ACCOMPAGNER

LES PUBLICS SOCIALEMENT FRAGILISÉS

AU MUSÉE

(OUTIL DE MÉDIATION CULTURELLE)

Une formation proposée par article 27 Wallonie et MSW

TABLE DES MATIÈRES

Introduction 4
Constat de départ, ambition et objectifs 4
Déroulement de la formation 5
Identifier les freins avec les participants 5

1. Article 27 : missions et public cible 7
La culture = un droit fondamental ! 7
La culture : définition de l'Unesco 7
Un petit bout d'histoire 7
Le public cible 8
Un réseau de partenaires 8
Les 3 axes de travail 9
Article 27 = médiateur culturel 10
Les outils et services 10

2. Guides et musées en Wallonie: qui sont-ils, comment travaillent-ils, que peuvent-ils offrir ? 11
Quelles sont les missions du musée ? 11
Qu'est-ce qu'un bon guide ? 12

3. Qui sont les publics socialement fragilisés ? 13
Quelques caractéristiques 13
Contexte de la sortie 14
Questions en vrac 14
Qui accompagne le groupe et quel rôle joue l'accompagnateur ? 15

4. Pourquoi travailler ensemble ? Quelques témoignages 17
Pour le guide, quel est l'intérêt de travailler avec des groupes Article 27 ? 17
Participer à une sortie culturelle, une aubaine ? Qu'en pensent les publics ? 17
Comment et pourquoi intégrer la culture dans le travail social ? Témoignages de travailleurs sociaux 19

5. Comment mettre en place la visite idéale ? Echanges de bonnes pratiques 21
Se mettre dans la peau d'un nouveau visiteur 21
Que voulons-nous que la visite apporte à nos groupes ? 21
Les différentes étapes vers la visite idéale 22

6. Techniques d'animation pour visites guidées interactives 27
Dans la peau de… 27
Les cartes émotions 28
Les 3 chapeaux 28
Parcourir une salle en quelques minutes 29
Conclusion de l'expérimentation 29
Autres exemples de techniques d'animation 30

7. De la théorie à la pratique : préparer la venue d'un groupe et co-construire une visite 31
Les travaux pratiques 31
Conclusion 34

Evaluation de la formation 35
Intervenants 35

INTRODUCTION

Constat de départ

Les musées souffrent souvent d'une image de marque poussiéreuse et les a priori négatifs sont nombreux lorsqu'il s'agit d'accompagner un groupe au musée. Pourtant, cette image et ces a priori sont loin de refléter le travail mené par les médiateurs culturels, les guides et accompagnateurs au sein des musées, qui de plus en plus s'efforcent d'adapter et d'élargir les formules d'accompagnement pour rendre le musée attrayant, intéressant et pertinent, pour créer des ponts entre les œuvres d'art et le public, pour donner une place aux visiteurs… Cet élargissement et ces efforts sont récompensés par la venue de nouveaux types de publics au musée, dont notamment les publics socialement fragilisés. Face à ces nouveaux publics, il arrive que le guide se sente démuni ou manque d'informations pour préparer au mieux leur venue.

En suscitant la rencontre et les échanges entre professionnels des deux secteurs, **la formation avait donc pour ambition** de dépasser les craintes qui peuvent exister de part et d'autres lorsqu'il s'agit de travailler ensemble.

Pour que la formation soit en phase avec les réalités et les besoins des acteurs de terrain, celle-ci a été co-construite par différents intervenants des secteurs sociaux et culturels (des guides-accompagnateurs musées, des travailleuses sociales, l'équipe Article 27 et la responsable des formations chez MSW). Elle partait de l'expérience, des freins et limites de chacun des intervenants dans le but de les partager et de les dépasser.

Objectifs de la formation

Pour les guides « animateurs » [1] :

améliorer leur façon de travailler avec les publics socialement fragilisés, approfondir leur connaissance de ce public-cible (attentes, spécificités, freins, …), échanger leurs expériences

Pour les travailleurs sociaux :

comprendre et découvrir le fonctionnement d'un musée ainsi que le travail des guides accompagnateurs, prendre connaissance des services proposés par ces derniers, démythifier le musée, organiser des sorties avec le plus de chance possible de réussite ;

Pour les deux :

nouer le dialogue, faire évoluer les perceptions négatives, mettre en commun compétences et savoirs pour construire des outils et des méthodes de travail permettant de rendre les musées plus attractifs et accessibles.

[1]Lors de la formation, il est apparu que le terme de guide était mal adapté à la réalité de leur travail, ces derniers se sentent davantage accompagnateurs, animateurs ou médiateurs culturels que guides (cette dénomination fait encore souvent référence à la notion de guide-conférencier administrant un savoir et une culture aux visiteurs alors qu'aujourd'hui les guides tentent de plus en plus de se faire les médiateurs entre les collections du musée et les visiteurs ouvrant un dialogue avec ceux-ci). Pour plus de facilités, nous continuerons à employer le terme de guide dans la suite des actes.

Déroulement de la formation

Cette formation s'est déroulée en mai 2013, dans le Hainaut, p**our une vingtaine de guides-animateurs musées wallons et de travailleurs sociaux** de la région du Centre et de la région de Mons. L'évaluation qui en a été tirée permettra d'améliorer les contenus et méthodes afin de proposer la formation dans les autres régions et villes wallonnes. N'hésitez pas à contacter MSW et Article 27 pour connaître les dates des futures formations.

• 1ère journée, au Musée de Mariemont, avec les guides musées

Une matinée consacrée à la **présentation des enjeux** (par Article 27) et des **publics visés** (par des travailleurs sociaux). De qui parle-t-on lorsqu'on évoque les publics Article 27 et dans quel(s) contexte(s) se déplacent-ils dans un musée ? L'après-midi est consacrée à des projets concrets menés par des musées pour divers publics (Mariemont, Mac's, Musée de la Photo, …).

• 2ème journée, au Musée de la Photographie, avec les travailleurs sociaux

Des guides-musées lèvent le voile sur les **animations à destination des publics fragilisés** et sur les missions des services éducatifs : comment travaillent les guides ? Que proposent les services éducatifs ? Exemples de bonnes pratiques, expérimentation d'une visite interactive au sein du Musée de la Photo, …

• 3ème journée, au Grand Hornu et au MAC'S

Travailleurs sociaux et guides-musées **construisent ensemble des animations** pour accompagner les publics au sein des collections muséales, en tenant compte des réalités de chacun. Expérimentation d'une visite guidée au sein du MAC'S et du Grand Hornu.

Identifier les freins avec les participants

Que l'on soit guide ou travailleur social, de nombreuses craintes nous freinent lorsqu'il s'agit d'aller à la rencontre de l'autre…

Petit tour d'horizons de ces obstacles énoncés par les participants :

Les craintes et les attentes des guides face aux publics :

- j'ai envie d'impressionner les personnes âgées par ma culture générale,
- j'ai envie que les adolescents et les jeunes me trouvent cool,
- j'ai envie que les personnes précarisées se sentent proches de moi,
- j'ai peur de ne pas me faire comprendre des visiteurs (parce que nous ne partageons sans doute pas les mêmes codes, voir parfois la même langue),
- de passer pour un(e) intello,
- …

Les freins des travailleurs sociaux vis-à-vis du musée :

- Cela coûte cher,
- C'est hermétique,
- Le musée n'est pas accessible (mobilité, transport, …),
- Sans guide, on ne va rien comprendre,
- Ce n'est pas adapté à mon public,
- C'est poussiéreux, vieux, ennuyeux,
- Notre public a des préjugés négatifs sur le musée et ne va donc pas nous y suivre,
- Le guide pourrait être antipathique ou pourrait ne pas s'adapter au groupe,
- Nous avons vécu des expériences négatives,
- …

1. ARTICLE 27 : MISSIONS ET PUBLIC CIBLE

Article 27 lutte pour faciliter l'accès à la culture et la participation à la vie culturelle des publics précarisés. Pour y arriver, l'association travaille avec un réseau de partenaires culturels et sociaux. Son travail se situe donc dans le champ social et le champ culturel.

La culture = un droit fondamental !

Le nom de l'association fait référence à l'article 27 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (1948)

« Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifiques et aux bienfaits qui en résultent. […] »

La culture : définition de l'UNESCO

L'ASBL fait référence à la définition de l'UNESCO, soit une définition suffisamment large que pour intégrer toutes les formes de culture :

« La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. »

Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles (1982).

Un petit bout d'histoire

L'association est fondée en 1999 à Bruxelles par une comédienne et un directeur de théâtre qui constatent que ce sont toujours les mêmes personnes qui se trouvent dans les salles de spectacle, qu'une partie de la population est exclue des lieux culturels.

De multiples freins sont identifiés : le manque d'argent, l'isolement, les difficultés de mobilité (physique et transports), la méconnaissance de l'offre, le manque ou la perte d'habitudes culturelles... Article 27 est créé pour déjouer ces freins.

Dès 2000, Article 27 reçoit le soutien de la Communauté française avec la mission d'étendre son champ d'action à tout son territoire, donc à la Wallonie. Il faut 10 ans à l'ASBL pour y parvenir. Au départ, les cellules locales qui naissent fonctionnent essentiellement sur le territoire urbain sur lequel elles sont implantées. Elles étendent progressivement leur action au-delà de la zone urbaine. Aujourd'hui, il existe 14 cellules locales wallonnes et deux antennes régionales (Wallonie et Bruxelles).

Chaque cellule locale rencontre une réalité de terrain spécifique : l'étendue de son territoire, la densité démographique, l'absence/présence de pôle culturel, son caractère rural/urbain, ... Une cellule du Luxembourg ne rencontre donc pas la même réalité qu'une cellule du Hainaut. Cela nécessite souplesse et flexibilité de la part d'Article 27. Les services proposés vont donc s'adapter à ces réalités.

Depuis 2005, Article 27 est reconnue en Education permanente. Les méthodes et les objectifs de l'éducation permanente sont au cœur de toutes les actions menées par l'association : l'usager est au centre du processus, participation, développement de l'esprit critique, développement d'une citoyenneté active…

Le public cible

Au sens large, ce sont toutes les personnes qui vivent une situation sociale et/ou économique difficile, qui vivent sous/sur le seuil de pauvreté. Souvent appelées «publics précarisés», ou «publics socialement fragilisés», **ces personnes n'ont généralement plus la capacité d'assumer leurs devoirs et ni celle de jouir de leurs droits.**

Au sens strict, l'usager Article 27 est toute personne qui fréquente une association/institution qui lutte contre la pauvreté et ses composantes. Cette association/institution doit être partenaire d'Article 27. Fréquenter une association signifie soit avoir un dossier ouvert au sein de cette association, soit participer régulièrement aux activités de ladite association. Article 27 ne procède donc jamais à une distribution directe de tickets, cela passe obligatoirement par un travailleur social.

