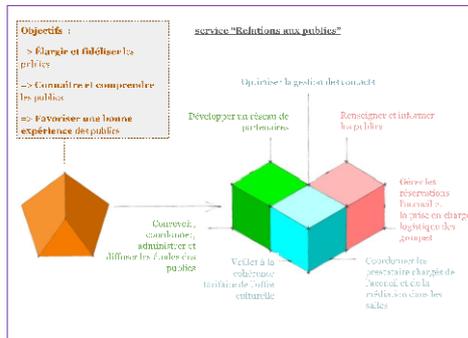


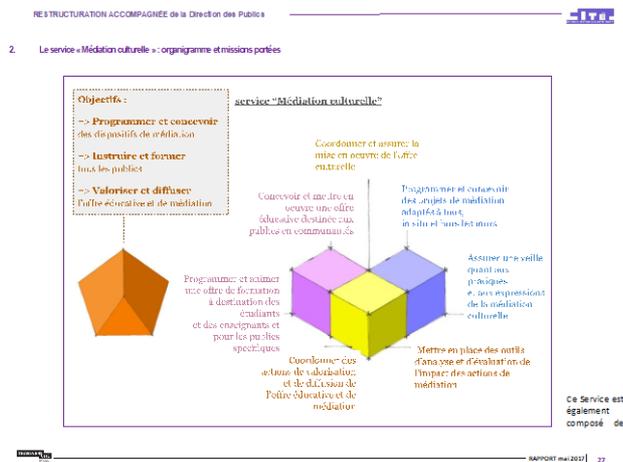
RESTRUCTURATION ACCOMPAGNÉE de la Direction des Publics 

1. Le service « Relations aux publics » : organigramme et missions portées

Ce service doit permettre à la Cité d'entretenir et de développer de bonnes relations avec ses publics. Il est composé de deux pôles qui portent également chacun un rôle spécifique : « Développement et Étude des publics » et « Accueil et Réservation ».





Une combinaison de compétences et de savoirs spécifiques

Observée selon une approche transfocale, la médiation culturelle semble relever d'une mise en œuvre complexe. De manière diachronique et synchronique, pour diversifier et développer le rapport des populations à l'art, des actants²⁴ hétérogènes coexistent et sont pris dans des relations d'interdépendance. Politiques publiques (culturelles et éducatives notamment), établissements culturels (mais aussi sociaux, éducatifs...), professionnels de la médiation culturelle et partenaires (privés, publics, associatifs ...), populations et publics, objets artistiques, culturels et patrimoniaux... composent ensemble les entités agissantes dans la production du rapport à l'art. La médiation culturelle est donc le fruit de la synergie de multiples dynamiques (politique, sociale, économique, artistique, culturelle, éducative, territoriale...) que le médiateur doit embrasser. Elle est réalisée par une multitude d'acteurs et d'actants auxquels le médiateur doit être attentif et qu'il doit prendre en considération. Au sein de cet écosystème, il doit, *a minima*, « faire avec²⁵ » la politique culturelle du pays et du territoire, tout

²⁴ Nous reprenons ici, la terminologie proposée par Bruno Latour puisqu'humains et non humains participent à la production de la médiation culturelle. Latour, B. (1988). La vie de laboratoire. Paris, Éd. La Découverte.

²⁵ Sur cette idée de « faire avec », ce qu'elle engendre comme problématique et hypothèses de travail, notre propos sur la médiation culturelle coïncide avec le titre de l'ouvrage et les

autant qu'avec la politique des publics de sa structure et ses modes de fonctionnement, qu'avec le territoire qui l'environne, ainsi que les populations qui y vivent, les acteurs qui y œuvrent, les publics et les œuvres d'art.

