



CENTRE DE GESTION DE LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE  
DE MARTINIQUE

**EXAMEN PROFESSIONNEL DE PROMOTION INTERNE D'ASSISTANT  
TERRITORIAL QUALIFIE DE CONSERVATION DU PATRIMOINE ET DES  
BIBLIOTHEQUES PRINCIPAL DE 2<sup>ème</sup> CLASSE, SESSION 2022**

Mardi 24 mai 2022

**ÉPREUVE DE NOTE**

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Rédaction d'une note à l'aide des éléments d'un dossier portant sur la spécialité choisie par le candidat au moment de l'inscription.

Durée : 3 heures Coefficient : 2

**SPECIALITE : MUSEE**

**A LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET**

- ✓ Vous ne devez faire apparaître dans votre copie aucun signe distinctif tels que : paraphe, signature, initiales, numéro de convocation, votre nom ou nom fictif, nom de votre collectivité employeur, commune où vous résidez ou composez.
- ✓ Seul l'usage d'un stylo non effaçable à encre noire ou bleue est autorisé (bille ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.
- ✓ Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

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

**Ce sujet comprend 28 pages, y compris celle-ci.**

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

*S'il est incomplet, en avertir un surveillant.*

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques principal de 2<sup>ème</sup> classe au sein du Musée d'Histoire Locale de la commune de Cultureville (36 000 habitants). Cette commune, dynamique, compte un nombre important d'adolescents.

Les évolutions apparues depuis quelques années dans les pratiques culturelles des citoyens, et des adolescents en particulier, amènent les élus à s'interroger sur la nécessaire conciliation – ou réconciliation – des établissements culturels locaux avec les adolescents de la commune.

Pour appuyer cette réflexion, la responsable du service des publics vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur l'attractivité des musées pour les jeunes.

#### Liste des documents :

- Document 1 :** « Musées et adolescents : l'impossible médiation ? Une enquête à l'intérieur et autour du Centre Pompidou » (extraits) - Maylis Nouvellon, Anne Jonchery - *Agora débats jeunesse* - 16 janvier 2019 - 3 pages
- Document 2 :** « Qu'est-ce qui captive ou ennueie ? Les adolescents au musée » - *www.techno-science.net* - 12 mars 2014 - 2 pages
- Document 3 :** « Les lieux culturels s'inscrivent sur Tik Tok et partent à la pêche aux nouvelles audiences » - Marion Jeumotte et AFP - *www.rtf.be* - 16 mars 2021 - 2 pages
- Document 4 :** « En attendant l'ado » (extraits) - *Réseau de la médiation Vie musées/Temps des publics* - Ministère de la Culture - Compte-rendu du 6 novembre 2018 - 3 pages
- Document 5 :** « Le studio 13-16 » - *www.centrepompidou.fr* - Consulté le 22 janvier 2022 - 2 pages
- Document 6 :** « L'émotion partagée demeure préférable à l'émotion vécue seule et en solitaire » - Entretien avec Patrick Thil - *L'observatoire n° 58* - Été 2021 - 2 pages.
- Document 7 :** « Une heure au musée : les escape games muséaux » - Claire Hammoun-Faucheux - *www.formation-exposition-musee.fr* - 19 mai 2020 - 2 pages
- Document 8 :** « De spectateurs à créateurs : multiplicité des pratiques culturelles et artistiques des jeunes » - *INJEP Analyses et synthèses* - Décembre 2019 - 4 pages
- Document 9 :** « Visiter à distance : quelle expérience du musée dans le monde d'après ? » - Gaëlle Grenn - *www.theconversation.com* - 7 juin 2020 - 1 page
- Document 10 :** « Immersif, numérique et inclusif, découvrez le « Fabuleux Musée de Marseille » (Extrait) - Narjasse Kerboua - *www.madeinmarseille.net* - 12 novembre 2020 - 2 pages
- Document 11 :** « Musée et numérique : quelles visions du participatif » (Extrait) - Florence Andreacola, Marie-Sylvie Poli, Eric Sanjuan - *www.hal.archives-ouvertes.fr* - Août 2013 - 3 pages

**Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.**

*Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.*

**Musées et adolescents : l'impossible médiation ?**  
**Une enquête à l'intérieur et autour du Centre Pompidou**  
**Maylis Nouvellon, Anne Jonchery**  
**DANS AGORA DÉBATS/JEUNESSES 2014/1 (N° 66).**

**MÉTHODOLOGIE**

Le premier volet de l'enquête a été réalisé de janvier à mars 2009 par questionnaire administré en face-à-face auprès de 411 adolescents en visite libre au Centre Pompidou. Le second volet a eu lieu de janvier à juin 2010 auprès d'adolescents qui ne visitent pas le Centre Pompidou mais seulement le quartier des Halles dans un périmètre dessiné par la fontaine des Innocents et les rues Lescot, Saint-Denis et de la Cossonnerie. Le questionnaire, adapté de la première enquête, a été administré en face-à-face auprès de 303 adolescents. Ces deux volets composent une photographie des visiteurs et des non-visiteurs adolescents du Centre Pompidou, en amont de l'inauguration du Studio 13/16.

**L'IMPORTANCE DES MODES DE SOCIALISATION À LA PRATIQUE DES VISITES**

Les modes de socialisation à la pratique muséale restent un élément essentiel de la construction d'un rapport autonome aux musées<sup>[1]</sup>. Les deux échantillons d'adolescents – très familiers dans le Centre et peu familiers en dehors – se différencient en effet par les contextes dans lesquels a lieu la pratique muséale. Au Centre Pompidou, c'est le plus souvent en famille (66 %) et/ou entre amis (36 %) que s'effectuait la visite le jour où les adolescents nous ont répondu<sup>[2]</sup>. Ces modes de socialisation se confirment et se renforcent à l'échelle des adolescents les plus familiers du Centre (ceux qui n'étaient pas des primo-visiteurs) : famille et amis constituent les principaux accompagnateurs (respectivement 79 % et 55 %), loin devant l'école prescriptrice de la visite pour seulement 18 % d'entre eux. À l'inverse, pour les jeunes rencontrés dans le quartier des Halles, la visite de musée se déroule principalement en contexte scolaire – 42 % d'entre eux ne vont d'ailleurs au musée qu'à l'occasion de sorties scolaires. Cette socialisation spécifique semble affecter la capacité des adolescents à s'appropriier pendant leur temps libre une pratique qu'ils ne partagent ni avec leur famille ni avec leurs amis, sinon lorsqu'ils s'y rendent avec la classe. Pour eux, la visite d'un musée relève de « l'"exposition" à une pratique largement encadrée, indépendante de la volonté

des jeunes [et] dont le format est généralement celui des adultes » *via* la famille et/ou l'école (Octobre, 2003, p. 78), bien plus que pour les visiteurs adolescents du Centre qui incluent cette pratique dans le cercle des activités entre pairs, y compris en dehors du temps scolaire.

