

FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE

EXAMEN PROFESSIONNEL
D'ADJOINT D'ANIMATION TERRITORIAL PRINCIPAL DE 2^{EME} CLASSE

SESSION 2020

3 à 5 questions à partir de documents succincts

Jeudi 12 Mars 2020

Épreuve : Une épreuve écrite à caractère professionnel, portant sur les missions incombant aux membres du cadre d'emplois.

Cette épreuve consiste, à partir de documents succincts remis au candidat, en trois à cinq questions appelant des réponses brèves ou sous forme de tableaux et destinées à vérifier les capacités de compréhension du candidat et son aptitude à retranscrire les idées principales des documents.

Durée : 1 heure 30

Coefficient : 2

A LIRE ATTENTIVEMENT :

Consignes à lire avant le commencement de l'épreuve

- ♦ Vérifiez avant de commencer que votre sujet comprend 17 pages, y compris celle-ci.
- ♦ **Votre identité devra uniquement être reportée dans le cadre en haut de chaque copie.** Dès la fin de l'épreuve, les compositions seront acheminées au Centre de Gestion de la Fonction Publique Territoriale de l'Eure, afin que ces dernières soient numérisées par un scanner dédié. Toutes les copies seront automatiquement identifiées et rendues anonymes lors de cette opération. Elles seront ensuite adressées aux correcteurs de façon dématérialisées. Chaque composition fera l'objet d'une double correction.
- En dehors de ce cadre,** vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni le nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.
- ♦ Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable (sont interdits les stylos à bille effaçables type « friction ») pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.
- ♦ Les feuilles de brouillon ne seront pas corrigées par les correcteurs.

Le non-respect des règles indiquées ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.

Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend le nombre de pages indiqué.

S'il est incomplet, en avertir le surveillant.

SUJET

A l'aide des articles ci-joints, de Isabelle Wackenier, tirés du « Journal de l'animation » n° 204 de décembre 2019 :

Document 1 : « Les musées des lieux élitistes ? » (11 pages)

Document 2 : « Un après-midi au musée » (4 pages)

Vous répondrez aux questions suivantes, dans l'ordre qui vous convient, en prenant soin de préciser le numéro de la question avant d'y répondre :

Question n°1

Quelles solutions cherchent les musées pour attirer un public plus large ? 4 points

Question n°2

Pourquoi aller au musée ? 8 points

Question n°3

Comment travailler avec les musées ? 8 points

Aller au musée, un véritable enjeu social et culturel

PAR ISABELLE WACKENIER

Alors que les musées développent des initiatives pour attirer un public le plus large possible, leur fréquentation, à l'instar des théâtres et autres lieux culturels, est toujours réservée à un public averti, urbain et cultivé. Pourtant, le musée est un lieu de conservation de notre patrimoine (culturel, scientifique, historique) commun, qui a pour vocation de mettre ses collections à la disposition de tous les publics, même les plus « empêchés », comme les malades, les personnes détenues... Or, les catégories sociales les plus modestes, les plus éloignées de ces lieux n'y entrent pas. Un appel pour les professionnels de l'animation, qui, au-delà des activités de loisirs et de consommation, peuvent impulser des habitudes, accompagner leur public et être, à travers leurs actions, des acteurs de réduction des inégalités sociales. La visite au musée prend alors tout son sens !

Merci à Karine Beaudet, responsable du service des publics du musée Despiou-Wlérick à Mont-de-Marsan (Landes), pour ses précieux conseils.

© Estelle Perdu

Malgré les efforts des musées pour faire venir un public diversifié, force est de constater que ce sont toujours les classes supérieures qui fréquentent le plus ces établissements. Des inégalités solidement ancrées dans la société française, malgré des propositions innovantes.



© Laurence Fraignol

Les musées, des lieux élitistes ?

Quatre-vingt pour cent du public qui fréquente notre musée, ce sont des enseignants qui viennent avec leurs enfants. On a du mal à toucher le public qui ne viendrait pas naturellement », constate Karine Beaudet, responsable du service des publics du musée Despiau-Wlérick à Mont-de-Marsan (Landes). Le musée est labellisé « musée de France », spécialisé dans la sculpture figurative française entre 1880 et 2000 autour de l'œuvre des deux sculpteurs d'origine montoise.

Depuis une vingtaine d'années, Karine Beaudet imagine, crée, propose des animations pour des publics divers (scolaires, centres de loisirs, publics dits « empêchés »

comme les personnes malvoyantes, associations de quartier...). « L'idée que le musée est élitiste, cela est bien ancré dans les esprits », regrette la médiatrice culturelle, qui coordonnait cet automne la onzième édition de la manifestation Mont-de-Marsan Sculptures – tous les trois ans, les sculptures investissent espaces publics et lieux patrimoniaux – 26 000 visiteurs ayant été touchés en 2016.

DES INÉGALITÉS QUI PERSISTENT

Le constat de Karine Beaudet rejoint les propos de Catherine Grenier, conservatrice et historienne de l'art ⁽¹⁾, repris par la commission des Finances du Sénat

(1) La fin des musées ?, Catherine Grenier, éditions du Regard, avril 2013.

(2) www.senat.fr/rap/r13-574/r13-5741.pdf

(3) La dernière date de 2008. La prochaine devait être publiée en 2019.

dans le rapport Gaillard paru le 4 juin 2014, « *Les musées nationaux : quelles ressources pour quelles missions ?* »⁽²⁾ : « Si les musées ont vu s'accroître leur visibilité et leur fréquentation, ils sont encore à la recherche d'un public plus divers socioculturellement, (...) si une démocratisation des pratiques s'est produite dans les trente dernières années, elle se limite néanmoins aux classes moyennes et ne connaît pas de développement récent notable, malgré l'augmentation générale (...) de la fréquentation. » Le rapport sénatorial souligne qu'« un tiers des Français n'est jamais allé dans un musée et 50 % ne sont jamais entrés dans un musée des beaux-arts ».