Actuellement, Article 27 n'a pas les moyens, ni en temps, ni financiers, de toucher l'ensemble des publics précarisés. En Wallonie, 18% de la population vit sous le seuil de pauvreté et les pouvoirs publics n'ont pas les moyens d'assumer ce que coûte l'accès à la culture pour tous. Pour limiter cette discrimination, Article 27 demande aux partenaires sociaux une participation financière, lui permettant ainsi d'élargir le public touché.

Un réseau de partenaires

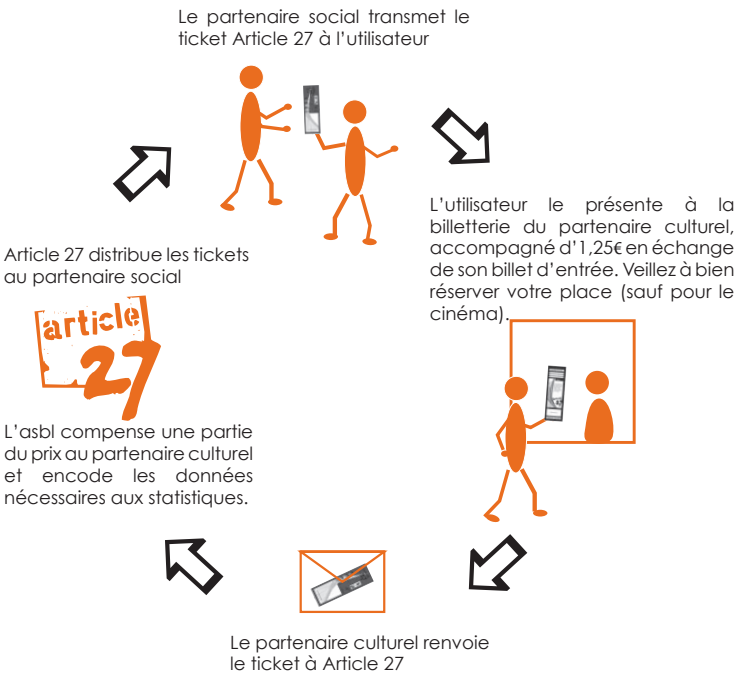
D'une part, les **opérateurs culturels** acceptent d'ouvrir leurs portes aux usagers Article 27 et de pratiquer un tarif préférentiel (musées, centres culturels, ...). Ils acceptent que l'usager soit un spectateur comme les autres : il jouit de la meilleure place disponible au moment de la réservation. L'opérateur culturel fait un effort financier puisque pour chaque place Article 27, il ne touchera au maximum que 6,25€ (soit 1,25€ payé par l'usager et jusqu'à maximum 5€ par Article 27). La compensation payée par Article 27 est négociée sur base des tarifs pratiqués en billetterie (en se basant sur le prix le plus bas).

Article 27 invite à l'ouverture vers toutes les formes de cultures et donc aussi vers toutes les thématiques qu'elles portent à partir du moment où il est question de développer une réflexion et un regard critique sur le monde qui nous entoure. C'est sur cette base que s'établit ou non un partenariat avec l'opérateur culturel.

D'autre part, des **associations/institutions qui luttent contre la pauvreté** et ses composantes : CPAS, centres d'alphabétisation, services d'insertion socioprofessionnelle et de formations, centres d'accueil pour réfugiés, services d'aides à la jeunesse, maisons d'accueil, restaurants sociaux, services de santé mentale...

Comme expliqué ci-dessus, les partenaires sociaux doivent payer pour accéder au dispositif Article 27, c'est-à-dire à l'ensemble des outils et services mis à leur disposition : tickets, programmes, jeu de société TATOUVU, coffre d'activités pour enfant (Coffre des petits explorateurs de culture), animations de sensibilisation à la culture, d'initiation à la musique classique, sorties collectives, ... Cette participation financière est calculée au pro rata du nombre de tickets demandés.

Le parcours du ticket Article 27



Les 3 axes de travail d'Article 27

L'usager est au cœur du dispositif, c'est lui qui décide, c'est une exigence de l'éducation permanente. Cependant, parfois, accéder à ses désirs, exprimer ses envies n'est plus possible ou très difficile pour certaines personnes. Notre mission est donc de susciter cette envie, de créer un cadre adéquat pour leur permettre de s'exprimer.

Les outils et services d'Article 27 se développent autour de trois axes de travail interdépendants.

1

Faciliter l'accès à la diffusion culturelle

Répondre au frein financier

- *Ticket Article 27 (1,25€)*

La gratuité n'est pas revendiquée par Article 27 sauf si elle s'applique à tous et est un choix politique. Payer son entrée, c'est préserver sa dignité, c'est participer. En outre, c'est donner de la valeur à la culture. Aujourd'hui, réduire le prix d'entrée ou instaurer la gratuité ne suffit pas à accroître la fréquentation. L'accompagnement et la médiation culturelle sont indispensables.

Rompre l'isolement

- *Sorties collectives* (par Article 27 ou les travailleurs sociaux),
- *Service ambassadeurs* (bénévoles formés par Article 27), ...

Diffuser et communiquer l'info sur l'offre culturelle

- *Programmes culturels, agenda en ligne*...

2

Développer la réflexion critique

Sensibiliser le public, lui donner des clés de lecture, les codes nécessaires, aiguiser son goût, élargir ses horizons culturels, développer son sens critique et lui permettre de réfléchir à l'apport de la culture dans son quotidien pour qu'ensuite il puisse choisir en connaissance de cause d'aller vers l'offre culturelle ou non, mais aussi choisir l'offre qui correspond le mieux à ses attentes et à ses goûts, ...

- *Animations après la sortie* pour ouvrir un espace d'expression
- *Animations avec outils* pour démythifier l'art (initiation à l'art contemporain, à la musique classique et à l'opéra...),
- *Visites guidées* de lieux culturels,
- *Rencontres* avec des artistes,
- *Atelier d'initiation* artistique, …

3

Susciter la participation culturelle et l'expression artistique

Projets collectifs à moyen ou long terme : faire des choix ensemble, se mettre d'accord, co-construire un projet créatif ou culturel, ...

- *Ateliers d'expression artistique, comités de spectateurs*, …

Le développement des 3 axes permet d'encourager l'éclectisme dans le choix des sorties culturelles. Par exemple, dans les sorties collectives, Article 27 tend à diversifier les propositions et à accompagner les participants vers une offre pas toujours facilement accessible (patrimoine, danse contemporaine, ...) et qui nécessite un accompagnement ou une préparation (visites guidées, initiations, ...).

Article 27 = médiateur culturel

Article 27 crée des ponts entre les œuvres d'art, les artistes et les usagers afin de favoriser les échanges, que chacun puisse comprendre la langue de l'autre.

L'objectif est d'améliorer le quotidien des publics cibles : en élargissant les horizons culturels des publics, en restaurant le lien social, en renforçant l'estime de soi des participants et en leur donnant à vivre une expérience interculturelle collective. L'estime de soi ouvre la porte à l'estime des autres...

Les outils et services

Nous développons des outils et proposons des services pour les usagers mais également pour les travailleurs sociaux. Ces derniers n'ont pas toujours été formés à l'accompagnement à la culture et aux enjeux de l'éducation permanente.

Outils d'information et de communication

- Affiche Article 27
- Carte postale de présentation
- Site internet (www.article27.be) /page Facebook (www.facebook.com/Article27asbl)
- Programmes de saison par cellule ou par province, programme d'été en Wallonie
- Guide des excursions d'Article 27 : des idées pour des sorties collectives en journée
- Répertoire des partenaires culturels en Fédération Wallonie Bruxelles
- Dépliant de présentation des outils et services Article 27

Outils d'animation et d'accompagnement culturel

- Photolangage autour de la notion de culture
- Tatouvu? Jeu de société à animer après une sortie
- La Boîte à Musique : 20 activités ludiques et créatives pour démythifier la musique classique
- Le dvd « La Culture, c'est… », qui illustre les différents axes du travail mené par Article 27 et comprend témoignages d'utilisateurs et de partenaires sociaux et culturels
- Livrets thématiques pour accompagner des sorties culturelles (Les Dessous des mines, Les Dessous du surréalisme, Les Dessous des médias, …)
- Coffre des petits explorateurs de culture (pour les enfants)

Les outils sont animés par le personnel Article 27 mais ils sont également disponibles en prêt pour les travailleurs sociaux qui souhaitent mener l'animation de façon autonome.

Services

- Animations avec outils
- Sorties collectives
- Service ambassadeurs
- Les Dessous des médias : visites découverte du monde des médias comprenant une visite guidée d'une télé locale menée par un journaliste/directeur de chaîne, suivie d'une animation pour analyser la construction d'un reportage de journal télé, réfléchir au poids et au sens des images, à la déontologie du journaliste, ...
- Dispositif d'accompagnement à la culture : processus comprenant un atelier d'expression artistique, des moments de réflexion et d'échanges, des sorties culturelles en lien avec l'atelier, …
- Comités de spectateurs : des usagers se réunissent pour définir ensemble leur projet culturel (planification et organisation de sorties, carnet de bord du comité, organisation d'événements culturels pour d'autres usagers)
- Formations à destination des travailleurs sociaux et culturels

2. LES GUIDES ET LES MUSÉES EN WALLONIE : QUI SONT-ILS, COMMENT TRAVAILLENT-ILS ET QUE PEUVENT-ILS OFFRIR ?

Il existe une multitude de musées qui se différencient par leur taille, par leur forme d'organisation, par leurs sources de financements mais aussi par leur contenu : beaux-arts, archéologie (où les objets ne sont pas forcément « beaux »), thématique précise (musée de la fraise, de l'eau et de la fontaine, …), sciences, musée régional/local, musée de société ou d'identité (musée de la vie wallonne), musée d'histoire, … En Fédération Wallonie Bruxelles, il y a **plus de 500 musées de toutes les tailles et de toutes les disciplines**.
Où que vous soyez, il y a de grandes chances qu'il y ait un musée près de chez vous.

Quelles sont les missions du musée ?