Si les adolescents dans et hors les murs du Centre partagent un même répertoire de loisirs, particulièrement marqué par les activités audiovisuelles et la sociabilité juvénile (voir tableau 1, p. 97), la syntaxe de ces activités dans l'économie générale du temps libre, en revanche, est distinctive. La différence porte ainsi sur la « grammaire du loisir » (Octobre, 2007, p. 21) analysée à partir de l'intensité de ces activités. Selon ce critère, on constate que la pratique individuelle du musée, en famille ou entre amis, en favorise l'assimilation à une activité de loisir courante. En effet, au Centre Pompidou, les adolescents, visiteurs individuels de musées, pratiquent la majorité des activités du répertoire proposé dans le questionnaire à une fréquence moyenne, de telle sorte que, dans cet univers culturel, la visite muséale et la lecture y sont pratiquées avec une intensité similaire à celle de la sortie au cinéma. Hors du Centre Pompidou, les adolescents, visiteurs scolaires de musées, ont une pratique plus intense d'un nombre plus restreint d'activités : les activités audiovisuelles et les sorties entre amis occupent ainsi une place prépondérante, loin devant des activités culturelles telles que la visite de sites patrimoniaux (musées et monuments) et la lecture.

(...)

### **FAVORISER UNE PRATIQUE AUTONOME ET DÉSENCADRÉE**

Ces contrastes constatés entre le Centre Pompidou et le quartier des Halles soulignent l'importance de l'autonomisation de la pratique muséale dans la conquête du public adolescent : la pratique autonome, intégrée dans le temps libre et personnel de l'adolescent, constitue le véritable enjeu de ce public afin que celui-ci construise un rapport personnel et durable au musée. Or, si ce processus semble en marche pour les visiteurs du Centre Pompidou, il n'est encore qu'hypothétique aux Halles. En effet, les adolescents rencontrés au Centre ont décrit une pratique inscrite dans le temps libre des loisirs, notamment celui que l'on passe entre amis – 36 % étaient accompagnés d'amis lorsque nous les avons interrogés – et la majorité d'entre eux ont évoqué la curiosité et l'envie de découvrir comme première motivation. Pour les adolescents rencontrés aux Halles, en revanche, ce n'est pas une activité qu'ils ancrent pour le moment dans le quotidien de leurs loisirs et c'est majoritairement l'obligation familiale ou scolaire qu'ils invoquent pour justifier leur pratique muséale actuelle. Une adolescente l'a exprimé ainsi : « La jeunesse, c'est les sorties entre copines, le shopping, et c'est tout. » À ce titre, la visite du musée n'est pas une activité que l'on valorise au sein de son cercle d'amis : même si une majorité (74 %) conçoit la possibilité de conseiller à un ami d'aller visiter un musée, plusieurs font remarquer que « ça ne se fait pas trop », et rares sont ceux à l'avoir déjà fait (16 %).

Confirmant cet effet d'imposition du regard des pairs, un autre adolescent commente : « En général on dit que c'est nul les musées. Si on demande à quelqu'un ce qu'il a fait le week-end et qu'il est allé au musée, il va pas dire "ouais j'étais au musée", tout le monde va lui dire que c'est nul. » Or, à juger de leurs préférences en termes d'accompagnement, la visite muséale ne saurait s'intégrer dans leurs loisirs qu'à la condition de se faire entre amis, visite qui « laisse une large place à l'échange, au respect du rythme de la visite et à la discussion » (Timbart, 2007, p. 522). C'est, selon eux, à l'opposé de la visite encadrée par l'école ou la famille qu'ils qualifient principalement par ses contraintes et que traduisent des expressions telles que « ils donnent des ordres », « on est obligé de suivre », « on nous laisse pas nous disperser ». Cette pratique autonome et désencadrée, les adolescents des Halles l'envisagent moins à leur âge que dans l'avenir. D'après eux, leurs futures études ou professions ou encore l'acquisition d'un statut parental pourraient engendrer un intérêt pour les musées. On le voit, c'est pour eux fondamentalement une pratique d'adultes, qu'ils associent à l'indépendance et à la maturité, une pratique qu'ils envisagent donc comme évolutive. (...)

... Ce résultat fait écho aux travaux sur les « carrières de visiteurs » qui, partant de récits biographiques, ont montré que les attitudes de l'enfance n'auguraient pas des comportements adultes à l'égard des musées et que les représentations et pratiques de visites évoluaient dans le temps (Eidelman *et al.*, 2003).

Au-delà des efforts de conquête du public adolescent *via* le partenariat école-musée, il semble maintenant nécessaire que le musée complète cette offre de propositions à l'adresse d'un public d'adolescents en visite libre, pendant le temps de loisirs, pour favoriser un attachement personnel à la pratique muséale. Ces processus d'autonomisation, en cours de développement pour les adolescents du Centre ou seulement envisagés par ceux rencontrés aux Halles, interrogent en effet les médiations actuellement à l'œuvre dans la sphère muséale et leur adéquation avec les cultures juvéniles. Quels dispositifs de médiation sont à même de les attirer et de retenir leur intérêt ?

## Qu'est-ce qui captive, ou ennueie, les adolescents au musée ?

*Techno-science.net – 12 mars 2014*

On a tendance à croire que les adolescents ne sont pas intéressés par les musées, mais est-ce vraiment le cas ? Et, lorsqu'ils en visitent un, qu'est-ce qui leur plaît et les incite à revenir ?