Olivier Donnat, ancien sociologue au ministère de la Culture – qui a piloté la dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français que le ministère publie tous les dix ans⁽³⁾ –, estime que « les milliards investis par l'État pour construire musées, opéras, théâtres, salles de spectacle ou bibliothèques, n'ont servi qu'à un Français sur deux – aisé, diplômé, parisien et issu d'un milieu cultivé »⁽⁴⁾.

Pourtant, les musées (musée d'art, des sciences, des techniques, historiques, industriels, écomusées...) cherchent des

Un tiers des Français n'est jamais allé au musée. »

(4) et (5) *Chronique de Michel Guerrin*, « La thèse du ruissellement, selon laquelle plus l'offre culturelle sera riche, plus elle sera partagée par tous est illusoire », parue dans *Le Monde* du 26 octobre 2018.

(6) *Enfance de classe, de l'inégalité parmi les enfants, collectif, coordonné par Bernard Lahire*, Seuil, 2018.

solutions pour attirer un public plus large, sous couvert de « démocratisation culturelle » : le Palais des Beaux-Arts de Lille a installé un « espace gigapixel » dans l'atrium et s'appuie sur la culture populaire en invitant le dessinateur Zep ; le musée de l'Oise a introduit les nouvelles technologies dans

la médiation ; le musée de Rouen fait appel au vote du public pour plébisciter ses objets préférés parmi cent sélectionnés et issus des réserves de huit musées (www.lachambredesvisiteurs.com) ; en 2016-2017, l'exposition RC Louvre – Mémoires sang & or, montée à partir d'objets prêtés par des supporters du RC Lens, a fait venir de nouveaux visiteurs...

LE CAPITAL CULTUREL EN QUESTION

Pour Olivier Donnat, malgré la priorité des cinq derniers ministres de la Culture pour favoriser la diversité des publics, dans les faits, rien n'a changé. Cela se joue ailleurs. À l'école, mais aussi – et surtout – dans la cellule familiale, « deux foyers d'inégalités »⁽⁵⁾. C'est aussi ce que démontre l'ouvrage du sociologue Bernard Lahire, *Enfance de classe*⁽⁶⁾, qui en matière d'inégalités chez les tout jeunes enfants, estime qu'il n'y a pas que l'argent, « mais aussi (...) le capital culturel »⁽⁷⁾, soit les habitudes et pratiques en matière de culture des familles.

Un appel pour les professionnels de l'animation qui se doivent d'agir afin d'accompagner les enfants et leur famille dans « la construction d'un capital culturel commun », et être des acteurs de la lutte contre les inégalités sociales. Un défi à s'approprier et à relever ! ▀

(7) *France culture*, « La Grande table Idées d'Olivia Gesbert », émission du 2 septembre 2019 (bit.ly/FCLahire).

Des propositions hors les murs

Des musées dirigent leur offre vers des publics dits « empêchés », comme des détenus ou des personnes hospitalisées, à l'instar du musée d'Aquitaine, à Bordeaux, qui, en 2015, a imaginé avec différents partenaires le projet « *Champ libre* ». Pendant plusieurs mois, un médiateur est intervenu à la maison d'arrêt de Bordeaux-Gradignan et a animé des ateliers à partir des collections du musée avec un plasticien et une auteure. Une exposition est née de ces travaux artistiques et d'écriture, présentée d'abord à la maison d'arrêt, puis au musée.

Pourquoi aller au musée ?

Se poser un certain nombre de questions sur son propre rapport à la culture, aux musées, à leur vocation, sur sa perception de sa mission de démocratisation culturelle en direction de son public, sur son projet... c'est un point de départ intéressant pour l'animateur avant d'engager son groupe dans une visite de musée.

• Dans bien des structures, la visite au musée – que ce soit un musée des sciences et de la nature, un musée des beaux-arts, un monument du patrimoine historique, religieux, industriel, un

écomusée, etc. –, peut venir boucher un trou dans un planning ou peut être une solution de repli parce que la météo ne permet pas de maintenir une activité en extérieur (comme l'inoubliable musée de la Pantoufle et de la Charentaise du film *Nos Jours heureux* !). On se situe alors dans une position de consommation.

• Pourtant, visiter un musée avec son public, cela a du sens, alors qu'il se confirme que la fréquentation des lieux culturels, comme les musées, reste réservée à une catégorie de la population érudite, avertie, urbaine et déjà sensibilisée.

• Et visiter un musée, c'est l'opportunité, pour l'équipe d'animation, de se poser un certain nombre de questions, d'échanger – voire de débattre – sur le sens qu'elle souhaite apporter à cette visite et sur le projet qu'elle entend développer.

• Voici un certain nombre de pistes et de questions pour vous aider à mener cette réflexion au sein de votre structure.

Une vocation populaire

• Agréés par l'État, les « musées de France » ont plusieurs missions et doivent répondre à certains critères. L'article 1 de la loi Musée du 4 janvier 2002 définit le musée en ces termes : « Est considérée comme musée (...) toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public. »

• Les musées, ces lieux de conservation et de présentation, ont longtemps été perçus comme des centres d'une culture élitiste. Pourtant, dès la fin du XIX^e siècle, Jules Ferry déclare que « le musée est une école pour le public ». Georges Clémenceau, en 1894, appelle à la « création de musées du soir » adaptés aux horaires du public, notamment des ouvriers.

• Les musées ont pour vocation de rendre le patrimoine de la Nation visible et accessible. Pour André Malraux, en 1959, à la tête du ministère d'État à la Culture, « le ministre chargé des affaires culturelles a pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français ».

• Les « musées de France » ont quatre grandes missions :

- conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections ;
- les rendre accessibles au public le plus large ;
- concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture ;
- contribuer au progrès de la connaissance et de la recherche.

Quelques questions à se poser

- Quelle est ma relation aux musées ? Est-ce que je les fréquente ? Pourquoi ?
- Si j'ai du mal à me rendre dans un musée, quels sont les freins que j'identifie chez moi ? L'accessibilité (transports en commun, parking...) ? Le prix ? Les visites des collections sont-elles gratuites ? L'impression que ces collections ne me sont pas destinées ? Je ne me sens pas compétent pour y aller ?...
- Est-ce que je connais la proposition en matière de musées, d'expositions, de monuments... sur mon territoire ?
- Est-ce que je suis curieux de découvrir des œuvres d'art ? De connaître le patrimoine de mon territoire ?
- Est-ce que j'aime transmettre ma curiosité, mes découvertes, à d'autres ? Qu'est-ce que je peux leur permettre de découvrir à leur tour ?
- Quels sont mes centres d'intérêt ?
- Est-ce que j'ai envie de transmettre (des œuvres, une histoire, des compétences...) ? Qu'est-ce qui m'anime ?