- **Conserver et témoigner**
- **Etudier**
- **Acquérir**
- **Communiquer aux publics (services pédagogiques)**

La fonction de conservation entre souvent en tension avec celle de communication. Le défi principal du musée consiste à établir un équilibre entre ces 4 missions (les 3 premières sont des missions scientifiques). Les services pédagogiques doivent parfois se battre pour obtenir l'autorisation d'amener des marqueurs dans une salle d'exposition, de pouvoir toucher certains objets (pour les visites avec les malvoyants), de manger dans le musée (pour des expositions sur la thématique de l'alimentation, de la table ou des sens), … Un guide-indépendant n'a pas le poids ou la capacité de pouvoir obtenir ces autorisations. Le service pédagogique témoigne déjà d'une reconnaissance de l'institution de l'importance de la quatrième mission. Son intégration à l'équipe lui permet de négocier des « privilèges » au nom de cette quatrième fonction.

Malgré ces difficultés, on remarque une évolution au sein du secteur : la mission de communication prend de plus en plus d'importance. Certains musées considèrent même cette mission comme essentielle pour l'équilibre financier de leur institution : les 3 premières fonctions sont coûteuses, tandis que la quatrième peut rapporter tant auprès des publics, que des sponsors et des mécènes.

La Fédération Wallonie Bruxelles a adopté un décret de reconnaissance des musées : sur les 500 musées, seuls 60 sont reconnus. Pour obtenir la reconnaissance, le musée doit remplir un certain nombre de critères dont celui de l'équilibre entre les 4 missions du musée. Cette disposition valorise la fonction de communication et a amené certains musées à développer un service éducatif. Autre critère, l'organigramme institutionnel du musée doit au minimum contenir deux fonctions : un directeur-conservateur et un responsable pédagogique. Dans la pratique, ces critères sont parfois « contournés » par exemple en exigeant des personnes engagées d'occuper plusieurs fonctions (graphisme, comptabilité, guide, …).

Qu'est-ce qu'un bon guide ?

Définition du groupe

« C'est quelqu'un de passionné par son sujet, qui adopte une attitude professionnelle et qui respecte le groupe (par exemple, il ne séduit pas les visiteurs). Il emploie un langage adapté et accessible, sans pour autant infantiliser les visiteurs. Il captive son audience, il l'anime en faisant participer les visiteurs. Il établit des liens entre les collections exposées et le quotidien des participants. »

Ce que les travailleurs sociaux recherchent, c'est ce vers quoi tout guide tend. Cependant, les attentes ne sont pas les mêmes pour tous les publics : ainsi, parfois, les groupes seniors apprécient les guides qui font preuve d'une très grande connaissance de leur sujet, ils préfèrent les visites conférence et n'apprécient pas toujours de devoir participer. Chaque guide devrait pouvoir s'adapter à ces différentes attentes. Cela implique **une grande flexibilité et une polyvalence de la part du guide**.
Les **freins** qui ont été évoqués par les travailleurs sociaux (voir intro) pour aller au musée ont également été identifiés par les services pédagogiques des musées. Tout leur travail consiste à **les combattre au maximum**. Les freins évoqués sont en outre les mêmes pour toutes les catégories de groupe : que ce soit les publics scolaires, les groupes de seniors, les groupes avec déficience visuelle ou encore les groupes Article 27. Au sein de la population, tout le monde a les mêmes freins et souvent les mêmes préjugés sur le musée.

Au niveau du métier de guide, il n'existe **aucun statut officiel, aucune formation spécifique**. Les guides ont donc des parcours très différents que ce soit au niveau de la formation ou de la pratique (licence en histoire de l'art et archéologie, muséologie, médiation culturelle, graduat en tourisme, artistes plasticiens, guides bénévoles , témoin des événements, …).
Deux cas de figures se présentent : le musée qui dispose d'un service pédagogique avec une équipe de **guides salariés** et le musée qui n'en développe pas et fait appel à des **guides indépendants**, externes.

Lorsque l'équipe de guides est à demeure, cela implique que les guides ont contribué à la conception de la visite, qu'une personne du musée a un droit de regard sur la qualité et le contenu des visites, cela permet aussi d'assurer un suivi du travail et de procéder à des évaluations. Le guide a l'opportunité de se mettre en contact avec le groupe au préalable. Le fait d'instaurer un service éducatif et d'intégrer les guides au travail permanent du musée instaure aussi une culture et une politique de l'entreprise sur le long terme.
Lorsque le guide est appelé ponctuellement pour des visites (cas du guide indépendant), il a beaucoup plus rarement l'opportunité d'assurer un contact préalable avec le groupe ou un suivi a posteriori. Il reçoit une liste avec des horaires. Il éprouve donc des difficultés à répondre aux diverses attentes des publics. La différence se marque aussi généralement au niveau du prix : il est généralement plus cher et le musée peut moins facilement offrir des réductions.
Enfin, parfois, certains musées font appel aux deux systèmes : les guides-indépendants viennent compléter ponctuellement l'équipe lorsqu'il y a beaucoup de demandes ou des demandes spécifiques.

Puisqu'il n'y a pas de formation spécifique, il existe des conceptions très différentes et variées du métier. En fonction de son parcours mais aussi de l'institution qui l'engage, le guide peut mettre en avant le divertissement ou l'éducation.

Une des qualités les plus importantes chez un guide est sa facilité d'entrer en contact avec les autres, sa fibre sociale. Le guide doit avoir **envie de partager**, de transmettre mais aussi **être capable d'écouter** et d'instaurer un véritable dialogue avec les visiteurs.

Le travailleur social a le droit d'être exigent sur la qualité des visites. De même, le guide reste avant tout un être humain, il n'est donc pas infaillible.

3. QUI SONT LES PUBLICS SOCIALEMENT FRAGILISÉS ?

Les publics socialement fragilisés, également appelés précarisés, sont très variés. Ils constituent à notre sens un citoyen « lambda » qui fréquente un musée pour la première fois ou n'a pas l'habitude d'y aller régulièrement.

Cependant, d'après les travailleurs sociaux, quelques **caractéristiques** reviennent souvent.

- Au départ, le public n'est **pas toujours demandeur** de sorties culturelles. C'est le travailleur social qui doit l'inciter, lui faire des propositions autour de l'offre culturelle, susciter sa curiosité.
- Notre public ne connait pas le musée et pense que les sorties au musée sont réservées à d'autres personnes vu la situation dans laquelle il se trouve, il ne s'octroie pas le droit d'aller visiter un musée.
- Quand le public est enfin décidé à sortir, son objectif premier est la sortie, la rencontre d'autres personnes, la **création de liens sociaux**. Ensuite seulement vient la visite et la découverte culturelle proprement dite.
- Il ne connait pas les **Us et Coutumes** d'une visite de musée et craint ce lieu totalement inconnu pour lui. Notre public a besoin d'un **cadre sécurisant**. Il a besoin d'être bien accueilli et d'être informé sur le fonctionnement du musée (éteindre son téléphone, ne pas manger à l'intérieur du musée, déposer ses affaires au vestiaire, ne pas toucher, …).
  ATTENTION, il ne faut pas infantiliser les visites. Le public ne connaît pas le lieu mais il est comme n'importe quelle personne qui entre pour la première fois dans un lieu étranger. C'est important d'expliquer les raisons qui motivent la règle (pour la conservation des œuvres, …).
- Nous pouvons le comparer, pour les guides, à un public scolaire adolescent. Il s'ennuie très vite, c'est pourquoi la visite doit être **ludique et interactive**. Il faut l'intéresser. Attention toutefois à la différence entre le public scolaire et le public Article 27 : pour ce dernier, dans 80% des cas, il n'y a pas d'obligation de participer à la sortie culturelle.
- Ce sont souvent des personnes très concrètes : il est important de faire des **liens avec le quotidien**, de ne pas rester sur des concepts abstraits. Cela leur permet de s'impliquer d'avantage dans la visite. Attention, ce sont parfois des jeunes ou des adultes en rupture avec le cadre scolaire, une visite trop « scolaire », frontale risque de mal se passer.
- Le ressenti du public après une première visite sera déterminant pour la suite. Si la visite est bien vécue, il y a fort à parier que les participants auront envie de renouveler l'expérience. Dans le cas contraire, il faudra que le travailleur social redouble d'efforts et d'arguments pour les convaincre de retenter l'expérience. La notion de **plaisir** est primordiale pour la suite du parcours culturel.
- Le public connaît des **difficultés d'endurance**, notamment lorsqu'il s'agit de marcher ou rester debout longtemps. Les moments assis sont très appréciés.
- Ne jamais faire comme si le public savait déjà (« Comme vous le savez… », « Il faut savoir… » à proscrire) car cela peut bloquer les personnes qui ne savaient pas. Il faut pouvoir **valoriser le fait de ne pas savoir** : ne pas savoir n'est pas une tare.
- Attention à la longueur de la visite, ne pas dépasser 2h, la **durée idéale étant 1h30.** Il vaut mieux privilégier la qualité des interactions et échanges avec le public que la quantité de contenus ou de choses à voir. Il faut par contre éviter de dire « on ne fait pas ceci parce qu'on n'a pas le temps » ce qui créera de la frustration.

Contexte de la sortie

Les personnes qui composent le groupe ne se connaissent pas toujours entre elles. Cela dépend du contexte dans lequel s'inscrit la sortie culturelle (sortie ponctuelle ou première sortie, sortie dans le cadre d'un projet, …). Lorsque la sortie s'est bien déroulée, elle peut être génératrice d'un travail collectif.

Le choix de la sortie est fonction de ce contexte : soit elle a été choisie collectivement par le groupe, soit elle est organisée à la demande de plusieurs usagers, soit elle est proposée par le travailleur social ou Article 27. Article 27 joue un rôle d'intermédiaire pour diffuser l'information auprès de tous les partenaires sociaux et pour créer des lieux de rencontres entre travailleurs sociaux et travailleurs culturels.

Au sein du public, il y a donc aussi des « habitués », des personnes qui ont un avis plus construit et un esprit critique bien développé. Il est important d'envisager la variété du public lors de la construction de la visite.

Questions en vrac

Et les personnes qui ont des problèmes d'hygiène?

Le citoyen Lambda a aussi parfois des problèmes d'hygiène. L'avantage que nous avons, c'est que nos groupes sont toujours accompagnés d'un travailleur social, et que si problème il y a, le guide peut lui en parler ! Le travailleur social pourra aborder cette difficulté lors d'un entretien ultérieur avec la personne. Les causes de ces difficultés peuvent être très diverses et la personne n'en est pas toujours responsable.

Et les personnes qui ne comprennent pas les explications ?