Dans le cadre d'une vision écosystémique, ces deux derniers (les publics et les œuvres d'art), comme toutes les autres parties-prenantes impliquées, ne sont plus séparés, ni même éloignés, puisque ces actants sont déjà inscrits au sein de l'action collective à l'œuvre. Ce qui apparaît remarquable, en revanche, est la qualité de la relation que toutes et tous entretiennent. Ils vivent des relations plus ou moins fortes, plus ou moins nourrissantes et épanouissantes, plus ou moins réciproques et utiles à leur existence. Ainsi, l'approche écosystémique, en annihilant la distance entre les populations et l'art, transforme la problématique de la médiation culturelle et l'enjeu qu'elle doit défier. Il ne s'agit plus, dès lors, pour le médiateur culturel de réduire ce fameux écart qui existerait entre l'art et la population – écart qu'il essaie de combler en vain depuis des décennies – mais plutôt, d'aviver la relation qui les lie et de veiller à la qualité de celle-ci. Il doit tout autant pour y parvenir, s'insérer, de manière située, au sein de multiples processus déjà à l'œuvre, comme en activer de nouveaux. Le médiateur est donc amené à créer les conditions d'existence de multiples zones de coopération, plus ou moins étendues et pérennes, au sein et au nom de l'établissement culturel qui l'emploie, mais, et également, dans et avec son environnement plus ou moins immédiat.

Pour autant, la médiation culturelle n'est pas pensée comme une action collective complexe.

Alors que le médiateur culturel doit jouer un rôle de chef d'orchestre, les musiciens qu'il est censé conduire (c'est-à-dire ceux dont il cherche à activer les relations pour les mobiliser de concert), souvent, ne se considèrent pas eux-mêmes comme les participants de cette action collective commune. Cependant, comme l'écrit Isabelle Stengers, pour que les dispositifs de médiation deviennent « génératifs » des effets souhaités

réflexions d'Yves Citton. Citton, Y. (2020). Faire avec. Conflits, coalitions et contagions. Monts, Éd. Les liens qui libèrent, coll. Trans.

« celles et ceux qu'ils rassemblent doivent explicitement être concernés par la situation ou la proposition qui les rassemble²⁶ ».

Dès lors, comment engager, dans de tels processus, les personnes qui estiment ne pas être concernées par les propositions artistiques faites par les établissements culturels, notamment les populations qui pensent ou disent ne pas l'être, mais aussi, les autres comme les collègues et les partenaires ?

En amont d'un éventuel dispositif de médiation culturelle mettant en relation des objets artistiques et des personnes, le médiateur conscient des différentes manières d'être vivant²⁷ dans le rapport à l'art, conscient aussi des « affects tentaculaires » qui les lient, élargira la « zone de contact »²⁸ de son musée, de son théâtre ou de sa salle d'exposition. Il cherchera à élargir celle des populations et des partenaires pour rendre possible une reconnaissance mutuelle et tenter de construire une relation de confiance et de réciprocité qui générera, éventuellement, une nouvelle manière d'être concernés par les objets artistiques.

En outre, à l'heure où les publics sont censés participer au monde de l'art et de la culture, au choix des programmations artistiques et culturelles, à la création d'œuvre collective, à la définition des actions culturelles qui leur sont destinées... il est attendu du médiateur qu'il crée les conditions de leur participation. Par conséquent, il doit être en mesure d'accompagner des groupes de personnes, des individus et des subjectivités en perpétuelle transformation, jusqu'à ce que ceux-ci puissent « prendre part ». L'enjeu professionnel du médiateur culturel de l'art devient dès lors de créer des conditions favorables à une relation vivante entre les populations et les propositions artistiques qui sont mises à la disposition de ces dernières par les établissements culturels.

« Au lieu de penser la médiation comme une médiatisation, c'est-à-dire, selon le modèle linéaire et

²⁶ Stengers, I. (2020). Réactiver le sens commun ... *op.cit.* P. 173.

²⁷ Expression empruntée à l'ouvrage de Baptiste Morizot (2020). *Manières d'être vivant*. Arles. Acte Sud.