Capital industriel, capital archéologique, capital artistique, capital scientifique... Le musée, c'est notre capital culturel à tous. C'est notre patrimoine commun.

Un lieu de plaisir et de découvertes

- On peut ajouter, en plus d'être un capital culturel commun, que le musée – scientifique, artistique, de société – se veut un lieu de conservation, mais aussi de découvertes ; un lieu où l'on peut admirer, regarder une œuvre, un objet, ressentir une émotion. Le musée doit pouvoir interpeller le public.

- Il ne doit pas être un lieu de contrainte. Lorsqu'elle se trouve face à un objet, la personne (qu'elle soit enfant, adulte, public « empêché ») observe, essaie de comprendre, formule des hypothèses.

- Le musée permet de comprendre le monde dans lequel on vit. D'exprimer des émotions. D'élargir son champ de vision intellectuel. De se former en tant que futur visiteur et de s'ouvrir au monde qui nous entoure.

Qu'est-ce que la démocratisation culturelle ?

- Ouvrir les musées et ses collections au plus grand nombre... Cette mission de démocratisation est un véritable enjeu de société. En effet, au vu du peu de fréquentation des publics les plus populaires, les plus éloignés, des musées développent des parcours de visite participatifs, scénarisés, ludiques, de plus en plus à l'aide d'outils numériques.

- Il est intéressant de s'attarder sur le concept de « *démocratie culturelle* » et de l'interroger dans votre projet en direction de votre public. En effet, comme le souligne Sylvain Amic, directeur de la Réunion des musées métropolitains-Rouen-Normandie, il existe un paradoxe à parler de

Un quartier des musées

Le projet dit « *quartier des musées* » à Rouen doit permettre de relier les musées entre eux et avec le centre historique ; de faciliter la marche plaisir, de créer des liens entre les quartiers ; de mettre en œuvre une signalétique piétonne ; d'aménager des espaces publics mieux partagés entre piétons, cyclistes et automobilistes ; d'offrir un meilleur cadre de vie à tous ; de valoriser l'offre culturelle par une esplanade piétonne ; de faciliter les déplacements à pied entre la gare, les boulevards et la nouvelle ligne de transport ; de rénover le square Verdrel pour en faire un lieu de vie agréable ; d'apporter une nouvelle dynamique et un soutien au commerce ; d'augmenter la présence végétale, de créer une continuité écologique de la trame végétale ; d'améliorer la qualité de l'air et de mettre en valeur les ensembles architecturaux.

« *démocratie culturelle* »⁽¹⁾. Le musée est par nature un bien commun, il s'agirait de « *démocratiser ce qui est la propriété du peuple* » ? Comment est-il possible de répondre à la reconnexion du musée à la population générale ?

- Pour Sylvain Amic, qui s'adresse à des étudiants et futurs conservateurs ou responsables de médiation, le

« *musée devient ce que vous en faites, moins pour être dans l'air du temps que pour favoriser une réappropriation par les citoyens de l'établissement public* ».

>>>

(1) Au cours de la journée d'étude sur « Les musées et la question de la démocratisation culturelle », à l'université de Lille, le 9 mars 2018.



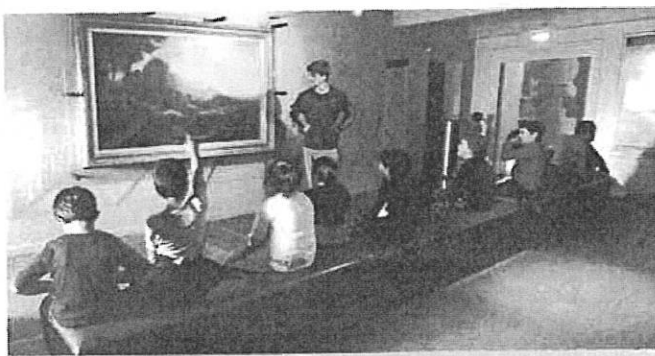
© Laurence Fragnol

>>> • Les musées sont conçus – et s'orientent de plus en plus – comme un lieu de vie, ouvert à tous, forum, espace social, lieu de plaisir pour tous, qui favorise l'échange et la communication. Il s'agit de placer « *les musées là où la société les attend, sur leur utilité sociale* », que la fréquentation des musées soit de l'ordre de celle de la piscine ou de la bibliothèque, où l'on vient en famille, à l'instar du projet de la création d'un « *quartier des musées* » dans la Métropole Rouen-Normandie, avec la réunion de cinq musées (voir encadré p. 47). Ce projet acte le glissement de statut du musée, en lieu central, fédérateur dans la cité, qui favorise le lien social.

Réfléchir à son projet

• Il peut être intéressant d'avoir le type de projet du quartier des musées en tête lorsque vous réfléchissez à l'objectif de la visite au musée avec votre structure et votre public, à la façon dont cette sortie s'articule dans votre projet. Si votre projet a pour objectif de favoriser l'émerveillement, la curiosité, la construction d'une culture, il peut être intéressant de pousser la réflexion en direction de votre public :

- Quelles sont les attentes de mon public ?



© Laurence Fagnard

L'animateur devra se poser les bonnes questions avant la visite.

Des musées « hors les murs »

On assiste au développement d'initiatives « *hors les murs* » ; des pièces des collections vont à la rencontre de publics dits « *empêchés* » ou éloignés, géographiquement, physiquement. Le musée de Grenoble, à titre d'exemple, depuis 2003, repère des lieux susceptibles d'accueillir des expositions dans les quartiers (maison de la culture, bibliothèque, centre social...). Pour cela, les thèmes choisis et la médiation sont travaillés avec des associations locales qui accompagnent ces publics. Tous les visiteurs dans les lieux des quartiers reçoivent une invitation gratuite, afin qu'ils se rendent ensuite au sein du musée.