Cela se ressent très vite, elles décrochent, commencent à parler entre elles de tout sauf de la visite. Il faut rebondir et adapter le discours. Tous les groupes sont différents et la force du guide sera de pouvoir capter l'attention en ajustant les explications fournies. Plus le guide a d'informations sur le groupe, plus il sera juste et pertinent.

Et les personnes qui touchent à tout ?

Elles ignorent probablement les codes de conduite ainsi que les règles de fonctionnement en vigueur au sein du musée. Il est nécessaire au moment de l'accueil de rappeler ces règles et de les expliquer.

Et les personnes qui perturbent le groupe ?

Cela peut-être dû à beaucoup de choses. Le guide peut essayer de faire participer la personne en lui posant directement des questions sur le sujet abordé lors de la visite. Le travailleur social est là pour gérer son groupe.

Faut-il avoir satisfait ses besoins de base, physiologiques pour aller vers la culture ?

L'accès à la culture est un droit fondamental, au même titre que la satisfaction de ses besoins physiologiques. La culture, le besoin de culture, fait partie intégrante de notre constitution, de notre identité. Nous ne sommes ni des machines, ni des animaux. Ce n'est pas un luxe mais une nécessité. Il serait d'ailleurs préférable de parler de cultures au pluriel qu'au singulier.

Article 27 ne veut pas opposer la satisfaction des besoins physiologiques à celle des besoins culturels : nous préférons les additionner. Beaucoup d'utilisateurs témoignent du fait qu'« On crève de solitude avant de crever de faim » (citation extraite du Rapport général sur la pauvreté, édité par la Fondation Roi Baudouin). La culture peut ouvrir des portes vers l'autonomie, la solidarité, l'entraide, … qui pourront être mises au service de la satisfaction des besoins physiologiques.

Sur le sujet, lire la publication « La culture, j'y prends part ? Le témoignage des utilisateurs », éditée par Article 27 en 2013 : une façon pour nous d'illustrer l'impact de la pratique culturelle dans le quotidien des personnes.

Qui accompagne le groupe et quel rôle joue l'accompagnateur ?

Lors de la sortie, le travailleur social et/ou l'animateur Article 27 encadre(nt) le groupe. C'est à l'accompagnateur de poser le cadre et de réagir en cas de souci. C'est donc à lui que doit s'adresser le guide s'il y a un problème avec le groupe ou quelqu'un du groupe. Si une personne décroche, c'est au travailleur social d'aller rencontrer la personne pour vérifier la nature de la difficulté : souci de compréhension, de langue, … et de lui demander de respecter le groupe ou de sortir.

En amont de la visite, il prend contact avec le service de réservation, et dans la mesure du possible avec le guide, pour lui présenter son groupe : le contexte dans lequel s'effectue la sortie (1ère sortie culturelle, projet artistique sur une thématique en particulier, …), les attentes et les spécificités du groupe (mobilité réduite, ne maîtrise pas bien le français, …). Cela afin de permettre au guide d'offrir la visite la plus adéquate possible. Mieux vaut un guide trop préparé qu'un guide non informé. Le rôle de l'accompagnateur est aussi de s'assurer que son groupe arrive au musée. Il informe le guide si des pauses sont nécessaires et à quel rythme.

Enfin, après la sortie, il est souhaitable d'effectuer une évaluation avec le groupe, voir d'approfondir certains sujets abordés dans le cadre de la visite (voir section 5).

Le travailleur social ou l'accompagnateur doit-il prévoir un pourboire pour le guide ?

Cela dépend de l'institution. Généralement, ce n'est pas obligatoire. A Mariemont, les guides ne prennent pas les pourboires (ce sont des salariés) mais il y a une boîte réservée pour les donations. Par contre, dans le secteur touristique, bien souvent les guides sont mal payés et une partie de leur rémunération provient des pourboires. Mieux vaut se renseigner avant la visite.

4. POURQUOI TRAVAILLER ENSEMBLE ? QUELQUES TÉMOIGNAGES...

Pour le guide, quel est l'intérêt de travailler avec des groupes Article 27 ?

Propos recueillis lors de la formation

Dans la pratique pédagogique (et donc dans celle du guide), se succèdent généralement trois stades :

- En tant qu'apprenant, le guide est centré sur lui-même, ses peurs prennent encore le dessus ;
- Ensuite, vient le stade où le guide focalise son attention sur les contenus : « vais-je réussir à leur faire comprendre ceci ? comment transmettre cette idée ? »;
- Enfin, vient le stade où le guide se concentre sur le public : « les participants ont-ils ressentis ceci/cela pendant la visite, se sont-ils exprimés, … ? »

Or, le fait de travailler avec les publics Article 27 nous pousse à mettre l'accent sur les publics.

Autre point positif, pour le guide, travailler avec des publics variés lui permet de faire évoluer son regard : par exemple, la façon dont les visiteurs perçoivent les objets lui permettent de réalimenter ses visites, d'influencer sa façon de percevoir et donc de guider l'exposition… Multiplier les points de vue est toujours enrichissant.

Participer à une sortie culturelle, une aubaine ? Qu'en pensent les publics ?

Quelques témoignages de visiteurs :

«Finalement, les Egyptiens, les gallo-romains, c'est comme nous. Ce sont des gens», « Et ben, on n'a rien inventé ! »

Au musée, nous pouvons prendre conscience que nous partageons les mêmes besoins, les mêmes désirs, les mêmes préoccupations que le reste de l'humanité ! Si on arrive à se sentir proche d'un Egyptien de l'Antiquité, cette **ouverture à l'autre**, cette empathie, peut-être que nous pourrions la ressentir pour nos contemporains, nos voisins. Le Musée permet de tisser des liens entre les humains, de resserrer le tissu social.

Les habitudes, les coutumes de l'Antiquité peuvent aussi donner un éclairage sur notre société actuelle, notre culture.

« Avant quand j'allais au musée, si je n'aimais pas je disais « j'aime pas », maintenant je sais dire pourquoi je n'aime pas. »

La visite au Musée permet de **développer l'esprit critique** mais aussi **l'expression de ses sentiments**, de ses impressions. En langue française, nous disposons d'un vocabulaire plus riche pour décrire l'intellect que l'affect. Le Musée aide à exprimer et formuler une opinion, une émotion. Qui plus est, cette expression se fait dans le cadre d'un dialogue, d'un débat empreint de respect et d'écoute.

Pour le guide, l'objectif est de faire des visiteurs des citoyens responsables, acteurs critiques et solidaires. Si au bout de la visite, les personnes sont parvenues à exprimer un point de vue, elles se sont montrées critiques, c'est déjà une réussite.

Un groupe est venu à plusieurs reprises au Musée, dans le cadre d'un atelier d'expression artistique. A la troisième visite, une dame est partie en lançant « Salut Raoul ! » à la statue du fondateur du Musée (Raoul Warocqué).

Si une personne qui ne se sentait pas à l'aise à la première visite parvient au bout de 3 visites à s'y sentir bien, à s'approprier les lieux, cela peut l'aider à **prendre confiance** en elle : elle est capable de dépasser ses craintes, d'oser de nouvelles choses, d'aller dans des lieux inconnus.

Le musée permet d'acquérir de l'**autonomie**. La visite guidée permet d'apprendre à se débrouiller dans un musée : poser ses questions à l'accueil, lire les cartels, se poser des questions sur les contenus, … Le musée est aussi un réservoir d'idées, un espace qui suscite **l'imaginaire et la créativité.**

Enfin, fréquenter un musée, c'est **nous rappeler que nous sommes des êtres humains : que nous avons besoin de créer, besoin de beauté.**

« C'est enrichissant, et puis on s'ouvre vers les autres. Et c'est ça qui est bien. Puis, on voit des choses qu'on n'a pas l'occasion de voir et ça nous fait du bien. On fait connaissance d'autres personnes, c'est bien. On se rencontre, on peut parler de tout et de rien : des activités qu'on a faites mais on peut parler d'autres choses. Comme il y a une très bonne ambiance, on se sent bien et c'est agréable. Moi, je suis contente de revoir tout le monde – et même vous autres, les animatrices – ça me fait vraiment plaisir. »

Nadia*

« Ca m'a permis de me rendre compte que je pouvais réaliser des choses que je ne me croyais pas capable de faire. D'autres personnes, suite aux conversations qu'on a eues, étaient comme moi, disaient que ça leur avait permis de se rendre compte qu'on pouvait faire des choses, même si on n'y croyait pas (…). Et de ce fait là, moi ça m'apporte beaucoup et je trouve que plus de personnes devraient participer. Parce que il y a des gens qui ont peur mais il ne fait as avoir peur, au contraire. Ca évite justement qu'on s'exclue soi-même de la société. Je dirais aux gens « Surtout n'ayez pas peur, venez participer aux activités, aux sorties, ça vous apportera certainement comme à moi : beaucoup ! »

Liliane*

*Ces témoignages sont extraits du DVD « La Culture, c'est… » réalisé dans le cadre d'un dispositif d'accompagnement à la culture mené à La Louvière, à Boussu et à Tournai. Trois groupes ont été suivis dans leur parcours culturel pendant un an : un groupe de parole de Boussu, un groupe en alphabétisation de Lire et Ecrire Tournai et un groupe d'une association d'aide aux femmes battues de la Région du Centre. L'objectif était de voir comment leur rapport à la culture évoluait, comment ce travail pouvait-il influer sur leur quotidien et leur bien-être. Enfin, pour compléter leurs récits, des travailleurs sociaux et culturels ont également été interviewés. Ne sont repris ici que quelques témoignages. D'autres témoignages sont disponibles dans l'outil « La culture, j'y prends part ? Le point de vue des utilisateurs », téléchargeable sur www.article27.be.

Comment et pourquoi intégrer la culture dans le travail social ?

Témoignages de travailleurs sociaux

« Nous avons fait des premières sorties où on visait très large : on envoyait des courriers individuels aux personnes. Au moment du spectacle, il n'y avait personne. Même si nous avions une dizaine d'inscriptions, il y en avait peut-être un ou deux qui venaient. Donc, nous nous sommes rendus compte que la méthodologie devait être très différente et que si nous n'avions pas établi un lien de confiance, un lien aussi lors duquel nous avions l'occasion d'expliquer comment allait se dérouler le spectacle, c'était peine perdue.