C'est ce qu'a cherché à savoir Laure Martin-Le Mével dans ses travaux de maîtrise en communication à l'Université de Montréal. Elle s'est penchée sur la façon dont la perception des adolescents à l'égard du musée traditionnel peut se modifier à la suite d'une expérience de visite. Sa recherche est d'autant plus pertinente qu'au Québec aucune étude n'a récemment été publiée sur les adolescents dans les musées. " Déjà en 1999, le Groupe de recherche sur l'éducation et les musées soulignait le peu de données sur la fréquentation des musées par les adolescents, et cette lacune n'a toujours pas été comblée ", dit-elle.

### Le processus de visite comme indicateur d'intérêt

Pour mener à bien ses travaux, elle a demandé à six adolescents âgés de 14 à 16 ans de visiter l'exposition *Il était une fois l'impressionnisme : chefs-d'oeuvre de la peinture française du Clark*, présentée au Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) d'octobre 2012 à janvier 2013.

Elle a également mené deux entrevues individuelles avec chacun d'eux, l'une avant la visite et l'autre après. Ces entrevues, combinées avec la visite du musée, lui ont permis de décrire le processus de modification de leurs perceptions en révélant les médiateurs de la visite et les médiations qui se sont opérées chez des adolescents pendant la visite.

Un médiateur est ce qui attire l'attention (autres visiteurs, environnement physique, oeuvres, descriptions, etc.) tandis que la médiation est une action qui se produit au contact du médiateur (rêver, comprendre, se projeter, admirer, comparer, refuser...).

### **Ce qui les rebute, ce qui les attire**

Les tableaux *Ferme dans les Landes* (Théodore Rousseau, 1867) et *Charmeur de serpents* (Jean-Léon Gérôme, 1879) sont les deux oeuvres qui ont le plus retenu l'attention des jeunes. Bien que fort différents, ces tableaux ont en commun d'être de grandes toiles aux détails nombreux et aux couleurs voyantes.

Premier constat : la moitié des participants étaient déjà allés au MBAM, mais aucun ne connaissait le courant impressionniste.

Et c'est surtout par la famille - et avec l'école dans une moindre mesure - qu'ils avaient vécu une expérience muséale. Par contre, les amis étaient absents des expériences de visites relatées par les adolescents.

Fait intéressant, durant la visite du MBAM, les jeunes ont indiqué que la présence d'un autre adolescent était un élément rassurant pour eux. Par contre, la présence des autres visiteurs - qui étaient souvent agglutinés devant des toiles et qui empêchaient de bien voir l'oeuvre - les a gênés. De plus, ils étaient parfois ennuyés par la redondance qu'affichaient quelques salles exhibant une série d'oeuvres au style similaire. " La diversification des oeuvres devrait être un

élément à considérer pour éviter l'ennui chez les jeunes, au même titre que la composition de l'espace ou le choix de l'accompagnateur", mentionne Laure Martin-Le Mével.

Par ailleurs, les participants ont grandement apprécié les tableaux qui présentaient beaucoup de détails de même que les courts récits qui accompagnaient certaines toiles. Les panneaux explicatifs qui contenaient des anecdotes - et plus particulièrement celles ayant un ton humoristique - rendaient l'oeuvre et l'artiste encore plus intéressants à leurs yeux.

### **Le goût de l'art n'est pas inné**

À la lumière de l'évolution du discours des participants, Laure Martin-Le Mével a constaté que différentes médiations se sont manifestées pendant la visite du musée.

Par exemple, au contact d'un tableau très coloré, les adolescents à l'imagination foisonnante ont dit s'être mis à rêver; les moins familiarisés avec les musées ont acquis une compréhension des oeuvres grâce aux descriptions les accompagnant; enfin, devant une peinture affichant moult détails, les jeunes au profil artistique ont parlé d'admiration.

À cet égard, Mme Martin-Le Mével a noté que tous les participants ont rapporté s'être inventé des histoires en regardant certains tableaux et en lisant leurs descriptions. Cela s'explique selon elle par le fait que rêver est une médiation accessible à tous. " Contrairement aux autres médiations, on n'a pas besoin de savoir peindre ou d'avoir des connaissances en histoire de l'art pour rêver devant une toile ", précise-t-elle.

C'est pourquoi elle estime que la visite du MBAM a permis aux jeunes de se forger des connaissances bien à eux, de développer progressivement un " sentiment de compréhension qui les aide à se sentir davantage à l'aise et à leur place au musée ".

Pour elle, les adolescents sont parfaitement capables de s'intégrer et de s'intéresser à l'univers muséal et chaque visite constitue une nouvelle mise en condition qui viendra modifier la visite suivante, laquelle enrichira à son tour la prochaine expérience muséale !

" Le goût de l'art n'est pas inné, conclut Mme Martin-Le Mével. Lorsqu'il visite un musée, l'adolescent entre en contact à la fois avec l'art et avec différents éléments et c'est à travers ces relations qu'émergent des actions qui, en s'accumulant, vont définir ce qu'est l'art pour ces adolescents. "

À la lumière de ses observations, Laure Martin-Le Mével suggère aux musées traditionnels :

- d'associer des peintures avec des photos d'environnements géographiques familiers du public pour leur permettre de comparer ou de se projeter;

- de placer des éléments de l'exposition au centre des salles ou de proposer des salles avec des formes atypiques pour accentuer leur intérêt;

- de présenter dans une même salle quelques oeuvres qui diffèrent radicalement des autres; de privilégier les oeuvres colorées et avec des détails.

## DOCUMENT 3

### Les lieux culturels s'inscrivent sur TikTok et partent à la pêche aux nouvelles audiences



rtbf.be

Qu'ils soient musées, théâtres ou écoles de danse : les instances culturelles sont de plus en plus nombreuses à tenter de séduire de nouvelles audiences (et de futurs potentiels visiteurs) en passant par le numérique et en s'offrant un compte Tik Tok!

Tik Tok, c'est LE réseau social de référence utilisé par les adolescents. En se créant des comptes et en proposant des contenus originaux, les lieux culturels sont de plus en plus nombreux à tenter de séduire un public qui n'a pas l'habitude de pousser leurs portes.

Voici une liste non exhaustive de comptes Tik Tok d'institutions culturelles à suivre pour ajouter de la culture à votre feed et faire grandir votre culture générale tout en vous amusant !