- Quels sont ses besoins ?
- Dans quel objectif plus large s'inscrit la visite au musée, ou la découverte au musée (créer du lien social, favoriser la communication entre les personnes, s'approprier l'histoire d'un territoire, interroger une culture, favoriser les liens intergénérationnels...)?
- Quels sont les acteurs et partenaires institutionnels (le musée, mais pas uniquement) et associatifs avec qui notre projet peut se réaliser ?
- Comment ? Par exemple, favoriser la fréquentation du musée par

des ados peut permettre de croiser un travail d'atelier d'écriture (slam, rap...) avec un artiste ou une association culturelle, le musée, les familles et la structure.

Le musée, pour quel public ?

Une des missions des musées est de les rendre accessibles au public le plus large, que ce soient des tout-petits, des enfants de primaire, des adolescents, des familles du quartier, des personnes âgées... Il faut cependant veiller à quelques points d'attention afin que l'accueil du groupe soit adapté à sa spécificité.

• Les musées proposent une panoplie d'actions, de parcours clés en main conçus par leurs médiateurs, des activités qu'ils adaptent afin d'accueillir au mieux la diversité des publics. Car le musée, on ne le dira pas assez, a la

ALLER AU MUSÉE, UN VÉRITABLE ENJEU SOCIAL ET CULTUREL

vocation d'accueillir tous les publics, d'« assurer l'égal accès de tous à la culture ». Il est essentiel de prendre en compte la spécificité de chaque âge (compétences cognitives, psychomotrices, centres d'intérêt...).

Les tout-petits

- Il faut veiller à ce que le groupe d'enfants ne soit pas trop important. Un groupe de 14 à 15 enfants est une moyenne idéale.
- Il faut pouvoir, si c'est possible, avoir un groupe homogène.
- Il faut s'assurer que le musée ait un personnel adapté pour accueillir ce tout jeune public.
- Il ne faut pas partir sur une visite trop longue : 20 minutes est une durée raisonnable.
- Il est conseillé de mettre en place un atelier au sein du musée, très court, où les enfants pourront manipuler, travailler une matière par exemple, avec le personnel de l'établissement.

Les enfants de 6-11 ans

- Pour les enfants en âge de fréquenter l'école primaire, le groupe peut être un peu étoffé et le temps de la visite



allongé. On peut tabler sur trois quarts d'heure-une heure de visite.

- Le médiateur ne se situera pas en position d'enseignant, il ne fait pas un cours. Il n'est pas tenu par un programme scolaire (contrairement à ce qu'il est amené à faire avec des écoles). Il y a plus de souplesse. Il est opportun d'échanger avec lui sur votre projet, sur vos objectifs pédagogiques à travers cette visite, afin qu'il s'adapte à votre groupe.

- L'atelier associé à la visite est un plus là aussi, lieu où les enfants peuvent créer, manipuler, être valorisés à travers une expérience, une œuvre.

Les adolescents

- C'est le public le plus difficile à capter. Les adolescents associent le musée à l'univers scolaire, ils ont du mal à l'envisager sous l'angle du loisir et du divertissement à visiter avec les amis, ce qui peut expliquer qu'ils ne soient pas attirés par la visite au musée. De plus, ils associent l'institution muséale au monde des adultes. Il n'est donc pas naturel, voire évident, de leur proposer une visite au musée.
- Les jeunes apprécient les activités dynamiques qui offrent une large part à la manipulation, à la discussion et à l'échange avec des spécialistes, des artistes. La visite doit être ludique, insolite, les surprendre, privilégier le mode ludique, la participation, les échanges, les discussions.
- Les jeunes ont un grand intérêt pour des activités dans lesquelles ils peuvent s'impliquer, où ils peuvent tenir des rôles en lien avec leurs centres d'intérêt : des activités dans lesquelles ils peuvent retirer >>>

Des ados commissaires

En 2016, cinq adolescents de 11 à 16 ans, de l'espace ados de la maison de quartier Le Local à Poitiers, ont vécu une expérience innovante : ils ont été commissaires d'exposition au musée Sainte-Croix... afin de monter l'exposition « *Un autre regard, les jeunes entraînent aussi au musée* » et la proposer au grand public. Ils ont parcouru le musée, son catalogue et ses réserves pour en extraire leurs coups de cœur. Avec l'aide des médiateurs du musée, les jeunes ont choisi de mettre en valeur des œuvres qui les touchent, exhumées des réserves... Chacun des cinq commissaires a expliqué son choix à travers un court texte qui constitue le livret de l'exposition. Un partenariat valorisant pour les jeunes, la maison de quartier et le musée.

»»» des connaissances, mais aussi des habilités nouvelles (communication, travail en équipe...). La visite doit se baser sur l'action, les interactions avec les pairs, mais aussi les modules d'exposition. Les adolescents recherchent des thématiques davantage reliées à leur culture et à l'actualité.

- Comme toute activité avec des adolescents, votre projet peut demander du temps, des moyens humains et financiers, s'inscrire dans un partenariat entre votre structure et les professionnels du musée (voire d'autres partenaires) et se mener sur un long terme. Il peut donc être envisagé de proposer des visites ou des présentations de collections effectuées par des jeunes du même âge ou plus, d'utiliser l'audiovisuel, le multimédia, des ateliers de photographie, de pratiques artistiques, les rencontres avec des artistes

ou des scientifiques, d'associer votre visite à une journée spécifique. L'offre d'activités sociales du musée doit être en mesure de correspondre aux goûts des jeunes (animation, création...).

- Les jeunes sont « accrochés » à leur téléphone portable. Pourquoi ne pas utiliser cet outil pour capter leur attention, leur proposer, par exemple, de prendre des selfies face à un objet, une œuvre... qu'ils peuvent ensuite poster sur les réseaux sociaux avec un commentaire, afin de partager leur expérience avec d'autres, de médiatiser ainsi la visite (ce qui leur a plu, pourquoi, l'émotion qu'ils ont ressentie...)?