Au quotidien, moi, je dois parler de la pièce qui sera présentée, je dois convaincre mes collègues que c'est quelque chose d'intéressant et lorsque je peux en parler avec enthousiasme, elles ont alors la facilité de pouvoir en parler elles-mêmes aux personnes et éventuellement même de les inviter personnellement à les accompagner. Donc le travail de relais, il est vraiment nécessaire. Il faut que celle, qui s'occupe de la culture, s'occupe également des dossiers sociaux pour comprendre les portes d'entrées, comment amener les gens vers cet épanouissement culturel qui, pour moi, a été une véritable révélation et qui m'a vraiment favorisé le travail dans les entretiens individuels.

L'aspect culturel dans mon travail m'apporte énormément. Il permet de voir la personne qui fréquente notre centre de manière totalement différente et d'appréhender sa réalité sous un autre point de vue. Je veux dire par là que, lors d'une sortie, on peut voir la personne autrement que dans le stress du bureau, de la permanence à terminer, du temps qui presse. On la voit plus décontractée, on la voit rire, on la voit sourire très souvent parce que nous favorisons, il est vrai, des spectacles où l'on peut véritablement se distraire et être extrait du quotidien. A ce moment=là, la confidence est plus facile aussi parce qu'elle nous permet de sortie de la relation argent et d'envisager le point de vue de l'usager quant à la joie qu'il a pu éprouver. En partant du sentiment qu'il a pu éprouver en voyant la pièce, en discutant après avec lui de ce que ça a pu provoquer chez lui, ça permet d'ouvrir encore le champ de la connaissance de cette personne et d'agir au mieux pour elle.

En ce qui concerne la culture, pour moi, c'est l'épanouissement individuel dans un premier temps. Le sens d'appartenir à une collectivité : j'ai participé dans une salle de spectacle à la même chose que tout un nombre d'habitants, de cultures, d'âges différents. C'est épanouissement est vraiment réel. Quant aux ateliers peinture, je pourrais dire que nous avons des résultats absolument formidables : des personnes se sont senties tellement bien après deux ateliers qu'on a gagné six mois d'entretiens individuels. Franchement! Les personnes se sentent en confiance, elles voient qu'elles réussissent quelque chose, quelque chose de beau, qui n'a rien à voir avec le quotidien, ni avec le ménage, ni avec de l'insertion socioprofessionnelle. On parle d'autre chose, on réalise quelque chose, on peut rentrer à la maison avec sa réalisation et dire à sa famille « Regardez ce que j'ai fait ! ». Bien souvent, la famille est ébahie. »

Françoise Hensmans, Assistante sociale, CPAS de Rixensart

« C'est un public difficile, non pas à gérer, mais qui a des difficultés à se sociabiliser d'une certaine manière et même à s'exprimer. Si on crée des ateliers d'arts plastiques, c'est pour permettre à ces personnes de se rencontrer et de partager des choses, en-dehors de l'art plastique. L'art plastique, c'est un prétexte, les ateliers sont toujours des prétextes. Il faut voir le déroulement. Le plus important, ce sont les étapes, la manière dont les gens vont travailler ensemble. Parce que travailler ensemble, ce n'est pas aussi facile que ça. »

Omer Ozcetin, Animateur en arts plastiques

5. COMMENT METTRE EN PLACE LA VISITE IDÉALE ? ECHANGES DE BONNES PRATIQUES

Il n'existe pas de recette miracle qui garantisse la réussite d'une visite guidée mais il y a des critères minimums qui permettent d'en favoriser le succès.

Se mettre dans la peau d'un nouveau visiteur

Pourquoi ne pas changer de point de vue et se mettre à la place du visiteur?

Ainsi, Laurence Bouvin a cherché à savoir ce que pouvait ressentir un nouveau venu au musée :

« dans quel endroit je ne me sens pas à l'aise, pas à ma place, je ne suis pas toujours sûre de comprendre ce qu'on me raconte, j'ignore ce qu'on attend de moi, je ne sais pas où me placer, … ?»
Pour elle, cela peut se comparer à ce qu'elle ressent lorsqu'elle amène sa voiture chez le garagiste (en fait, chez n'importe quel spécialiste dont nous ne maîtrisons ni le langage, ni le contenu, ni les habitudes de travail). Prendre conscience des difficultés et des craintes du visiteur permet au guide de construire une visite plus adaptée et au final de répondre aussi à ses propres craintes. De même, cela permet au travailleur social d'anticiper les difficultés et de proposer un cadre sécurisant au groupe.

Que voulons-nous que la visite apporte à nos groupes ?

Réponses du groupe :

- donner l'envie d'y retourner
- amorcer et développer une pratique culturelle ;
- susciter la curiosité ;
- développer sa capacité à faire des liens avec son quotidien et celui de son voisin ;
- accroître ses repères dans la vie ;
- augmenter son bagage culturel ;
- passer un bon moment ;
- voir des œuvres qui nous touchent.

Il est intéressant de constater qu'il n'y a pas d'exigences pointues sur le contenu de la visite. L'un des objectifs du musée est la délectation. La **notion de plaisir** est donc également présente au sein du musée. Cela rejoint la notion de passion chez le guide. Ainsi, il arrive que le guide ne soit a priori pas emballé par le sujet de l'exposition. Cela fait partie de son travail et de ses qualités que de parvenir à trouver dans chaque sujet ce qu'il recèle d'intéressant, de voir ce qui pourra toucher les publics. A ce titre, il est intéressant de garder à l'esprit que les groupes enrichissent les visites guidées (et le regard du guide) en apportant et développant leurs propres points de vue sur les pièces exposées.

Généralement, le guide veille à établir un **dialogue** avec les visiteurs. De plus en plus, les méthodologies sont **interactives**. Le modèle du guide-conférencier tend à disparaître, sauf pour les groupes qui en font la demande (généralement les groupes seniors).

Les différentes étapes vers la visite idéale

1

Le préalable nécessaire pour que ce public vienne au musée, c'est d'établir une **bonne communication avec Article 27.** Article 27 est un canal de diffusion efficace pour s'adresser à tous les publics issus d'associations et d'institutions sociales.

Par exemple, le village culturel d'Article 27 en Hainaut permet de rencontrer les travailleurs sociaux de la province, de leur présenter l'offre du service pédagogique et de répondre à leurs questions. Et pour les travailleurs sociaux, le village permet d'expérimenter l'offre et de rencontrer les guides.

Autre alternative, proposer une visite guidée ou une journée destinée aux travailleurs sociaux. A nouveau, grâce au partenariat avec Article 27, il est possible de réunir un groupe de 10-20 travailleurs sociaux pour une visite de ce type. **Cela permet aux travailleurs sociaux d'expérimenter les activités et de mieux les promouvoir auprès de leurs publics**, de pouvoir en parler en connaissance de cause.

2

Au moment de la réservation, **considérer le travailleur social comme un partenaire** : il connaît son groupe, cela vaut donc la peine de préparer la visite avec lui afin d'**en savoir le plus possible sur le groupe** (niveau de maîtrise de la langue – alpha, FLE, … -, catégorie d'âge des participants, difficulté de mobilité, …**).**

Cela implique que ce soit le guide (ou le service pédagogique) qui prenne les réservations, ce qui n'est pas toujours possible techniquement. Il est alors envisageable de former les personnes en charge des réservations à « l'accueil téléphonique » ou de rappeler le travailleur social.

Attention, souvent, le travailleur social dramatise la situation : cela permet au guide de se préparer «au pire». L'idéal est de pouvoir rencontrer le travailleur social auparavant.

Il est primordial que les deux parties communiquent les contraintes que son cadre ou sa réalité lui imposent (nombre de participants min. /max., budget, délais, …). Pour donner toutes les chances de réussite au projet, il faut pouvoir anticiper ces difficultés, trouver des solutions en amont.

3

Dans le même ordre idée, le guide doit pouvoir **en dire le plus possible** au travailleur social **sur l'activité** pour qu'il puisse transmettre les infos à son groupe. Celui-ci sera dès lors mieux préparé à la visite.

Le guide/l'animateur peut éventuellement venir **rencontrer le groupe au préalable**, au sein de l'association. Cela permet de diminuer les appréhensions du public, en particulier si la rencontre est organisée de façon conviviale (autour d'un café). Il y a un lien qui se crée alors entre le guide et le groupe, cela rassure les participants et les encourage à participer davantage lors de la visite.

4

Sur place, dès l'arrivée et pendant toute la durée de la visite, il est **souhaitable** de

- Se montrer **agréable, souriant, détendu,** mais aussi **disponible et accessible** (« si vous avez une question ou un problème, dites le moi »),
- Être **flexible** et capable de s'adapter aux imprévus.
- Vérifier que **tout le monde voie et entende bien ;**
- **Prévoir des sièges** pour faire face aux difficultés de mobilité et à la fatigue physique.

Attention, l'accueil ne concerne pas que le guide mais il concerne aussi le **personnel de billetterie et de la cafétéria**. L'équipe pédagogique n'a pas toujours la capacité d'agir dans les autres départements. Néanmoins, il est toujours important de leur signaler lorsque l'accueil n'a pas été à la hauteur afin de leur permettre d'aller sensibiliser les autres travailleurs.

A l'arrivée

- Laisser les gens se poser et **s'intéresser au groupe** : « Comment s'est passé le trajet ? Aviez-vous une autre activité avant de venir ? » L'accueil café est un plus très apprécié, cela permet de créer un moment de convivialité, de se sentir accueilli. Ces questions permettent aussi prendre la température du groupe.
- **Expliquer les règles** de fonctionnement du musée et leurs motivations : Par exemple : les gardiens sont des agents d'accueils, ils sont là pour vous aider si vous êtes perdus, si vous faites un malaise et pour protéger les œuvres (ils ne sont pas là pour réprimer) ; les flashs sont interdits parce que la lumière peut endommager les œuvres ; idem, il est interdit de toucher pour les mêmes raisons ; … Il est aussi possible de les responsabiliser : je suis ici pour vous guider, répondre à vos questions mais vous devez être prêts à recevoir mes explications (vous rapprochez si vous n'entendez pas bien, …)
- En fonction des publics (en particulier pour les seniors), il sera nécessaire d'**expliquer l'horaire** de la journée (prévoir des pauses), **où se trouvent les WC et le vestiaire**, …

La visite

- La concevoir sous forme de **dialogue**, d'échanges interactifs avec le groupe. Le groupe est le moteur de la visite. Le guide l'invite à exprimer ses émotions, son opinion, tout en instaurant un climat d'écoute et de respect. Les participants ont le droit de ne pas aimer une œuvre, mais ils sont invités à expliciter leur opinion (cf. plus bas).
- Instaurer un climat de **confiance** avec le groupe : commencer la visite en douceur (ne pas aller directement vers les œuvres « difficiles »), faire venir l'œuvre au groupe, leur permettre de d'abord s'exprimer sur l'œuvre, de découvrir qu'ils connaissent des choses et peuvent participer à l'interprétation de l'œuvre, **co-construire** avec le guide le contenu de la visite, voir même le parcours.
- Si certains parlent ensemble, **leur demander** s'il y a un souci
- Développer différentes **approches**, par exemple en variant les sens auxquels nous faisons appel : la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat.