#### **Le Grand Palais**

Sur Tik Tok, le Grand Palais annonce ses nouvelles expositions en utilisant les dernières technologies à la mode. Ils donnent par exemple vie à des anciennes photos tirées de l'exposition "Noir&Blanc" du Grand Palais, grâce à un outil utilisant l'intelligence artificielle. Dans sa série "Pourquoi c'est connu", Le Grand Palais présente des focus sur des œuvres d'art connues. Une sorte de mini-cours d'Histoire de l'Art, comme dans cette vidéo sur le tableau "L'absinthe" d'Edouard Degas. Les vidéos du Grand Palais sont travaillées et accompagnées de voix off, on sent qu'il y a un véritable travail de présentation et de mise en scène derrière la réalisation de ces vidéos.

#### **Culturez-vous !**

Le célèbre site "Culturez-vous" est aussi sur Tik Tok. Dans sa série intitulée "Zoom", vous découvrirez en détail des tableaux en partenariats avec différents musées : "Metropolis" de George Grosz, "La tour de Babel" de Brueghel et bien d'autres encore. Si la vidéo vous a convaincu et que vous désirez en savoir plus, vous retrouverez le reste du contenu sur le site de "Culturez-vous".

Le site a aussi compris que l'humour fait définitivement partie des codes du réseau social Tik Tok. On retrouve donc sur le compte "Culturez-vous" des vidéos humoristiques mettant en scène de célèbres tableaux et faisant bien souvent référence à l'actualité. Comme cette vidéo qui laisse imaginer les personnages tirés de célèbres œuvres d'art faisant la fête à la réouverture des musées (...) !

### **Le Quai Branly**

Le Quai Branly est aussi sur Tik Tok. Il propose des vidéos des coulisses du musée, lors du montage de nouvelles expositions par exemple. D'autres vidéos présentent des focus sur des œuvres à voir au musée, comme cette vidéo présentant une statue féminine du Mali en bois datant du 19e siècle. Les vidéos sont accompagnées de musiques entraînantes, l'ingrédient de base de toute bonne vidéo Tik Tok.

### **Le Château de Versailles**

Du côté du Château de Versailles aussi on a un compte Tik Tok. Marie-Antoinette aurait sûrement été l'une des premières à s'inscrire sur ce réseau alors c'est tout naturel que son château y trouve sa place aussi. Petite déception cependant, le compte Tik Tok se résume à présenter des vidéos esthétiques des différentes pièces et jardins du domaine. L'avantage est que ces vidéos ont été tournées sans public, un privilège dont peu peuvent se vanter, ce qui donne à voir le château de Versailles ou le Trianon comme jamais vous ne le verrez par vous-même. Pour le cours d'Histoire de l'Art sur Versailles, vous l'avez compris, vous n'êtes pas au bon endroit.

### **Le Théâtre National de Nice**

Le théâtre national de Nice (TNN), à l'instar de Chaillot à Paris, a débarqué début mars sur TikTok, dans un effort accéléré par la crise sanitaire pour séduire les nouvelles audiences. Les capsules postées sur TikTok font de moins de 20 secondes et présentent pour l'instant les coulisses du théâtre, ses costumes, ses répétitions. "La crise nous a obligés à être inventifs", a expliqué à l'AFP ce vendredi sa directrice, Muriel Mayette-Holtz. "La crise a multiplié l'urgence de se déplacer et d'être auprès de nos jeunes. [...] On a déployé encore plus de disponibilité pour compenser ce qu'on ne peut pas offrir aux jeunes dans nos salles", a insisté la comédienne et metteur en scène.

### **Le Musée Picasso de Paris**

Sur le compte Tik Tok du Musée Picasso de Paris, on découvre les coulisses des expos et du musée mais aussi des focus sur certaines œuvres de Pablo Picasso. Comme dans cette vidéo où le Musée Picasso fait des parallèles entre trois œuvres d'art autour du thème de la liseuse. Ces présentations en musique vous donneront peut-être envie d'aller les voir en vrai quand cela sera à nouveau autorisé.

### **Le Théâtre National de la danse de Chaillot**

Au Théâtre national de la danse de Chaillot, c'est une collection de capsules filmées intitulée "Vues sur les marches" et élaborée avec des chorégraphes, qui a été retravaillée pour TikTok. Les vidéos ne durent que quelques dizaines de secondes et sont souvent humoristiques. Certains formats peuvent également être plus longs lors de Live TikTok : "C'est un enjeu de communication et d'influence", explique Fanny Cohen, la secrétaire générale de Chaillot, selon qui "c'était naturel d'aller" sur ce réseau, "TikTok étant connu au départ pour ses challenges de danse". "L'enjeu est de toucher un public plus jeune et de transformer ce public virtuel en spectateur actif", explique-t-elle à l'AFP.



## DOCUMENT 4



### *"En attendant l'ado"* Réseau de la médiation *Vie des musées/Temps des publics*

Compte-rendu du 6 novembre 2018 Musée des arts décoratifs

#### Cinq ans après la conférence-débat

« Adolescents au musée : comment les accueillir, transmettre, accompagner ? »

Chantal Dahan (INJEP) et Patrice Chazottes (Centre Pompidou)

#### L'adolescence

L'intervention a permis de rappeler que l'adolescence est un **tournant fondamental** pour la **construction de l'identité** de l'individu. Aujourd'hui, on considère qu'elle débute à l'âge de 13 ans et se poursuit jusqu'à 25 ans, c'est-à-dire jusqu'au moment de la sortie du milieu familial.

Plusieurs **étapes** jalonnent l'adolescence : la première (les années collège) où chacun cherche à **s'intégrer** (ressembler à ses pairs) ; puis une deuxième (à partir des années lycée) où la volonté est de se **différencier** et définir sa propre personnalité.

Chantal Dahan a particulièrement insisté sur le fait que la **tranche d'âge des 0-25 ans est la plus touchée par la pauvreté en France selon le premier rapport publié sur le sujet.**

#### Les établissements culturels et les adolescents

Les établissements patrimoniaux, en tant que garants de l'accès aux représentations culturelles, ont un rôle majeur d'accessibilité universelle auprès de la jeunesse. L'engagement des établissements repose sur une palette d'activités suffisamment large afin de favoriser l'envie d'une pratique culturelle.

*« La culture doit aider l'adolescent à comprendre qu'il fait partie d'un collectif »*

Chantal Dahan

*« Si l'accès à l'œuvre vient plus tard, ce n'est pas grave. Être au musée avec des gens qui pensent différemment est déjà une réussite »*

Patrice Chazottes.