Les personnes âgées

- Les personnes âgées peuvent être amenées à visiter un musée avec une structure de quartier, un Établissement

d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD), une association... Prenez le temps de réfléchir :

- aux attentes de ce public ;
- à ses besoins ;
- à ce qui peut se jouer dans l'intergénérationnel, en proposant à des familles d'accompagner leurs aîeux (enfants et petits-enfants) par exemple.
- Quelques précautions d'ordre matériel sont à prévoir :
 - Vérifier l'accessibilité des salles à ce public. Certains musées ne sont pas (encore) dotés de rampes d'accessibilité ; des salles ne sont peut-être pas accessibles (escaliers en colimaçon...);
 - S'informer des conditions de l'accueil. Les toilettes, la possibilité de s'asseoir (y a-t-il suffisamment de bancs ?)... Peut-on se restaurer sur place ?

Les familles

- Dans le cadre d'activités au sein d'une maison de quartier, d'un centre social, des familles peuvent être accompagnées à une visite de musée. Il faut veiller à ce que la visite soit adaptée aux enfants. En effet, si les enfants s'y retrouvent bien, les autres tranches d'âges présentes (parents, grands-parents) se sentiront concernées et investies. En revanche, le contraire n'est pas toujours vrai. De plus, la visite peut être l'occasion de riches échanges intergénérationnels, qui valoriseront chacun des membres de la famille.

- Si les familles ne sont pas toutes francophones, ou ne comprennent pas totalement la langue française, il faut veiller à ce qu'il y ait, parmi le groupe, un certain nombre de personnes qui comprennent le français et soit en mesure de servir de relais entre le médiateur ou le personnel du musée et le groupe.

Une banque d'outils

Le site de l'Office de coopération et d'information muséales (Ocim) permet de trouver divers outils pédagogiques conçus et réalisés par des professionnels du champ des musées, du patrimoine et de la culture scientifiques et techniques, classés par thème et année. Par exemple, la boîte de jeux *À la découverte du ciel* (Forum départemental des sciences, Département du Nord), qui comprend plus de 40 ateliers, aisément compréhensibles et faciles d'appropriation, sur le thème de l'astronomie pour un public de 6 à 8 ans.

Ou bien, une Malle énergies renouvelables (Ombelliscience) pour sensibiliser le jeune public sur les énergies renouvelables ; ou encore *De toutes les couleurs I*, un outil pédagogique de Musée-ô-Sens avec des modules qui s'adaptent à tout public : enfants, adultes, déficients sensoriels, et permettent une interactivité immédiate à travers la manipulation et le toucher des objets.

Site web : <http://bit.ly/action204ocim>



ALLER AU MUSÉE, UN VÉRITABLE ENJEU SOCIAL ET CULTUREL

• Pour les publics de quartiers populaires, il est à noter que la structure d'animation, l'association de quartier, l'accueil de loisirs... sont des partenaires incontournables pour les professionnels des musées qui ont du mal à toucher ce public qui ne vient pas « naturellement » au musée. Un partenariat à plus long terme peut donc être envisagé.

La visite du musée

Une visite au musée, cela se prépare, d'un point de vue pédagogique, d'une part, en donnant du sens à son projet, et d'autre part d'un point de vue logistique afin que cette sortie se déroule dans les meilleures conditions possibles.

En amont

- La visite au musée, cela ne s'improvise pas. Il est nécessaire de contacter le musée et de s'assurer que l'établissement ait un personnel disponible et adapté pour accueillir votre public.
- L'équipe d'animation doit se situer en dialogue avec le médiateur du musée. En effet, elle connaît le public, ses spécificités et est à même de mesurer si le contenu de la visite lui est approprié.
- Connaître le parcours de la visite, le contenu de la visite, le temps consacré, la tenue d'ateliers est, bien sûr, plus qu'opportun.
- Connaître les lieux, ou du moins se renseigner sur des aspects pratiques est aussi important : les toilettes, les lieux où l'on peut entreposer les sacs et manteaux des membres du groupe... Les enfants peuvent-ils se défouler à l'extérieur ? Y a-t-il un endroit où



piquer-niquer... Bref, tout un tas de questions logistiques qui, si elles ne sont pas anticipées, peuvent faire louper votre sortie.

Pendant la visite

- L'animateur qui accompagne un groupe se situe en animation, même si ce n'est pas lui qui guide le public.

Si visite en autonomie

- Faute de personnel disponible ou suite à un planning chargé, certaines visites peuvent se faire en autonomie. Pour cela, le musée met à disposition des livrets de parcours, des questionnaires, des rallyes, des tablettes numériques... afin de permettre au groupe de déambuler à son rythme tout en étant actif.
- Dans l'idéal, on conseille à l'animateur de venir en amont, de faire le parcours avec les outils mis à disposition, d'échanger avec le médiateur sur la visite, son contenu... Il faut qu'il sache où trouver les informations nécessaires sur les objets présentés. Ce dernier pourra l'informer sur les

Médiatrice et animateur : un duo complémentaire durant les visites guidées !

règles de sécurité (interdiction de toucher les œuvres, de courir...). En effet, l'animateur est responsable de son groupe durant la visite.

Si visite guidée

- Même si la visite est assurée par le personnel du musée, l'animateur est en animation de son groupe. Il faut qu'il puisse participer, être dans la dynamique du groupe.
- Pour le médiateur du musée, il est agréable de travailler en binôme avec l'animateur. L'animateur peut relancer une question, veiller à ce que chacun participe, interpeller, poser des questions, demander ce que chacun ressent, aider les participants à mettre des mots sur les émotions ressenties (peur, tristesse, joie, surprise...).
- Si la visite se poursuit avec un atelier, là aussi l'animateur a sa place à prendre. Déjà, il doit donner envie au groupe : « Regardez ce qu'on va >>> »

» **pouvoir faire !** » Il doit être dans la force de proposition, s'investir complètement. Il peut intervenir en soutien pour manipuler un matériau, donner confiance, accompagner son groupe afin que personne ne reste sur le bas-côté.