Ainsi, les visites conçues pour les publics aveugles sont pertinentes pour tout le public car tout le monde a envie de toucher les objets, cela donne une autre perception. Nos bagages culturels peuvent être différents et disparates mais nous sommes tous capable d'observer, de toucher, de sentir, d'entendre…

- Eviter les concepts théoriques et **privilégier les liens avec le quotidien**
- Rechercher **le vocabulaire le plus juste** et, pour les mots compliqués, pouvoir citer 2-3 synonymes.

Exemple : un adolescent avait compris le terme « divinité mineure » dans le sens « moins de 18 ans », le guide aurait pu dire « divinité mineure, secondaire, moins importante ».

- Adopter des **techniques d'animation variées et adéquates** (cf. Techniques d'animations pour visites interactives).

Que faire quand le sujet de l'exposition est délicat ou touche à certains tabous ?

- **Avant la visite**

Il est possible d'inviter le responsable du groupe à visiter l'exposition afin qu'il prenne connaissance du contenu de l'exposition. Dans le cas où il n'a pas l'occasion de visiter l'exposition, il importe qu'il contacte le musée pour s'informer de son contenu. De son côté, le guide doit **se préparer, se documenter sur les sujets délicats de l'exposition** afin de pouvoir rester factuel et objectif. Le guide doit avoir conscience des sujets qui le mettent lui-même mal à l'aise et s'y préparer pour éviter de communiquer son malaise au groupe.

- **Pendant la visite**

Le guide veille à **contextualiser les œuvres**, expliquer les intentions de l'artiste et surtout à ouvrir la discussion avec le groupe afin de permettre aux participants d'exprimer leurs opinions et émotions. Le guide doit être capable de rebondir et de réadapter sa visite. Dans ses explications, il reste neutre et objectif.

- **Après la visite**

L'accompagnateur (travailleur social) **poursuit la discussion avec le groupe**. Pour l'aider, les dossiers pédagogiques et les pistes données par le Musée sont des outils précieux. Il est parfois nécessaire d'attendre un peu pour poursuivre la discussion, de la reprendre un peu moins « à chaud ». Cette démarche peut contribuer à développer l'esprit critique des participants.

Par contre, sans doute, que pour une « première » sortie culturelle avec un groupe, le travailleur social veillera à bien choisir la visite et se dirigera sans doute vers des sujets moins délicats. Quand le public a pris goût aux sorties, après 2-3 expériences positives, il est possible alors d'aller vers des sujets plus délicats et pointus. Ce type de sortie fait partie d'un processus et ne doit donc pas pour autant être exclue.

Y'a-t-il des sujets tabous en fonction des publics ?

Il est important de ne pas stigmatiser le public, ne pas avoir d'a priori sur ses perceptions et de ne pas l'infantiliser. Il n'y a donc pas de tabou à avoir mais il importe de toujours expliquer le contexte de l'œuvre, les sources d'inspirations, le mouvement artistique auquel elle appartient, les intentions de l'artiste, … Le musée est un lieu universel au sein duquel beaucoup de messages, de sujets peuvent être abordés et débattus. Il ne revient ni au guide, ni au travailleur social de « censurer » l'art et la culture. Parfois, même souvent, les visiteurs nous surprennent : ils sont parfois moins choqués que ce que nous avions envisagé. Il faut aussi s'interroger sur nos missions : est-ce vraiment notre rôle de montrer uniquement aux gens ce qu'ils veulent voir ? Il fait partie de nos missions d'élargir les horizons culturels des publics, en tant que guide ou en tant que travailleur social. Cependant, la visite doit être menée de façon adaptée en fonction des publics. Il ne s'agit pas non plus de tomber dans l'extrême inverse qui consisterait à faire de l'élitisme culturel, à ne leur proposer que des sujets ou œuvres difficiles d'accès.

Par rapport à ces sujets délicats, le travailleur social a véritablement un rôle de co-encadrant avec le guide. Il doit avoir préparé son groupe et co-encadré pendant la visite. Il doit intervenir s'il voit que cela ne se passe pas bien avec le guide.

Néanmoins, le travailleur social doit parfois tenir compte du vécu des participants et de leur état de souffrance. Ce sont évidement des questions délicates et la frontière est ténue entre la « surprotection des publics » (la censure craintive) et la censure nécessaire à leur équilibre. Les visites préalables avec les travailleurs sociaux permettront de soulever ces questions et d'éventuellement dégager des réponses adaptées en fonction des groupes.

Dans tous les cas, c'est par les échanges et le dialogue que nous assurerons au mieux notre rôle de médiateur culturel. Aborder des sujets sensibles par le débat, c'est une opportunité de développer la tolérance et l'esprit critique.

Que faire quand le guide ne connaît pas la réponse aux questions posées ?

Il a évidemment le droit de ne pas tout savoir, c'est un être humain avant tout ! Il peut cependant valoriser la question : elle est intéressante et pertinente. Eventuellement, il peut proposer de faire une recherche et de transmettre ultérieurement la réponse à l'accompagnateur. La sincérité est une marque de respect vis-à-vis du groupe. Il est possible que le guide ne comprenne lui-même pas toutes les œuvres, en soi ce n'est pas grave. Il faut dès lors faire l'impasse sur ces œuvres car le guide ne pourra pas en être le médiateur adéquat.

5

Prévoir l'après sortie : **dossiers pédagogiques** avec pistes d'animations permettant au travailleur social et/ou à Article 27 de poursuivre le travail (et le débat) en-dehors du musée.

Est-il possible de revenir gratuitement au musée une deuxième fois, après avoir suivi une visite guidée ? Les visites guidées donnent souvent envie de pouvoir revenir au Musée dans un second temps pour parcourir les collections à son rythme. Certains musées offrent déjà cette possibilité (c'est le cas du BPS 22). Quant aux autres musées, il est conseillé aux travailleurs sociaux de négocier cela en amont lors de la réservation de la visite guidée. Pour les musées, c'est plutôt gratifiant comme demande puisque cela participe à lutter contre le phénomène de zapping.

6. TECHNIQUES D'ANIMATION POUR VISITES GUIDÉES INTERACTIVES

Ces techniques sont présentées comme pistes d'inspiration pour les travailleurs sociaux et les guides musées.

Dans la peau de…

Au Musée de la Photo, les visiteurs sont invités à se mettre dans la peau d'un photographe du 19ème siècle.

- **Par l'expérimentation**

Au départ, le groupe est réuni dans le labo photo. Par deux, les visiteurs reçoivent un appareil photo en bois ou en métal : un sténopé. Sous forme de questions, le guide amène les participants à découvrir le fonctionnement d'un appareil sténopé.

Fonctionnement du sténopé : c'est une boîte percée d'un trou à l'avant (pour faire entrer la lumière), peinte en noire à l'intérieur (pour éviter les reflets) et à l'intérieur de laquelle il faut placer une feuille de papier sensible à la lumière (le papier photo). Pour déclencher la photo, il suffit d'ouvrir le trou. Le temps de pause variera en fonction de la luminosité (s'il fait sombre, laisser ouvert plus longtemps – compter entre 1 et 2 minutes). Le photographe rebouche le trou quand il estime que la photo a été prise. L'angle de la prise de vue est dans ce cas-ci de 180°. Si le photographe veut faire un gros plan, il doit se rapprocher. Par paire, les « photographes », vont prendre une photo au sein du musée et ils reviennent ensuite au labo.

La difficulté principale consiste à estimer le temps d'exposition. Cette contrainte qu'éprouvent les participants est la principale faiblesse de la photographie à ses débuts.

A la différence du 19ème siècle, les participants reçoivent un papier photosensible. A l'époque, le photographe doit lui-même rendre son papier photosensible : un mélange à base de blancs d'œufs montés en neige (aujourd'hui, le mélange est à base de gélatine, de sel d'argent et de bichromate de potassium). Le sel d'argent rend le papier photosensible.

Si l'on additionne les coûts (papiers, appareil, produits chimiques), le photographe du 19ème siècle débourse près de 5.500€ pour démarrer son activité.

Ensuite, dans l'obscurité du labo, les « photographes » retirent leur papier photo qu'ils font tremper successivement dans :

- Un produit révélateur (1 min. de trempage) : comme son nom l'indique, il révèle l'image ;
- Un produit de rinçage (30 secondes) ;
- Un fixateur (2 min.) ;
- Un rinçage final.

Constat : la photo est imprimée en négatif (l'inverse de ce que nous voyons avec les yeux). Pourquoi ? Là où il y a eu de la lumière projetée, le papier s'est teint en noir (puisqu'il est photosensible), là où la lumière était faible, il y a des zones d'ombres, des nuances de gris.

Comment faire pour obtenir une photo en positif ? Il suffit de prendre une photo du négatif.

- **En mission dans le musée**

En tant que photographe du 19ème siècle, vu l'investissement que vous venez d'opérer dans votre matériel (5.500€ tout de même !), qu'allez-vous trouver comme débouchés pour rentrer dans vos frais ? Pour cela, rendons-nous dans les salles du musée consacrées aux photographies du 19ème siècle !

Après avoir parcouru les salles, les participants sont réunis et chacun à son tour est invité à donner une idée de débouchés : faire des photos d'art ; faire des reportages photos d'expéditions, être journaliste, prendre des photos d'événements qui se déroulent ailleurs, des découvertes ; illustrer des livres, des guides touristiques ...

Les cartes émotions

Mélancolique, content, affligé, dépassé, paisible, satisfait, tendu, confiant, souffrant, absent, renfermé, amer, éteint, triste, vulnérable, préoccupé, heureux, coupable, …

Les cartes sont disposées sur le sol ou sur un banc par le guide au sein d'une salle. Sur chaque carte, une émotion. Chacun est invité à choisir une carte et à aller la déposer devant une œuvre qui correspond à l'émotion.

Ensuite, le guide invite tout le monde à parcourir toute la salle pour aller voir les émotions qui ont été déposées en-dessous des œuvres. Enfin, il anime une discussion pour voir si tout le monde est d'accord avec les interprétations données aux œuvres.