²⁸ Stengers, I. (2020). Réactiver le sens commun ... *op.cit.* P. 175-187.

frontale de la communication (de l'émetteur au récepteur), afin de sortir de la relation que celle-ci installe (la relation sachant-apprenant, la relation offre-client), le *médiateur diplomate* qui *pense par le milieu* créé des situations qui activent l'expérience de rencontre aux objets d'arts et de patrimoine²⁹ »

, tout en activant un ensemble de coopérations à plusieurs focales d'action. À ce titre, l'enjeu consiste à dénouer les difficultés qui freinent la participation des acteurs concernés à la relation à l'art.

Par conséquent, pour dépasser les difficultés à entreprendre cette action collective et, de surcroît, élargir la participation de celles et ceux qui sont censés être concernés par la mise en rapport à l'art, le médiateur doit mobiliser des savoirs et s'équiper de compétences méthodologiques pour qu'un ensemble d'acteurs coopèrent afin de permettre, *in fine*, à des populations et à des œuvres d'art d'interagir.

« Dès lors, le médiateur est amené à s'interroger sur le dispositif qu'il invente afin, comme le suggère Stengers, d'envisager « comment il peut fonctionner. Comment se compose l'assemblée ? Comment les rôles sont attribués ? Comment peut-il activer ce que la ruse du mal inhibe ?³⁰ ».

Tout en invitant les institutions gouvernementales et culturelles à repenser la place de la médiation culturelle de l'art en leur sein, et en attendant cette possible transformation qui leur serait favorable, les professionnels de la médiation ont clairement besoin de s'équiper de compétences méthodologiques et collaboratives spécifiques défiant les conceptions binaires et frontales en cours. Certaines pour que les publics et les objets artistiques dialoguent. D'autres pour entrer en contact, en amont de ce dialogue, avec ces futurs publics et coopérer avec des partenaires, des collègues..., etc.

²⁹ Ciosi, L. (2022) Des dispositifs frontaux aux dispositifs génératifs ... *op.cit.* P. 130.

³⁰ *Ibid.* P. 130.

L'écosystème constitué par la mise en œuvre de la médiation culturelle de l'art rend compte de la dimension transfocale de l'activité professionnelle du médiateur. Par ailleurs, la vision multifocale de ce même écosystème rend compte, quant à elle, des multiples espaces professionnels qu'elle occupe ou, du moins, qu'elle peut occuper, en fonction des responsabilités que son poste recouvre. Comme nous l'avons remarqué, le médiateur peut n'être que celui qui, une fois les politiques culturelles définies, la politique des publics décidée, les œuvres à exposer sélectionnées, l'action de médiation pensée, exécute seulement l'animation de cette dernière. Tout comme il peut ou pourrait être celui qui, reconnu comme expert de la relation entre l'art et les populations, coopère à la conception des politiques culturelles, participe à la définition de la politique des publics, prend part à la sélection des œuvres exposées, élabore l'action de médiation qu'il réalise en compagnie des objets artistiques et des publics.

Ces deux lectures rendent compte de l'ensemble spécifique que représentent les compétences et savoirs propres à la médiation culturelle de l'art. Ce n'est qu'ensuite, en fonction des situations, que ces connaissances et savoir-faire seront mobilisés entièrement ou en partie seulement.

Cela dessine la délimitation d'un champ professionnel tout à fait singulier qui intervient dans le cadre de politiques culturelles relevant du domaine de l'action publique, dans celui des politiques des publics et de ses stratégies relevant de l'action des établissements culturels, celui également du rapport aux établissements ainsi, et enfin, que celui du rapport aux objets artistiques. Ainsi, savoir articuler des politiques culturelles, des politiques des publics, des objets artistiques et des populations aux « manières différenciées d'être vivantes à l'art » constitue une compétence clef des médiateurs culturels. Et quatre logiques d'action et de réflexion issues de quatre domaines disciplinaires clefs composent une combinaison de compétences et de savoirs spécifiques à la profession de médiateur culturel de l'art :

1/ Savoir interroger la logique politique de l'action publique : connaissances des politiques institutionnelles et culturelles. Les politiques culturelles gouvernementales et territoriales doivent être connues afin qu'elles prennent

corps dans la politique des publics de la structure et puissent s'effectuer dans le cadre de l'action de médiation.