Après la visite

- La visite au musée n'est pas une fin en soi. Elle peut être un point de départ, elle peut avoir lieu plusieurs fois... Un des objectifs pouvant être que votre public s'y rende sans les animateurs de la structure, prenne l'habitude de visiter le musée en famille... Car, bien souvent, les musées accueillent des familles qui viennent au musée avec leur enfant qui s'y est lui-même déjà rendu avec l'école, le centre de loisirs... et qui leur fait découvrir l'exposition, les collections.
- Dans tous les cas, cette visite s'intègre dans un projet réfléchi en amont. Avec un avant (sensibilisation au projet) et un après (prolongement du projet).

Prolonger la visite par un atelier.



Dans le cadre d'un accueil de loisirs, à titre d'exemple, la visite peut se situer dans le cadre d'une thématique. Il peut être prévu une exposition à l'issue de la semaine de vacances ou du cycle qui y est consacré, afin de restituer aux autres groupes, aux familles ou plus largement à la population du quartier, du village... les différentes découvertes et réalisations, et de valoriser les participants.

- Si des ateliers ont eu lieu dans le cadre de la visite avec un médiateur du musée, l'équipe d'animation peut, de retour au centre, les réexploiter, en créer d'autres.
- Dans le cadre d'un projet autour des beaux-arts, par exemple, on peut proposer des ateliers de peinture, sculpture, dessin... « à la manière de », en créant des œuvres inspirées de grands artistes.

Le musée à l'ère du numérique

Applications mobiles, sites internet, réseaux sociaux ou encore expositions virtuelles sont autant de moyens qui permettent de rendre les expositions plus interactives et plus attractives... sans se déplacer, ou de prendre part à une expérience participative scientifique.

Google Art et Culture

- Permettre aux internautes de découvrir depuis leur ordinateur ou leur mobile des collections artistiques du monde entier, c'est le pari de Google Art et Culture, lancé en 2011. Le géant du web s'est associé à des centaines de musées, d'institutions culturelles et d'archives pour héberger en ligne

des trésors culturels provenant des quatre coins du monde. Sur la plateforme, les internautes accèdent à des photographies uniques en haute résolution et explorent l'intérieur de monuments tels que le musée d'Orsay, la Maison Blanche à Washington ou la tour Eiffel ! Il suffit d'aller à l'adresse : artsandculture.google.com

La tour Eiffel

- Google Art et Culture peut permettre d'anticiper et de préparer une visite, par exemple celle de la tour Eiffel : connaître son histoire, qui était Gustave Eiffel, l'exposition universelle de 1900... à travers des expositions en ligne et l'exploration virtuelle (bit.ly/action204tout). L'occasion pour votre public de découvrir ce lieu emblématique de la Capitale avant de s'y rendre « pour de vrai ».

Le château de Versailles

- Autre lieu emblématique, le château de Versailles : Google propose « Versailles : le château est à vous ; une visite privée virtuelle de l'ancienne demeure des rois » (bit.ly/action204versailles). Le château est présenté sous toutes ses coutures, des sols aux plafonds, en passant par les appartements de La Pompadour, mais aussi à travers « les sciences et les innovations », les repas... Une source d'informations – quasi inépuisable et très complète –, à travers des vidéos, quiz, visites en 3D, des expositions thématiques...
 - Google propose de télécharger l'application « Expeditions » (disponible gratuitement sur Google Play et App Store) afin d'emmener son public dans un voyage immersif et virtuel et lui permettre de découvrir l'art et la culture de Versailles (parmi 800 sites).
 - En effet, il vous est possible d'explorer vous-même des visites à réalité virtuelle (VR) et à réalité augmentée (AR) à l'aide d'un appareil mobile :

ALLER AU MUSÉE, UN VÉRITABLE ENJEU SOCIAL ET CULTUREL

- découvrir tout un univers de lieux et d'objets ;
- guider des petits groupes d'utilisateurs connectés localement, depuis votre téléphone ou votre tablette ;
- rejoindre un guide dans la réalité augmentée ou la réalité virtuelle et le laisser vous faire découvrir l'une des centaines d'expéditions disponibles en RV ou en RA. Le mode RV est accessible avec une visionneuse Google Cardboard ou Daydream ;
- connecter tous les appareils au même réseau Wi-Fi. Si le guide a téléchargé des expéditions, inutile d'être connecté à Internet pour y participer.

• **À noter :** le contenu de l'application Expeditions est en langue anglaise.

Exposition virtuelle

• Il est possible de découvrir une exposition virtuelle « *Les inventions du quotidien, dont nous n'aurions jamais pensé qu'elles deviendraient à la mode* » (bit.ly/action204inventions), où l'on découvre l'ampoule électrique, la télévision, la voiture... avec des visuels venant de différents musées de sciences et de technologies du monde. L'occasion, avec votre public, de monter vous-mêmes votre propre exposition (virtuelle ou non) sur la thématique des objets du quotidien ? Une exposition ludique et décalée qui devrait mobiliser votre public.

Le Muséum national d'histoire naturelle

• Le Muséum national d'histoire naturelle développe des applications mobiles et réalité virtuelle, disponibles sur son portail : www.mnhn.fr/fr

Les météorites

• L'application *MeteorQuest*, gratuite et disponible sur Google Play et App Store, ludique et didactique, allie contenus scientifiques, nouvelles

technologies, réalité augmentée et envie de découvertes. L'objectif est de trouver et collecter des météorites virtuelles tout en améliorant ses connaissances. Au fur et à mesure de sa collecte de météorites, le joueur acquiert de l'expérience dans le jeu et la possibilité d'avoir accès à des contenus scientifiques inédits. Plus il avance dans le jeu, plus il découvre de nouveaux types de météorites à l'image d'un apprenti-chercheur scientifique.