## Transmission et médiation

Les intervenants encouragent à changer la dynamique de la transmission vers un **échange horizontal**. Il faut négocier entre les deux parties : l'appropriation n'a pas lieu si l'adolescent est un agent passif.

Le **numérique** a beaucoup aidé à répandre cette démarche et a énormément transformé les pratiques culturelles des adolescents. En revanche, l'usage des **réseaux sociaux** ne suffira pas à atteindre l'adolescent avec une communication « jeune », c'est à eux de s'approprier et de créer les codes de cet usage. Par exemple, les adolescents se servent de la page Facebook du Studio 13-16 (Centre Pompidou), comme un outil de communication « interne » et non pas comme un diffuseur d'information.

Dans la même logique, les dispositifs de médiation du Centre Pompidou sont constitués de groupes plus réduits, afin de privilégier une démarche qualitative. La **transmission au plus grand nombre** est davantage réservée aux activités événementielles.

Patrice Chazottes estime qu'il faut laisser le temps à l'adolescent de s'approprier le musée à son rythme plutôt que de le contraindre à un contact direct avec l'œuvre. « *L'abandon* » des institutions par les adolescents peut être détourné positivement vers une **réinvention des pratiques culturelles**.

### Réflexion sur la venue des adolescents au musée

Chantal Dahan et Patrice Chazottes ont suggéré quelques pistes ou bonnes pratiques qui pourraient aider à créer une programmation attirante pour les publics adolescents :

- Passer par l'école et s'appuyer sur le réseau associatif et les acteurs de la jeunesse du territoire.
- Former les professionnels : Eliminer les préjugés négatifs et montrer les acquis positifs de cette génération.
- Développer une programmation proche des médiums intergénérationnels (séries type *Game of Thrones*), car l'institution ne pourra suivre la tendance choisie par les adolescents.
- Rendre les adolescents actifs dans la programmation : les engager dans la prise des décisions, co-construire avec eux.
- Prendre en compte leur temps et leur rythme d'action et d'appropriation.

## « J'ai l'ado qu'il vous faut »

**Emmanuelle Kalfa, Carole Salhi// Sonia de Leuse le-Guillou// Elise Veillard//  
Frédéric Henry**

Médiathèque de l'Odyssée de Lhomme, Association Lecture Jeunesse, Centre  
national du cinéma et Cinéma du Palais à Créteil.

Quelques expériences réussies de ces établissements culturels :

- ✓ La médiathèque de l'Odyssée indique que les adolescents peuvent venir uniquement pour profiter des **espaces et des outils consacrés** pour eux : fauteuils, cyberespaces, imprimantes 3D...
- ✓ La médiathèque de l'Odyssée et le cinéma du Palais laissent les **adolescents être acteurs** dans le choix et le développement des dispositifs : ils sont prescripteurs pour les acquisitions des livres, ambassadeurs et critiques du cinéma, médiateurs parmi leurs pairs...
- ✓ Selon leurs expériences, la création des **moments exclusifs** avec un côté **événementiel** est toujours très appréciée par les jeunes: pique-niques, braderies, avant-premières, rencontres avec des auteurs ou des réalisateurs...
- ✓ Ils accordent tous une importance majeure à leur réserver du temps pour **s'exprimer** sur des **thématiques pointues** : l'actualité politique, les religions, la citoyenneté...

## « Pass Culture : expérimentations et perspectives »

**Clémence Chalopet** (Pass culture Saint-Denis) et **Aude-Marie Fritz** (Musées de la ville de Strasbourg)

### Le Pass culture

Il s'agit d'une **application géolocalisée** dédiée aux jeunes de 18 ans, leur permettant l'achat de biens et de pratiques culturelles. A cette application s'ajoute l'année des 18 ans un crédit de 500 euros.

La démarche a été basée sur la **co-construction avec 5 départements laboratoires** : Bas-Rhin, Hérault, Guyane, Finistère et Seine-Saint-Denis. Il y a eu un **test technique** pour les utilisateurs et pour les acteurs culturels. 35% des testeurs actifs ont bénéficié d'au moins 2 événements gratuits.

Les **prochaines étapes** de ce dispositif sont : la sélection des 10 000 volontaires pour la troisième phase d'expérimentation (pré-lancement) ; l'audit de sécurité avant le lancement

## Le Studio 13/16

---

 [centrepompidou.fr/fr/visite/enfants-et-familles/le-studio-13/16](http://centrepompidou.fr/fr/visite/enfants-et-familles/le-studio-13/16)

### Bienvenue au Studio 13/16 !

---

Un espace dédié aux jeunes et à la création contemporaine

Une programmation *in situ*, hors-les-murs et numérique

Des collaborations avec des artistes contemporain(e)s

Des enjeux partagés : identité, environnement, collectif

Premier et unique espace de programmation dédié exclusivement aux jeunes dans une institution culturelle française, le Studio 13/16 s'attache à accompagner les adolescentes et adolescents vers la découverte de la création et à démontrer que les lieux de culture sont aussi des lieux de socialisation, de plaisir et de partage.

En tant qu'espace attractif et vivant, et grâce à une programmation pluridisciplinaire centrée sur les enjeux sociétaux contemporains, il propose d'associer activement les jeunes au processus de réflexion et de création dans des domaines qui les touchent particulièrement, et fait de la rencontre avec les artistes d'aujourd'hui le point d'orgue de cette expérience artistique et culturelle.

Depuis 2020, le Studio 13/16 se présente sous un format renouvelé, plus modulable et plus engagé, autour de 3 axes principaux :

- la rencontre avec la création contemporaine et émergente, impliquée auprès de la jeunesse ;
- le numérique, en particulier les réseaux sociaux comme outils de médiation et de création ;
- les enjeux de société et l'actualité, à travers une programmation réactive, connectée et cohérente avec cette génération citoyenne et engagée.

Résolument tourné vers les jeunes et les artistes, le Studio 13/16 se pense et s'expérimente comme un lieu de vie, de création, de découverte, d'ouverture et de décloisonnement des pratiques et des approches de la création.

La programmation du Studio 13/16 est rythmée par différents thèmes permettant à la fois de traiter de sujets artistiques et de société, mais aussi de coïncider avec les programmes scolaires. Chacun de ces thèmes est traité par les artistes et les adolescentes et adolescents en plusieurs lieux (au Studio 13/16, dans les collèges, au sein de différentes structures socio-éducatives) et décliné dans des formats variés (ateliers, débats, lives, projections, rencontres...)