Si les interprétations divergent, c'est normal puisque chacun interprète l'œuvre en fonction de son ressenti, de son vécu. La façon qu'a l'autre d'interpréter l'œuvre et de justifier son choix nous permet de voir l'œuvre d'une nouvelle façon.

Par cette technique, chacun a été amené à regarder toutes les œuvres de la salle avec attention en prenant comme point de vue celui des émotions. Une photo est rarement innocente mais la façon dont nous la lirons pourra lui donner du sens.

Enfin, la guide donne des informations sur le contexte de création des œuvres : il s'agit de photos documentaires dans le but d'informer les publics aisés, les citoyens des effets de la crise économique au début du 20ème siècle.

Les 3 chapeaux

Chaque chapeau contient des questions qui vont nous aider à décrypter une œuvre d'art : le premier contient des « quoi ? », le second des « comment ? » et le troisième des « pourquoi ? ».

Chacun à son tour, les participants piochent une question qu'ils lisent tout haut et le groupe tend d'y répondre collectivement. Le guide anime le débat.

- **Quoi ?**

- Quels sont les éléments que la photo ne montre pas ? (le lieu, le contexte, la date, la période, le nom des personnes, …)
- Qu'est-ce qui attire le plus notre regard sur la photo ?
- Que vois-tu en premier ?
- Qu'est-ce que tu observes comme détails dans un second temps ?
- Dans quel pays la photo a-t-elle été prise ?

- **Comment ?**

- Quelle est l'atmosphère de l'image, comment est-elle rendue ?
- Quels sont les rapports entre le cadrage et le sujet ?
- Quels sont les rapports entre la lumière et le sujet ?
- Y'a-t-il un rythme ou un mouvement, comment s'exprime-t-il ?

- **Pourquoi ?**

- A quoi te fait penser cette photo ?
- Quel est le message de l'image ?
- Quel est le rôle de la photo : à la date à laquelle elle a été prise ? et aujourd'hui ?

- **Peut-on lire une photo n'importe comment ? Peut-on tout lui faire dire ?**

On pourrait mais ici en se posant des questions sur le sujet et la forme, nous avons procédé à l'analyse de l'image. Nous avons pu ainsi dégager la volonté du photographe.

Le guide peut ensuite donner quelques explications sur l'œuvre et son contexte de création.

Parcourir une salle en quelques minutes…

- **3 minutes pour visiter une salle**

Chacun dispose de trois minutes pour découvrir la salle, ensuite tout le monde se retrouve en-dehors et chacun dit un mot qui lui passe par la tête.

- **4 minutes pour formuler une question**

Ensuite, les participants sont invités à retourner dans la salle pendant 4 minutes avec pour consigne de formuler une question (à écrire) sur une œuvre en particulier ou sur la salle.

Les questions sont rassemblées dans le chapeau. Pour chaque question pêchée, le groupe tente d'apporter une réponse. Le guide est là pour soutenir, donner des indices et des explications si nécessaires.

A nouveau cette technique amène les participants à regarder toutes les œuvres et à s'interroger sur ce qu'ils voient.

Conclusion de l'expérimentation

L'avis des participants :

«C'était adapté parce que c'était ludique, les questions étaient simples» ;

«Le temps est passé vite (or nous venons d'effectuer une visite de 2h), les approches étaient variées» ;

«C'était important d'expérimenter en tant que travailleur social»;

«On a bien senti que le guide est un accompagnateur, un stimulateur» ;

«La visite ne nous formate pas, nous avons eu le droit de ressentir ou percevoir les œuvres différemment» ;

«On a faim de revenir» ; …

Si nous n'avons pas analysé beaucoup de photos, à plusieurs reprises les participants ont été amenés à observer toutes les photos exposées au sein d'une salle (avec à chaque fois une consigne différente). En outre, ils disposent maintenant d'outils pour observer et analyser les photos par eux-mêmes. Ce sont des visiteurs plus autonomes.

L'objectif est de faire parler les participants, de les faire dialoguer entre eux. Le contenu arrive en second plan, en soutien. Il faut aussi savoir que pour les adolescents par exemple, le temps moyen d'attention est de 10 min. C'est aussi pour cela qu'il est important de varier les approches.

Autres exemples de techniques d'animation

- **Tirer les œuvres au sort**

Le parcours se construit aléatoirement. Interroger le groupe : qu'est-ce qui change par rapport à l'œuvre précédente, qu'est-ce qui évolue ? Placer l'œuvre dans le contexte de la salle. De cette manière, le groupe voyage à travers toutes les collections du musée.

- **Laisser le public se balader dans le musée et de leur demander de revenir avec une sélection d'œuvres**

J'aime celle-ci, je voudrais comprendre celle-là, ... Ils construisent ainsi leur propre parcours. Le guide les accompagne et se fait le médiateur entre l'œuvre et le public.

- **Faire appel aux 5 sens**

En permettant de toucher certaines œuvres (avec l'autorisation du conservateur), de faire appel à l'odorat, …

- **Pour les arts contemporains, proposer un atelier d'expression artistique après la visite pour favoriser différents modes d'expression**

Il n'est pas obligatoire pour autant que chacun reparte avec une réalisation, c'est le processus créatif qui compte, c'est ce qui peut être dit et échangé au cours de cet atelier également qui est parfois plus intéressant. L'atelier peut être un lieu de décompression où s'exprime ce qui n'a pas toujours pu être formulé par les personnes pendant la visite.

L'atelier n'est pas un frein, au contraire, il stimule les échanges et la participation.

7. DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : PRÉPARER LA VENUE D'UN GROUPE ET CO-CONSTRUIRE UNE VISITE

L'un des objectifs de la formation est de permettre aux guides et aux travailleurs sociaux de co-construire des animations d'accompagnement au musée, de concrétiser des idées de projets. Ces outils doivent correspondre aux réalités de chacun et aux attentes et besoins des publics.

Chaque sous-groupe a reçu comme consigne de tirer une carte dans chaque catégorie suivante :

1. **Public cible** (carte à choisir en fonction de la réalité de terrain des travailleurs sociaux du groupe)
2. **Contraintes et difficultés** (prendre 2 cartes)
3. **Discipline** artistique/patrimoine
4. **Dans le cadre de**… (contexte de la sortie)

Que pouvons-nous proposer dans le contexte qui nous est donné ? Comment se répartissent les rôles entre le travailleur social et le guide accompagnateur ? Que mettre en place avant, pendant et après la visite ?

Public cible : Santé mentale | Durée : 4h |
Contrainte : un participant ingérable | Dans le cadre de : 1ère sortie| Discipline : patrimoine industriel

Avant la sortie, il faut instaurer une véritable communication entre le travailleur social et le guide pour que le guide sache à quel type de public il aura à faire : la santé mentale, qu'est-ce que cela représente ? Diversité de cas au sein du public : psychotiques, traumatismes, comportements borderline, addictions, adolescents en révolte, … mais il y a aussi bien des gens éduqués que des personnes en décrochage. Autres conseils à donner au guide : ne pas parler de l'hôpital psychiatrique lorsque le groupe arrive (éviter de dire « Ah, voilà le groupe de l'hôpital… ») et inviter les participants à s'exprimer, à parler d'eux éventuellement (en mentionnant, que les infos restent confidentielles, entre nous).

La durée est longue, il sera donc nécessaire de couper la journée en deux, de prévoir une longue pause à midi et des micro-pauses en cours de visite (notamment pour les personnes dépendantes au tabac). La visite guidée devrait avoir lieu le matin car c'est à ce moment-là que les participants seront plus réceptifs.

L'après-midi devrait être consacrée à une animation plus ludique : un jeu de piste (attention à donner un plan et des repères aux gens car certains peuvent avoir des difficultés d'orientation) avec des questions sur les contenus et des épreuves artistiques.

Le plus important à prévoir : communiquer les infos relatives au groupe et à la façon dont les infos doivent être transmises (le contenu est moins important que le processus, la méthode).

Quant au participant « ingérable », le travailleur social prévient le guide en amont : il s'en occupera pendant la visite, quitte à le prendre à l'écart s'il perturbe le groupe, et à être dès lors moins disponible pour le groupe.

Public cible : adolescents | Durée : 1h30 | Contrainte : budget illimité |
Dans le cadre de : comité de spectateurs | Discipline : patrimoine industriel

Le comité culturel regroupe des personnes qui souhaitent s'investir dans un projet culturel sur le moyen/long terme. Généralement, le groupe choisit et organise lui-même ses sorties culturelles. Il peut en outre décider de développer un projet culturel (atelier artistique, …).

Les objectifs :

- **Elargir les horizons culturels des adolescents,**
- **Leur faire découvrir le patrimoine industriel, faire des liens entre le passé et le présent (partir du passé pour mieux comprendre le présent),**
- **Les initier à une discipline artistique, développer leur capacité d'expression par le biais de la photo.**

La sortie d'1h30 s'inscrirait dans un stage de cinq après-midi qui se déroulerait pendant les vacances scolaires. Le stage serait consacré à la découverte du patrimoine de la région par le biais de la photographie. Il permettrait de développer un travail et une réflexion sur l'image avec les jeunes, de les initier à des techniques photographiques tout en leur faisant découvrir le patrimoine et l'histoire de leur région. Le stage aboutirait à la réalisation d'une exposition présentée publiquement.

La visite du site : à partir d'anciennes photographies du site industriel, les jeunes doivent retrouver les lieux actuels où ont été prises les photos. Arrivé sur le lieu de la photo, le guide les amènera à observer le site, à remarquer les caractéristiques, les différences entre la photo ancienne et le site actuel. A partir de leurs observations, le guide pourra leur fournir quelques explications sur l'histoire du site. Les jeunes auront également pour consigne de prendre des photos actuelles du site (pour des comparaisons : passé/présent).

Que faire du budget illimité ? Cette question a longtemps animé le débat au sein du groupe, sans parvenir à une décision unanime. Pour certains, cela veut simplement dire qu'il n'y a aucune contrainte financière (les réalités financières des uns et des autres sont variées au sein du groupe), pour d'autres cela impliquait de faire quelque chose d'extraordinaire (pourquoi pas un survol en montgolfière du site pour prendre des photos « vues du ciel » ?).