BirdLab ou la science participative

• *BirdLab* est l'application ludique (gratuite et disponible sur App Store et Google Play) du protocole scientifique établi par les chercheurs du Muséum national d'histoire naturelle et d'AgroParisTech. Le principe : pendant cinq minutes, vous devrez reproduire avec vos doigts les arrivées et départs des oiseaux sur deux mangeoires réelles que vous aurez installées côte à côte dans un jardin, sur un balcon ou une terrasse. Dans une maison de quartier, un accueil périscolaire... cette expérience participative doit être réalisée en hiver, le plus souvent possible, de mi-novembre à fin mars :

- construire deux mangeoires identiques en suivant les tutos ;
- apprendre à reconnaître les 29 espèces d'oiseaux les plus fréquentes avec le quiz d'entraînement (novice, amateur ou confirmé) ;
- des fiches descriptives permettent d'en savoir plus sur les espèces observées ;



Le musée se visite aussi en ligne... dans un premier temps !

- lancer le jeu et identifier en direct pendant 5 minutes les oiseaux qui viennent se poser sur vos deux mangeoires ;
- les données récoltées sont envoyées au Muséum et aident concrètement la science à mieux comprendre le comportement des oiseaux. Vos observations permettent d'étudier comment les différentes espèces d'oiseaux s'évitent ou s'associent sur les mangeoires. Plus les données d'observation seront nombreuses, plus les chercheurs pourront faire progresser la connaissance. ▶



Ressources

Rendez-vous sur notre site www.idanimation.fr (rubrique Infos, catégorie Ressources) pour découvrir une sélection de ressources pour accompagner votre public au musée. 📄

Sur le terrain

Un après-midi au musée



Toutes photos © Isabelle Wackernier

Transmettre sa passion pour l'art, désacraliser le musée, lever les freins à sa fréquentation, dont la peur, c'est la mission de Sarah Choux, médiatrice culturelle au musée des Beaux-Arts de Bordeaux. Un savoir-faire qu'elle partage volontiers avec les animateurs en les accompagnant dans leur découverte du musée et des œuvres.

« *La dame, elle transporte du rhum comme le capitaine Haddock !* » Spontanément, une petite fille commente le tableau *Vue de Bordeaux prise de Floirac*, du peintre bordelais Jean-Paul Alaux (1876-1955). Une remarque comme les enfants, ici âgés de 3 à 6 ans, en font naturellement, « sans filtre », sourit Sarah Choux. Médiatrice culturelle, elle accompagne un groupe d'une dizaine de bambins et leurs parents ou grands-parents, ce mercredi après-midi de vacances scolaires de la Toussaint pour une visite-atelier d'une heure trente autour de la peinture non figurative du peintre aquitain Roger Bissière (1886-1964)⁽¹⁾. Elle leur propose de découvrir la peinture à travers « *les formes et les couleurs* » en

créant « à la manière » de l'artiste. Une sacrée gageure pour ces tout-petits dont certains « n'ont jamais encore tenu un pinceau » !

LES PAYSAGES EN PEINTURE

L'atelier est précédé d'une visite de trente minutes dans l'une des deux allées du musée. « Plus les enfants grandissent et moins ils s'expriment naturellement. À partir de la classe de cinquième, les ados sont dans le regard des autres et n'osent pas intervenir », souligne Sarah Choux, qui invite les enfants à nommer ce qu'ils voient, reconnaissent. La médiatrice culturelle aborde, lentement, les couleurs chaudes, « proches du soleil » et les couleurs froides, en découvrant avec les jeunes visiteurs comment l'artiste a représenté le ciel, l'eau de la Garonne... Elle entre dans les détails, montre du doigt la femme représentée dans le tableau – qui doit être une marchande de lait – sur un âne. Elle demande aux enfants « s'ils ont déjà vu un âne à la campagne ou dans une ferme ». Il n'y a pas de mauvaise réponse, chacun donne son opinion, son interprétation, son ressenti. La médiatrice complète, offre diverses informations : le pont représenté est le pont de pierre, que tous doivent connaître, et qui venait d'être construit lorsque le peintre a peint le tableau. Elle précise aussi que ce tableau est un paysage, que le peintre a peint ce qu'il a vu, que c'est la réalité, telle qu'elle se présentait devant lui. Une précision qui a son importance avant d'aborder les paysages non figuratifs que les enfants découvriront ensuite.

LA PALETTE DU PEINTRE

Pour le second tableau, Sarah Choux propose aux tout-petits et à leurs accompagnateurs d'observer *Le Bain de Diane*, de Jean-



Baptiste Camille Corot (1796-1875), et, là aussi, d'exprimer ce qu'ils voient. « Que voit-on ? Des femmes. Que font-elles ? » « On voit un arbre, oui, comment on appelle l'endroit où il y a beaucoup d'arbres ? » Sarah Choux aborde la palette du peintre : « Quelles couleurs l'artiste a-t-il utilisées pour représenter des arbres ? Du vert, du noir, du marron. » « Savez-vous comment on éclaircit une couleur ? En ajoutant du blanc. Retenez bien cela, cela vous servira tout à l'heure quand on fera de la peinture. » Il est question des dégradés de couleurs, que l'on obtient « du plus clair au plus foncé ». Elle annonce l'atelier qui va bientôt suivre : « On le fera tout à l'heure. »

Puis le petit groupe progresse dans sa découverte des paysages en stationnant devant l'œuvre *Paysage français* du peintre cubiste bordelais André Lhote (1885-1962). Sarah Choux s'attarde aussi sur le paysage représenté. Là aussi, une amorce de la peinture non figurative >>>>

Le tableau raconte une histoire ; chacun peut s'exprimer, dire ce qu'il voit.

(1) Pour découvrir cet artiste : www.roger-bissiere.fr

Sur le terrain



>>> de Bissière : « *D'après vous, ça existe une vache de couleur bleue ? Vous voyez, le peintre s'est amusé avec les couleurs !* » La médiatrice sollicite les connaissances géométriques des enfants : « *Quelles formes connaissez-vous ? Le carré, le triangle, le rectangle.* » Les enfants découvrent que l'artiste « *a utilisé les formes les plus simples pour peindre le paysage, qui n'est plus réel, plus du tout réaliste.* » En effet, la rivière est peinte « *avec des rectangles de couleur* ».