### Au Centre Pompidou

---

Une communauté d'artistes, créateurs et créatrices aux profils variés et croisant différents univers, viennent au Studio 13/16 pour proposer des workshops, des débats, des concerts et des masterclasses afin de transmettre aux jeunes leur savoir-faire, créer et penser avec elles et eux, leur donner de nouveaux outils d'expression, et pointer ensemble les liens entre création et société contemporaines.

Mode, danse, musique, installation, vidéo... se mélangent, et transforment le Studio 13/16 en un nouveau terrain d'exploration chaque trimestre.

## Hors les murs

---

Dans le cadre de ses actions territoriales, le Centre Pompidou propose deux dispositifs d'actions hors les murs en direction des publics adolescents.

- le Studio 13/16 au collège : un temps fort d'une semaine alternant interventions et ateliers, qui propose de réunir élèves et professeurs autour d'activités créatives dans un esprit d'ouverture à la création artistique.
- le Studio 13/16 Tour : une structure itinérante qui se déplace là où les ados se trouvent pendant leur temps de loisirs, hors des institutions muséales, socio-culturelles ou scolaires.

## Sur Instagram

---

Le Studio 13/16 dédie son Instagram à la création contemporaine, par et pour les jeunes.

Il fait de cette plateforme d'information et d'expression, participative et collaborative, un canal de diffusion de contenus artistiques et de médiation à part entière.

Chaque jour, le Studio 13/16 publie un contenu artistique, créatif ou inspirant afin de donner à voir toutes les facettes de la création :

- une veille artistique et culturelle avec les travaux de créateurs et créatrices repostés dans les « Studio 13/16 aime » ;
- des œuvres réalisées exclusivement pour le Studio 13/16 par un illustrateur ou une illustratrice différent chaque trimestre ;
- des collabs pluridisciplinaires avec des jeunes tenants de la danse, de l'art vidéo, de l'animation, etc. ;
- des contenus réalisés en partenariat avec des créateurs média (podcasts, vidéos, reportages...)

## Comment nous rejoindre ?

---

### Au Centre Pompidou :

---

Accès gratuit et sans inscription

Accueil en continu, de 14h à 18h :

- pendant la période scolaire : les mercredis, samedis et dimanches après-midi ;
- pendant les vacances scolaires de la zone : tous les après-midis (sauf mardis).

### En ligne :

---



@studio1316



studio1316

## DOCUMENT 6

# « L'ÉMOTION PARTAGÉE DEMEURE PRÉFÉRABLE À L'ÉMOTION VÉCUE SEULE ET EN SOLITAIRE »

Entretien avec Patrick Thil. Propos recueillis par Lisa Pignot et Jean-Pierre Saez.

Si, comme le rappelle Patrick Thil dans cet entretien, la crise sanitaire a accéléré l'usage d'une diffusion numérique dans le monde culturel, ce mode de diffusion ne saurait remplacer une relation directe et vivante aux œuvres. Fort de l'expérience du territoire lorrain, l'adjoint à la culture de la Ville de Metz nous invite à considérer cette alliance entre culture et numérique non comme un palliatif mais comme un atout ouvrant des potentialités infinies en matière de conservation, de création, d'accès aux œuvres et de développement durable.

**L'Observatoire – Qu'est-ce que la notion de « culture numérique » évoque pour vous ?**

**Patrick Thil** – Lorsque l'on parle de « culture » et de « numérique », je pense que la première chose qui viendrait à l'esprit des plus jeunes serait qu'il s'agit d'abord d'un instrument de diffusion – même si, au-delà, il existe bien d'autres choses. Pourquoi ? Parce que les plus jeunes sont penchés sur leurs écrans, branchés à leur smartphone, à l'ordinateur, et qu'ils peuvent tout regarder. Néanmoins – c'était déjà vrai au temps de Gutenberg – l'écrit n'est pas responsable de ce que l'on en fait, puisque l'on peut écrire les pires choses comme les meilleures. Il en va de même pour ce nouvel outil qu'est le numérique. Nous l'avons vu avec cette crise sanitaire, tous les acteurs culturels ont eu à cœur d'être présents sur le numérique de la diffusion – qui ne remplace en rien la présence réelle, qualifiée par ce nouveau terme « présentiel ». L'émotion partagée demeure préférable à l'émotion vécue seule et en solitaire. Si l'on avait interrogé les plus jeunes d'entre nous, il me semble donc que la diffusion culturelle aurait d'abord été mise en avant.

On voit aussi que cette diffusion culturelle a concerné toutes les structures culturelles. Tout le monde y a participé. Je suis président de l'Orchestre national de Metz et de ce bel ensemble qu'est La Cité musicale-Metz et, durant le premier confinement, j'ai trouvé les musiciens magnifiques lorsqu'ils ont enregistré les *Concerts des musiciens confinés* – j'avoue même avoir été étonné de voir que l'on peut être à l'unisson tout en étant chacun chez soi ! Cela nous a aussi permis de découvrir ces musiciens sous un autre jour : on a l'habitude de les voir dans leur habit de scène et là on les découvrait dans une certaine intimité.

**L'Observatoire – L'une des idées convenues, à propos du numérique, est qu'il menace non seulement le livre mais aussi les médiathèques ; cependant, elles ont prouvé qu'elles étaient capables de faire un usage tout à fait positif des technologies. Comment appréhendez-vous cette question ?**

**P. T** – Il y a selon moi plusieurs aspects. Si l'on considère la question de la conservation, les médiathèques ont su se saisir du numérique comme d'un nouveau moyen de présentation et de diffusion de leurs collections. On le

sait, nos médiathèques possèdent une richesse tout à fait étonnante. C'est particulièrement vrai à Metz et à Nancy où nous avons des gravures magnifiques de Jacques Callot, de Piranèse... Ces gravures absolument extraordinaires ont inspiré de nombreux artistes et notamment les surréalistes.

