

# Table des matières

Introduction	5
Les activités de médiation	7
<i>Actions organisées par et dans des établissements culturels</i>	8
<i>Actions de développement culturel</i>	10
<i>Actions culturelles à l'étranger</i>	13
<i>Activités qui ne ressortent pas de la médiation</i>	14
Le mot « médiation » et ses traductions	16
Les connaissances disponibles sur la profession de médiateurs	19

## PARTIE 1 - LA MÉDIATION AU SEIN DE LA CULTURE

Chapitre 1	La logique de la médiation	25
	Qu'est-ce qui fait médiation ?	26
	<i>Le travail artistique comme travail de médiation</i>	27
	<i>Lorsque la médiation esthétique     et la médiation culturelle fusionnent</i>	34
	<i>Le travail du programmeur     ou du commissaire, travail de médiateur ?</i>	39
	<i>Le lieu médiateur</i>	43
	Mise en question de la médiation	47
	<i>La nature de la médiation</i>	49
	<i>A-t-on besoin de médiations ou de médiateurs ?</i>	53
	<i>La médiation sans limite</i>	57
Chapitre 2	Les fonctions du médiateur	61
	Le temps des grandes influences	62
	<i>Sources religieuses et philosophiques: l'initiateur</i>	64
	<i>Acception juridique: le négociateur</i>	71
	<i>Diversité sociologique: le traducteur</i>	78
	Le rappel des origines:	
	instruction, éducation, animation	86
	<i>De l'instruction à l'éducation: l'instructeur / l'éducateur</i>	87
	<i>Le temps de l'animation et de l'action culturelle: l'animateur</i>	98
	<i>Médiation, journalisme et médiatisation: l'informateur</i>	109

Chapitre 3	Le renouveau des formes	115
	Variations et évolutions des acceptions de la médiation	115
	<i>De la médiation et de l'explication: le vulgarisateur</i>	117
	<i>De la médiation et de l'explicitation: l'accoucheur</i>	121
	<i>De la médiation à l'interprétation: l'interprète</i>	127
	Vers le dépassement de la médiation	133
	<i>De la médiation à l'activation: l'activateur</i>	136
	<i>Interrelations culturelles: le découvreur</i>	140
	<i>Pour un rôle de stimulateur culturel: le développeur</i>	144
<b>PARTIE 2 - OUTILS, MÉTHODES</b>		
<b>ET CHAMPS DE LA MÉDIATION CULTURELLE</b>		
Chapitre 4	Les métiers et les lieux de la médiation	149
	L'artiste, le commissaire, le médiateur et l'architecte	149
	Les postures et les positions du médiateur	152
	Les métiers de la médiation: polyvalence et spécialités	155
	Les lieux de la médiation culturelle	157
	<i>Lieux et débouchés</i>	158
	<i>Formations en France</i>	164
	<i>Les ressources et associations professionnelles</i>	172
	<i>La Charte de la médiation culturelle</i>	174
	La médiation dans le champ scientifique	177
Chapitre 5	Les fondamentaux du médiateur culturel	189
	Le sens de la recherche	191
	<i>La recherche documentaire</i>	192
	<i>La recherche esthétique</i>	193
	La connaissance des publics	195
	<i>Origine des enquêtes</i>	196
	<i>Diversité des enquêtes</i>	198
	La connaissance du milieu	202
	<i>Les métiers de la culture</i>	202
	<i>Économie, gestion, marketing, comptabilité, droit</i>	207
	<i>Réseaux</i>	212
	Stratégies	213
	<i>Du marketing stratégique à la médiation stratégique</i>	214
	<i>Vision, mission, évaluation</i>	217
	<i>Environnement</i>	220
	Parler, convaincre	221
	<i>Savoir écrire et conceptualiser</i>	230

Chapitre 6	La production d'outils de médiation : une approche pratique	235
	Les qualités du médiateur	236
	Méthodologie de la conduite de projet	237
	<i>La méthodologie de conduite de projet</i>	239
	<i>Le projet de conception d'un outil de médiation</i>	242
	<i>La conception pratique d'un outil de médiation</i>	244
	Les différentes situations d'interaction orale	245
	Synthèse des modes d'adresse au public	254
	Les compétences rédactionnelles, en multimédia et nouvelles technologies	256
Conclusion		259
	Trop de médiation tue la médiation ?	260
	La médiation est-elle soluble dans le marketing ?	263
	Vers la médiation du futur	265
Bibliographie		269
Table des illustrations		271