LA PEINTURE NON FIGURATIVE

Enfin, le groupe s'achemine dans la partie réservée à l'artiste Roger Bissière, dont l'exposition « *Dans l'intimité de Roger*

Bissière » se tient jusqu'au 6 janvier 2020 et dont les œuvres sont conçues comme des « *images colorées où chacun peut accrocher ses rêves* ».

Face au premier tableau, les enfants découvrent un artiste qui « *ne veut plus faire de paysage comme dans la réalité* ». « *On imagine des choses, on ne sait pas ce que l'on voit* », souligne Sarah Choux. La médiatrice demande alors à tous de « *fermer les yeux* » et « *d'imaginer un arbre* ». « *Un arbre grand, qui monte très haut, avec de grandes branches, il est vert... ça, c'est l'arbre que nous imaginons ensemble. Le peintre, lui a décidé que son arbre est rond et tout violet, ce qui ne correspond à ce que l'on voit.* »

Sarah Choux les dirige devant un autre tableau de Bissière, *Jeune femme au tricot*, œuvre « *plus facile* » qui représente « *un humain, avec un visage, des épaules, des bras, des jambes ; c'est une femme* ». Elle souligne que l'artiste a travaillé pour des vitraux, que « *le dessin est caché par les couleurs et par les formes* ». Puis, rapidement, les enfants sont conviés « *à venir faire un vitrail à la manière de Bissière* ».

SE FAIRE PLAISIR

Les jeunes participants s'installent dans le hall du musée qui est dédié aux ateliers. Sarah Choux explique aux apprentis peintres la démarche de Bissière, qui avait des problèmes de vue, raison pour laquelle il a utilisé des « *couleurs vives, le rouge, le bleu et le vert* ». Elle leur montre une reproduction de l'œuvre originale dont ils vont devoir s'inspirer, puis le gabarit à leur disposition, et distribue pinceaux, peintures, eau, tabliers...

Les accompagnateurs des enfants sont sollicités pour les aider. Il faut, dans un premier temps, créer une palette de huit couleurs – ce que l'artiste s'est imposé pour cette œuvre – et, ensuite, peindre son « *gabarit* » de l'œuvre uniquement

Les visites-ateliers

Le musée des Beaux-Arts de Bordeaux accueille et accompagne toute l'année, et notamment en période de vacances scolaires, gratuitement et sur réservation, divers groupes de centres de loisirs, maisons de quartier... Ce mercredi 30 octobre, un groupe de la Confédération syndicale des familles (CSF) de Villenave-D'Ornon est venu participer

à une visite-atelier sur le thème de la nature morte. Une découverte pour quatre fillettes, un adolescent et deux accompagnatrices, qui ont pu créer des fruits en argile, sous la houlette de Sarah Bonnet, en service civique au musée. Manipuler la terre, découvrir des sensations, former un objet, progresser, recommencer... un moment de création apprécié par le groupe.





à partir des couleurs de sa palette. Pas simple ! Mais certains enfants se lancent dans le défi... Pendant une heure trente ils peignent et s'en sortent plutôt bien ! Des œuvres vives et colorées se dessinent. « *La peinture apaise les enfants* », souligne Sarah Choux. Elle intervient à la demande, pour aider à faire de l'orange, par exemple, pour rappeler les contraintes de l'artiste (ne peindre qu'avec huit couleurs)... Mais les enfants ne subissent aucune pression, comme cela peut être le cas dans leur quotidien, à l'école, notamment. « *Ici, le but premier est de se faire plaisir. Manipuler l'argile, ressentir quel effet cela produit... Les enfants peuvent exprimer des peurs, des joies, de la tristesse face à une œuvre, dire "j'aime ou j'aime pas", mettre des mots, des capacités qui bien souvent leur font défaut.* »

UN APPUI AUX ANIMATEURS

« *Il faut que le musée soit un lieu de plaisir, même sans connaître l'histoire de l'art* », souligne Sarah Choux qui incite les animateurs à s'y rendre eux-mêmes. En effet, le musée des Beaux-Arts de Bordeaux propose de former les professionnels. « *Ils suivent une visite durant laquelle on leur explique le contenu des tableaux et comment on les diffuse aux enfants, comment transmettre l'art. Il y a des postures qui s'apprennent, comme faire asseoir les enfants, attendre que tout le monde soit prêt, activer leur regard. On part toujours sur des grands formats. On leur fournit une liste de tableaux exploitables*

et des éléments de vocabulaire », précise la médiatrice. « *Avec les animateurs, on part de ce qu'ils veulent faire, des thèmes qu'ils veulent développer, comme la mythologie, les animaux, le portrait, le paysage, les formes et les couleurs, l'eau... Une heure à une heure trente de visite suffit pour qu'ils fassent eux-mêmes la visite.* »

Les médiateurs peuvent aussi fournir des dossiers pédagogiques avec des pistes de prolongements, à réaliser dans leur structure avec leur public, « *des ateliers qu'on a créés pour nous* », des matrices qu'ils exploiteront ensuite.

Sarah Choux, passionnée par l'art, serait « *ravie que les animateurs s'emparent de ces outils* », regrettant qu'« *il existe encore beaucoup de réticences* ». « *Il faut se confronter au musée, une première fois. Une fois qu'on a les clés pour une dizaine de tableaux, on peut partir avec son groupe, car ce qui bloque, c'est souvent la peur du musée. Une fois qu'on a désacralisé le lieu, on a donné une clé.* »

Car, ce qui anime la médiatrice culturelle, outre cette désacralisation du lieu pourtant indispensable, c'est bien le plaisir de transmettre sa passion à son public. Un plaisir ouvert à tous et à toutes !

Isabelle Wackener

Le peintre Roger Bissière s'est inspiré du travail des vitraux.

Les enfants doivent peindre la matrice d'une de ses œuvres en s'inspirant de cette technique.

➤ Musée des Beaux-Arts de Bordeaux

Jardin de la Mairie
20, cours d'Albret
33000 Bordeaux
Tél. 05 56 10 20 56
www.musba-bordeaux.fr
Ouvert tous les jours de 11 h à 18 h (sauf mardi et jours fériés)

➤ Service des publics

Tél. 05 56 10 25 25
Mail : servicedespublics-mba@mairie-bordeaux.fr