2/ Savoir interroger la logique sociologique des usages sociaux de l'art : approche des territoires, des populations et de leur rapport à l'art. Pour connaître et comprendre le rapport à l'art et les pratiques culturelles des populations et participer aux dynamiques territoriales, le médiateur doit les étudier : analyse des dynamiques politiques, urbaines/rurales, sociales et culturelles de son territoire d'action ; ses acteurs politiques, sociaux, éducatifs, économiques et culturels ; la socio-démographie de ses populations... Le médiateur culturel sera donc amené à concevoir des protocoles d'étude de type sociologique.

3/ Savoir interroger la logique esthétique des objets artistiques : sciences des arts. Pour créer les conditions d'une rencontre singulière et sensible entre un objet artistique et des personnes, le médiateur doit mobiliser des connaissances en philosophie de l'art pour faire advenir des situations d'interaction transformatives et réciproques.

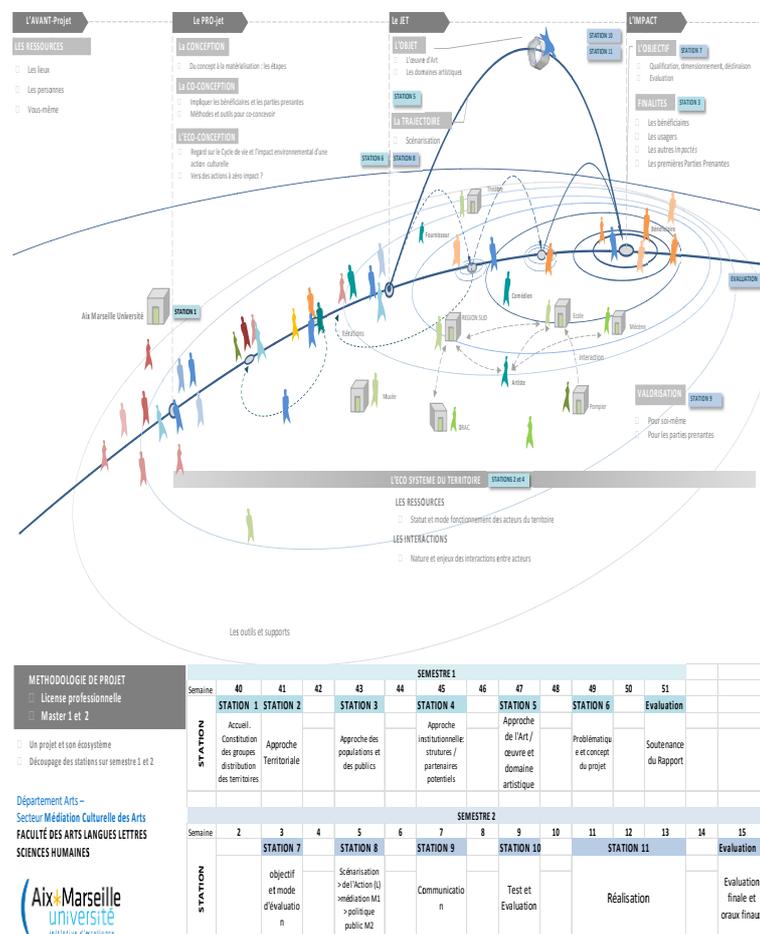
4/ Savoir concevoir et mettre en œuvre des dispositifs méthodologiques d'action collective (méthodologie de projet) et d'évaluation : Identifier les besoins et développer des espaces de coopération et de participation : outils et approches en Intelligence collective et en *Design Thinking*.

Une méthodologie de projet écosystémique

Fort de cet ensemble de compétences et de connaissances, le médiateur pourra reconnaître l'écosystème (analyse de la situation et repérage des parties-prenantes) dans lequel est inscrit/ ou inscrire l'établissement culturel et le dispositif/projet/action de médiation culturelle de l'art. Il définira ensuite les impacts à produire qui articuleront les trois focales de la médiation culturelle et leurs visées. Et son projet suivra alors une méthodologie lui permettant de cheminer vers les effets souhaités, en s'engageant et en engageant avec lui de multiples acteurs dans le processus de création de dispositifs de mise en rapport à l'art.