Notre fonds est riche de planches de plains-chants messins (dont on a les partitions) qui ont donné naissance au chant grégorien, mais aussi d'incunables du Moyen Âge de la grande époque messine, etc. Ces richesses sont conservées dans les règles édictées par le ministère de la Culture, c'est-à-dire avec des consignes strictes et scientifiques de conservation, de façon à ne pas abîmer ces documents que nous devons transmettre aux générations futures et – on l'espère – préserver pour l'éternité. Le numérique permet donc aujourd'hui de voir ce que l'on ne peut qu'entrevoir d'ordinaire. Il permet aux villes de rassembler tous leurs joyaux, même quand ceux-ci se trouvent à l'extérieur ou sur d'autres continents. On connaît la richesse du Louvre, de la BNF, des universités américaines et d'autres institutions qui possèdent des œuvres nées à Metz mais que nous ne pouvons pas voir. C'est déjà extrêmement intéressant. Le numérique permet même de tourner

les pages des incunables que l'on ne peut pas toucher. Aujourd'hui, on peut les approcher.

Le même travail est fait dans le Sillon Lorrain puisque *Limédia* – un véhicule culturel attaché aux bibliothèques – permet cet échange. Nous avons aussi à Metz un musée numérique au sein de l'Agora, Micro-Folie, qui met toutes les œuvres des musées à la portée de chacun. Du côté des Archives, pratiquement toutes les collections rares (et pas seulement) peuvent être consultées gratuitement grâce au numérique. Il nous reste un chantier à mener qui est d'archiver nos propres productions numériques car, ne l'oublions pas, ce chantier a été rendu obligatoire par la loi. Le numérique n'est donc pas l'ennemi du livre ou de l'écrit mais son disciple, et aussi celui qui peut mieux le révéler.

***L'Observatoire – Quelles interactions peut-on entrevoir entre le numérique et l'écologie ? Comment les institutions culturelles peuvent-elles donner un sens à cette relation ?***

P. T. – Aujourd'hui, le numérique touche toutes nos institutions culturelles. La plus visible et la plus récente, c'est évidemment le Centre Pompidou-Metz où le numérique est très présent à travers ses expositions, le cinéma, et où la création numérique est extrêmement vivante. Nous avons aussi un autre musée à Metz, tout à fait admirable, pour lequel le maire nourrit le projet de rendre « muséal » – si j'ose dire – les espèces et notamment celles qui

ont disparu. À cet égard, le numérique sera utilisé via des écrans permettant de voir les espèces en vie.

Si les musées sont plus naturellement concernés par le numérique, cela touche aussi les autres secteurs. Par exemple, à l'Opéra de Metz, nous avons des productions où les décors sont numériques. Du point de vue du développement durable, le numérique offre ici de nouvelles possibilités. Les décors d'opéra nécessitent généralement des espaces considérables pour être stockés et, sans avancer l'idée que tous les décors doivent aujourd'hui être numériques, cela permet toutefois de les « ranger » dans un tout petit espace de stockage sur ordinateur. Donc cet aspect concerne tous les pans de la culture, mais aussi la création ; et l'on pourrait multiplier les exemples.

***L'Observatoire – Comment le numérique peut-il favoriser un partage culturel qui complète une relation plus directe aux œuvres, sans se substituer à celle-ci ? Diriez-vous que la création artistique et le spectacle vivant doivent l'imaginer comme un outil qui « augmente » les possibles ou comme une menace sur une relation vivante entre les œuvres et les publics ?***

P. T. – Nous l'avons vu avec cette crise, le numérique permet de faire connaître notre patrimoine bâti, le livre, les concerts, les pièces de théâtre, les opéras, etc., de laisser une porte ouverte sur le spectacle vivant diffusé sous cette forme ou enregistré.

Souvent les « vues » sur le site Internet dépassent très largement les capacités de nos salles traditionnelles. Cependant, ce mode de diffusion ne remplacera jamais le spectacle en salle ou la découverte des œuvres en réel. Le numérique doit, en revanche, inciter les publics à franchir les portes des institutions.

Enfin, comment, à Metz, oublier ce que le numérique apporte non en tant qu'outil de diffusion mais en tant que moyen de création. Il est présent dans le spectacle vivant, mais aussi dans notre festival Constellations. Les projections d'images, les « mappings » sur des bâtiments emblématiques, l'utilisation de la fibre pour la diffusion de la lumière... ouvrent des combinaisons infinies pour la création d'œuvres immatérielles qui rejoignent la fascination que l'on éprouve à regarder les constellations infinies du ciel.

Cette projection vers les étoiles contient une poésie et nous plonge aussi dans les beautés de l'univers, de manière introspective, dans l'insignifiance des choses... Mais n'est-ce pas le défi de tout art... ?

*Entretien avec* **Philippe Jousset**  
*Adjoint à la culture de la Ville de Metz,*  
*conseiller délégué aux établissements culturels de Metz*  
*Métropole*

*Propos recueillis par* **Caroline Héroguez**  
*Rédactrice en chef*  
*et*  
*Delphine Pignatelli  
*Directeur de l'Observatoire des politiques culturelles*  
*jusqu'en avril 2021**

## Une heure au musée : les escape games muséaux

---

formation-exposition-musee.fr/l-art-de-muser/2158-une-heure-au-musee-les-escape-games-museaux

N'avez-vous jamais rêvé de découvrir les musées à la manière du film blockbuster « Une nuit au musée » ? De chercher des indices dans les collections des musées ? Ou encore de résoudre des énigmes pour éviter la destruction du site par un pharaon en colère ? C'est ce qui vous est proposé – l'évasion des collections en moins – dans plusieurs musées européens à travers les escape games au musée. Véritables outils de médiation ou gadgets détournant le public de la découverte des collections, c'est ce que nous allons découvrir ensemble.

### C'est quoi un escape game ?

---

L'escape game est un nouveau concept de jeu qui fleurit partout en France et à l'étranger depuis environ 4 ans. Ces jeux d'évasion, issus des jeux vidéos « escape the room », se jouent en équipes réduites (entre 2 et 6 personnes en moyenne) et se déroulent sur une période d'une heure. Ils sont constitués d'une multitude d'énigmes à résoudre afin que les visiteurs puissent s'échapper de la pièce dans laquelle ils sont enfermés.

### Quel lien entre les escape games et les musées ?

---

Face à l'ennui croissant de certains visiteurs au musée, les médiateurs culturels ont enclenché une ludification de leur programmation culturelle afin d'intéresser de nouveau les jeunes générations aux musées.