Cela a soulevé d'autres questions : quel est le sens de dépenser tant d'argent sur un seul projet, sur un seul aspect du projet ? **Est-ce éthique ?** La montgolfière ne risque-t-elle pas d'éclipser le reste de la visite ? Est-ce compatible avec le travail de fond que nous menons au quotidien avec les publics précarisés ? Plutôt qu'une sortie en montgolfière, activité ponctuelle, n'utiliserait-on pas le budget pour construire un labo photo accessible aux jeunes tout le reste de l'année, faire quelque chose de « durable » ? **Pourquoi ne pas offrir une fois aux jeunes l'occasion de faire quelque chose d'exceptionnel qui fera de ce projet une expérience inoubliable ?** Pourquoi est-ce choquant d'utiliser un budget illimité pour la culture ? Serait-ce moins choquant s'il s'agissait d'aller au restaurant ? Ce n'est pas certain… La question éthique est aussi liée à l'origine des financements (argent public/privé), aux objectifs poursuivis par l'activité (**est-ce cohérent ? est-ce que la dépense vient alimenter les objectifs poursuivis ? est-ce nécessaire pour atteindre nos objectifs ?**), au caractère ponctuel/durable de l'action entreprise, … Le groupe était divisé sur la question de savoir si l'activité « montgolfière » était adéquate par rapport aux objectifs. Cela aurait suscité moins de débat si l'un des objectifs avait été de « faire rêver » les participants, de faire quelque chose d'exceptionnel. Autre alternative : si la montgolfière avait permis de donner de la visibilité à une action politique et citoyenne, elle aurait également été sans doute mieux acceptée.

Est-ce que la montgolfière est une façon de lever des freins par rapport au public adolescent ? Faut-il amener quelque chose d'exceptionnel pour les attirer ?

Les réponses sont variées :

- Oui,
- Non, c'est de la séduction
- Pas de manière systématique
- Attention, nous sommes peut-être victime de notre propre préjugé sur les adolescents : ils sont capable d'être curieux et de se montrer intéressés (par exemple, les jeunes d'une AMO ont été voir le film « Renoir » or le film est assez dur mais ils ont apprécié, ils ont été capables ensuite de différencier un nu érotique d'un nu artistique, ils peuvent décrypter des tableaux de Renoir).
- Il est vrai que les jeunes ne sont pas toujours super enthousiastes à l'idée d'aller au musée. Après lors du débriefing, si cela s'est bien passé, ils sont positifs. Il faut leur laisser un espace pour s'exprimer sur la visite : qu'ont-ils apprécié ou pas aimé ?
- Il faut parfois mêler le côté divertissement au côté éducatif (*edutainment*, contraction des termes anglophones *education* et *entertainment*).

Il n'y a sans doute aucune réponse absolue à toutes ces questions.

Public cible : adultes | Durée : le temps de la visite est fortement écourté suite à un imprévu| Contrainte : pas de budget (sauf ticket Article 27) | Dans le cadre de : sortie organisée à la demande du public | Discipline : musée d'art contemporain

Pour préparer la visite, nous avons fait le tour de l'exposition ensemble. Certaines œuvres nous mettaient mal à l'aise. Sur base de ce constat, nous avons établi qu'un travail de préparation en amont de la visite était indispensable.

Avant la visite, travailler avec le public autour de la notion d'art contemporain pour s'interroger sur ce qu'est l'art contemporain et susciter une prise de conscience :

- l'art contemporain est présent dans notre quotidien (que ce soit par des œuvres d'Andy Warhol sur des bouteilles Perrier, des graffitis en rue, …).
- L'art contemporain peut parfois choquer, tout comme certains artistes considérés comme « classiques » aujourd'hui ont également choqué leurs propres contemporains.
- L'art contemporain peut prendre différentes formes : vidéo, installation, peinture, …
- L'art contemporain peut avoir un rôle contestataire, constructif.

Sur place, l'idée était de **concevoir une visite** dont la durée est modulable en fonction du temps disponible, un peu à l'image de la visite que nous avons eu au Musée de la Photo. Nous proposerions un panel d'images en lien avec les œuvres exposées : soit par leur thématique, soit par les couleurs ou les techniques employées, soit parce que les œuvres exposées y font référence (nombreuses références à l'histoire de l'art). Les participants sont invités à choisir une image et à la mettre en lien avec l'une des vidéos exposées. On peut choisir de focaliser la visite sur les œuvres qui suscitent le plus de réactions et d'ouvrir une discussion autour de l'œuvre.

Au retour, dans le car ou le bus, les participants seraient chacun invités à donner un mot en lien avec l'exposition. Ces mots sont ensuite placés dans une boîte.

Après la sortie, animation du jeu de société Tatouvu © (Article 27) qui permet notamment d'amorcer des échanges autour de la visite. En fin de jeu, la boîte sera ouverte et les participants pourront comparer si leurs impressions sont restées les mêmes qu'à l'issue de la visite.

Public cible : primo-arrivants | Durée : 30 min.| Contrainte : | Dans le cadre de : dispositif d'accompagnement à la culture | Discipline : exposition sur le design

Les primo-arrivants sont des personnes d'origine étrangères qui ont déjà passés entre 3 mois et 3 ans en Belgique. Leur niveau de maîtrise de la langue n'est donc pas toujours très élevé.

Nous avons d'abord cherché à savoir si la visite pourrait être pertinente dans le contexte de travail actuel des travailleurs sociaux du groupe. L'exposition est une présentation du travail d'un graphiste dont le travail s'étend à la culture, la publicité et la promotion d'individus. La réponse était positive pour tous, la sortie pourrait s'inscrire dans le cadre d'un cours d'alpha, en particulier dans le cadre d'un travail mené autour du quotidien (puisque la thématique de l'exposition aborde notamment la publicité, cela pourrait s'inscrire dans un travail mené pour aider les participants à reconnaître les produits au supermarché sans pour autant maîtriser la langue).

Puisque le groupe ne parle pas bien le français et puisque nous disposons de peu de temps sur place, il faudra mettre l'accent sur la **préparation en amont**. Une activité pour apprendre à reconnaître les codes visuels employés dans la publicité (en travaillant à partir de magazines) par exemple. La visite pourrait également être **suivie d'une activité créative** menée au sein de l'association. L'exposition est divisée en quatre parties : vendre la culture, vendre un produit, vendre ses amis et vendre son image. Il serait dès lors possible de proposer une activité créative sur la création de son image personnelle. Par ailleurs, la visite est supposée s'inscrire dans le cadre d'un projet d'atelier (dispositif d'accompagnement à la culture), il est donc important de pouvoir proposer un atelier créatif après la visite pour leur permettre d'exprimer leur ressenti par des images, par une création.

Sur place, que faire en 30 min. ? Pourquoi ne pas diviser le groupe en 3 ou 4, en fonction de la connaissance de la langue et de les répartir dans les 4 parties de l'exposition. L'idée étant que chaque groupe aille observer les œuvres de sa partie et revienne en faire un compte-rendu : qu'avez-vous vu ? Qu'avez-vous ressenti ? Qu'avez-vous compris ?

Les freins spécifiques à ce type de public ont beaucoup occupé nos discussions :

- le frein de la langue,
- la mixité éventuelle du groupe (adultes, famille, …) sauf si groupe en alpha,
- la courte durée de la visite
- les codes culturels qui peuvent être très différents,
- le budget limité dont disposent les travailleurs sociaux pour organiser une telle sortie (il n'est pas toujours possible de financer un car, …).

Allait-on réussir à contourner ces freins ? Notre dispositif est-il suffisant pour y répondre ? Nous n'en sommes pas certains.

Travailler sur les codes visuels de la publicité est intéressant et pertinent avec des primo-arrivants, mais la difficulté est aussi de pouvoir être critique par rapport à l'esthétique publicitaire (ce qui peut être beau, bien emballé est parfois aussi ce qui est plus cher), qui n'est pas forcément éthique.

Finalement, le principal constat qui est ressorti de nos discussions est qu'il est important de connaître les contraintes pratico-pratiques de l'autre pour pouvoir travailler ensemble.

Conclusion

Ce que chaque groupe a identifié comme nécessité, c'est l'importance du travail en amont :

- **la communication entre le travailleur social/d'Article 27 et le guide, soit par téléphone, voir même la première fois autour d'une tasse de café, pour expliquer le contexte de la sortie, les spécificités du public, les contraintes à prendre en considération, …**
- **la préparation du groupe à la sortie.**

ÉVALUATION DE LA FORMATION

À l'issue des trois journées, chaque participant a été invité à s'exprimer sur la formation :

- **En un mot, qu'avez-vous pensé de la formation ?**
- **Quelles suggestions d'amélioration ou de changement feriez-vous si cette formation devait être proposée dans d'autres régions ?**
- **Pensez-vous pouvoir transposer certains contenus ou apports de la formation dans vos pratiques professionnelles ?**

Globalement, les participants ont trouvé la formation enrichissante, dynamisante. Elle leur a ouvert de nouvelles perspectives et de nouveaux horizons.

A priori, beaucoup d'éléments pourraient être intégrés dans leurs pratiques professionnelles mais il faudra attendre quelques jours pour décanter tout cela. Certains retiennent particulièrement la nécessité d'établir une bonne communication entre le travailleur social/ Article 27 et le guide en amont. Autre apport positif de la formation : les contacts ont été noués entre les uns et les autres.

En termes d'améliorations ou de changements, certains ont souligné l'envie de pouvoir participer aux trois journées. D'autres ont suggéré de conserver une taille de groupe similaire (a priori, les organisateurs avaient envisagé un plus grand nombre d'inscrits). Cette taille, relativement modeste, favorise les échanges et les contacts entre tous les membres du groupe.

INTERVENANTS

BOUDAOUI Radia // Coordinatrice Article 27 Mons-Borinage
BOUVIN Laurence // Guide Musée Royal de Mariemont
DELEAU Virginie // Guide indépendante et animatrice Article 27 Huy
DI SIMONE Loredana // Animatrice CPAS Saint-Ghislain
DUPONT Céline // Directrice adjointe Musées et Société en Wallonie
FERETTE Marie // Coordinatrice Article 27 Région du Centre
LEGROS Catherine // Directrice Article 27 Wallonie
PARRA SMET América // Responsable du service des publics du Musée de la Photographie
TRIFFAUX Florence // Assistante sociale CPAS de Charleroi
VANAISE Marie-Jeanne // Guide au MAC's

Crédits photographiques : Images provenant du MAC's, du Musée de la Photo et du Musée de Mariemont
Rédaction : Article 27

CONTACTS

Catherine Legros
081 26 18 43
catherine.legros@article27.be

Céline Dupont
081 42 00 55
celine.dupont@msw.be

Editeur responsable : Article 27 Wallonie 2013 - Catherine Legros - 4 rue de Bavière 5000 Namur