À titre d'exemple, voici la méthodologie de projet (Cf. figure 2) conçue par l'équipe pédagogique de la formation de Médiation Culturelle de l'Art d'Aix-Marseille Université en 2018³¹ et suivie depuis par ses étudiants, en Licence professionnelle (à distance et en présence) et en Master.

Figure 2 : méthodologie de projet conçue par l'équipe pédagogique de la formation de Médiation Culturelle de l'Art d'Aix-Marseille



³¹ Cette méthodologie de projet, devenue la colonne vertébrale de la formation en Médiation Culturelle de l'Art à AMU, a été élaborée dans le cadre d'un appel à projet, Fond d'Innovation Pédagogique, dont Catherine Anaya, Ingénieur Pédagogique, et Laure Ciosi, Maître de Conférence Associé, ont été lauréates. Le visuel est, quant à lui, réalisé par Yannick Le Guiner, enseignant en Méthodologie de projet au sein de la même formation.

La méthodologie de projet écosystémique évoquée, notamment sa philosophie d'action et ses approches collaboratives, peut être possiblement suivie par tout meneur de projet qui souhaite soigner les relations entre les parties-prenantes. Et, ainsi, créer les conditions de la rencontre et de la mise en route d'un nouveau processus. Au préalable, pour évaluer la situation et repérer les zones de conflit, de tensions et de coalitions, l'approche écosystémique est, quant à elle, pertinente pour appréhender toutes les situations complexes, les observer de manière multi-focale et transfocale, tout comme elle est à même d'identifier les parties-prenantes agissantes et les manières dont elles sont en rapport entre-elles au sein de l'écosystème. D'ailleurs, ses approches commencent à se développer et les compétences collaboratives et celles relatives à la méthodologie de projet s'avèrent aujourd'hui attendues dans divers champs disciplinaires et professionnels.

Cependant, elles apparaissent particulières dans celui de la médiation culturelle et ce dans la mesure où, *in fine*, il s'agit spécifiquement de créer des conditions de collaboration aux objets artistiques et culturels. Et la mise en rapport à l'art engage, nous l'avons vu, des savoirs et savoir-faire tout à fait spécifiques.

Le défi, qui plus est, est d'autant plus périlleux à relever, dans le cas de la médiation culturelle, puisque la partie-prenante de l'écosystème concernée, les populations, n'a *a priori* aucun désir de vivre cette forme de rencontre engageante, ni même l'impression d'être réellement invitée à le faire. Et pourtant, il est temps que les populations prennent réellement part à cette action collective et publique.

Une politique de l'expérimentation collective à reconsidérer

Pour conclure, si la médiation culturelle ne doit plus réaliser l'impossible (réduire la distance qui serait notamment sociodémographique, donc structurelle, et dépassant son champ d'action), elle doit activer des relations. Autrement dit, elle doit créer des situations de rencontre à l'art qui prennent corps dans la vie de tout un chacun. Elle est alors amenée à créer des zones de

contact pour que même celles et ceux qui vivent exclus de ces pratiques (pour des raisons que la sociologie des pratiques culturelles a largement documentées), osent, grâce à l'entremise du médiateur, se sentir concernés par les propositions artistiques qui leur sont adressées.

Envisager la démocratie et la démocratisation culturelles, comme aussi les politiques publiques qui incluent et font participer les populations dans leur conception et leur mise en œuvre nous semble possible sous certaines conditions. Il faut que l'ensemble des parties-prenantes considère qu'il fait partie de l'action collective, et que les conditions pour produire leurs missions soient réunies. Par conséquent, définir les places et les rôles à accorder à chacune d'entre elles au sein de l'écosystème, et le faire en cohérence avec les missions qui sont les leurs, apparaît essentiel.

Pour suspendre sur ces hypothèses trop rapidement évoquées, actuellement, la place et les rôles des médiateurs culturels et des populations devraient être ainsi réenvisagés ; du moins, si l'intention est bien de faire advenir un rapport à l'art – à grande échelle – tout en produisant des dispositifs sur-mesure pour inciter et engager des populations dans l'expérimentation de moments singuliers de rencontre à l'art.

Références bibliographiques

- Aubouin, N. *et al.* (2010). Médiation culturelle : l'enjeu de la gestion des ressources humaines. Ministère de la Culture, DEPS, coll. *Culture études* (n°1). pp. 1-12. En ligne : <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2010-1-page-1.htm> (Consulté le 13 juin 2023)
- Besson, R. (2021) Bâtir une culture de la coopération. *Nectart* (N° 12).
- Ciosi, L. (2022). Des dispositifs frontaux aux dispositifs génératifs d'émancipation et de sens commun en médiation culturelle des arts. In. Butel, Y. (sous la dir. de), *La frontalité ... et l'effet méduse*, Aix-en-Provence, Éd. Presses universitaires de Provence, coll. « Incertains Regards » n°11.
- Citton, Y. (2020). Faire avec. Conflits, coalitions et contagions. Monts, Éd. Les liens qui libèrent, coll. Trans.

- Deleuze, G. & Guattari, F. (2003). *Qu'est-ce que la philosophie ?* Paris, Éd. Minuit.
- Dewey, J. (2003. 1^{ère} édition en 1927). *Le public et ses problèmes*, trad. J. Zask, Publications de l'Université de Pau. Ed. Léo Scheer.
- Latour, B. (1988). *La vie de laboratoire*. Paris, Éd. La Découverte.
- Mathieu, I. (2009). *Introuvable médiateur culturel*. In *Les processus de construction identitaire en Sciences de l'Information-Communication Journée d'étude CIMEOS pour doctorants et jeunes chercheurs* (pp. 1–10). Dijon.
- Morizot, B. (2020). *Manières d'être vivant*. Arles, Éd. Acte Sud.
- Serain, F. *et al.*, dirs. (2016). *La Médiation culturelle : cinquième roue du carrosse ?* Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Patrimoines et sociétés.
- Stengers, I. (2020). *Réactiver le sens commun. Lecture de Whitehead en temps de débâcle*. Paris, Éd. La Découverte.
- Suzanne, G. (2022). *Esthétique de la médiation. Approche historique, théorique et critique d'une pratique et d'une notion*. Aix-en-Provence, Éd. Presses Universitaires de Provence.
- Whitehead, A. N. (1995. 1^{ère} édition en 1929). *Procès et réalité*, Paris, Éd. Gallimard.

Notes biographiques

Depuis plus de vingt ans, Laure Ciosi, sociologue, chercheuse, enseignante et consultante, accompagne les acteurs locaux, nationaux et internationaux des politiques publiques dans leur processus de transformation, d'évaluation et de prise de décision.

Dans le champ culturel spécifiquement, son expertise a, en outre, été sollicitée pour guider d'importants musées nationaux (MUCEM, musée de l'Homme, Palais de Compiègne, Cité de l'architecture et du patrimoine, etc.) et, le Service Interministériel des Archives de France dans l'élaboration de leur Politique des Publics et la structuration de leur Service des Publics. En matière de recherche, elle a notamment accompagné le DEPS du ministère de la Culture et de la Communication à penser la diversification de l'offre des établissements culturels patrimoniaux, elle a conseillé l'Office de Coopération et d'Informations Muséales dans le domaine de la médiation de la CSTI en France, tout comme la Direction de l'Architecture et du Patrimoine sur le champ du patrimoine de l'immigration. Ces recherches se sont par ailleurs déclinées en de nombreuses études des publics.

Dans le domaine de l'enseignement universitaire (2003-2022), Laure Ciosi a été Maître de conférences associé au sein d'Aix-Marseille Université (Licence et Master en Médiation Culturelle des Arts).

 <https://orcid.org/0000-0002-2669-6646>

27 rue La Boétie 13012 Marseille

laure.ciosi@gmail.com

Recebido em julho de 2023, aceite para publicação em dezembro de 2023