### La ludification qu'est-ce que c'est ?

---

La ludification est une manière d'aborder la médiation culturelle en utilisant les éléments caractéristiques qui rendent le jeu attrayant, comme le challenge, la compétition, ou encore le dépassement de niveaux, le tout, dans un contexte autre que celui du jeu, dans la découverte d'un musée par exemple. La ludification permet (entre autres) de rendre le visiteur acteur de sa découverte.

Les médiateurs ne créent pas ces jeux parce qu'ils ont conservé leur âme d'enfant et que cela les amuse mais bien pour motiver les visiteurs et les impliquer. La ludification se distingue du jeu car elle utilise le jeu pour atteindre des objectifs pédagogiques autres que le fait de simplement jouer à un jeu, en théorie. Dans les faits cela est beaucoup plus complexe.

### On s'amuse, mais qu'apprend-t-on vraiment ?

---

De nombreux musées et sites culturels mettent en place des escape games pour répondre à une mode des escape games, sans pour autant poursuivre des objectifs pédagogiques dans le jeu. C'est notamment le cas d'un site minier du sud de la France où l'escape game se déroule dans une galerie de mine. L'ambiance créée par les créateurs de l'escape game s'appuie sur des faits historiques réels de la mine. Mais à aucun moment le visiteur n'est invité à mobiliser des connaissances historiques afin de résoudre les énigmes. Bien sûr, toutes les structures culturelles organisant des escape games ne souhaitent pas en faire une introduction à la découverte de leurs collections. Certaines souhaitent simplement proposer un moment ludique à leurs visiteurs, il ne faut pas oublier ce cas de figure.

En dehors de ces cas particuliers, le souci principal de nombre d'escape games culturels est qu'ils ont tendance à agglomérer des jeux se voulant ludiques, sans véritable apport historique. Cela a pour effet de dissoudre l'ambition pédagogique de ces jeux, les transformant en simples jeux sans intérêt pédagogique particulier.

S'il est « bien » réalisé, alors les collections ou bien des éléments de leur histoire peuvent être directement incorporés à l'escape game. Elles deviennent alors des éléments clés à la résolution des énigmes. L'escape game « De faux airs de faussaire » du musée de Flandres à Cassel en est un bon exemple. Afin de résoudre les énigmes, les joueurs doivent consulter des dossiers d'œuvres du musée. Cette démarche permet de faire découvrir l'histoire du site et de ses collections aux jeunes générations et aide à dépoussiérer le musée qui est parfois vu comme un lieu ennuyeux pour le transformer en un lieu de jeu.

Escape game « De faux airs de faussaire » du Musée de Flandres (Cassel) © Par A. R.-M pour L'indicateur des Flandres

Parfois les escape games sont moins bien réalisés, le jeu accapare alors l'attention du visiteur et détourne son regard des œuvres. C'est le problème de beaucoup d'escape games muséaux où les visiteurs sont focalisés sur les énigmes et leurs réussites et non pas sur la découverte des œuvres. Les médiateurs qui créent des outils de médiation ludique doivent donc équilibrer cette ludification.

## Ces escape games ne vont-ils pas transformer le musée en parc d'attraction ?

---

Plusieurs risques se font jour avec le développement de ces jeux. Le risque principal étant le fait de n'attirer finalement que des visiteurs uniques/des primo-visiteurs. Cela serait contraire au but premier de la création de ces outils, à savoir, élargir la typologie de public se rendant au musée. C'est pour cette raison que les musées ne doivent pas créer des escape games dans le but d'attirer un public pour une seule fois. La création de ce jeu ne doit pas être une fin en soi, mais une manière de véhiculer des informations sur l'histoire, afin d'éveiller un intérêt chez le visiteur. Nous ne sommes pas sûrs que les jeunes qui découvrent le musée pour la première fois à travers ce jeu y reviennent un jour.

Mais après tout, les visiteurs sont-ils obligés d'aller au musée pour apprendre quelque chose ? Ne peuvent-ils pas simplement se rendre au musée pour regarder des œuvres qu'ils trouvent belles sans vouloir nécessairement en apprendre plus ? Il existe beaucoup de raisons plus ou moins avouables de se rendre au musée, s'amuser en est une. Je ne l'évoque que peu, mais évidemment, nous pouvons simplement comprendre que les joueurs qui participent à ces escape games souhaitent juste s'amuser, et au fond, il n'y a aucun mal à cela.

## L'escape game du Sisterna Museo de Fermo, un projet rondement mené

---

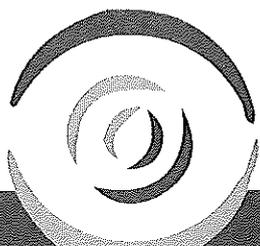
Certains musées en Europe parviennent à mettre au point des escape games qui mobilisent les visiteurs, sans les détourner de la découverte du lieu en question, tel le Sisterna Museo de Fermo en Italie (Musée des Citernes). Il tire profit de l'ambiance authentique dont il dispose déjà pour créer un escape game basé sur l'histoire et la culture. Pour ce faire, les solutions des énigmes mobilisaient des faits historiques ainsi que des légendes romaines, permettant ainsi aux visiteurs d'en apprendre plus sur l'époque romaine. L'objectif était atteint puisqu'il s'agissait du but principal de la création de cet escape game, c'est-à-dire amener les joueurs à mobiliser des connaissances historiques multiples pour résoudre les énigmes.

Les motivations qui ont conduit l'équipe du musée à créer cet escape game sont également bien définies, ce qui a probablement contribué à son succès. Ils souhaitaient accueillir des touristes sur leur site, et développer la fréquentation par un public plus jeune. Comme le dit Eliana Ameli (créatrice de l'escape game), « plus que jamais, les musées sont perçus par les jeunes générations comme étant ennuyeux », à travers cet escape game, l'équipe souhaitait démentir cette perception du musée.

Cet escape game est un modèle pédagogique autant que ludique, car il parvient à allier parfaitement le plaisir du jeu et l'apprentissage. D'autant que la plupart des personnes n'ayant jamais visité les citernes romaines leur ont fait un retour positif sur cet escape game, cette idée a également encouragé de nombreux visiteurs à venir découvrir le site.

Les escape games muséaux peuvent être une manière originale d'engager le public dans la découverte du site et de mettre un terme à une expérience de visite qui consiste à consommer passivement des expositions et des informations. Mais rien n'exclut la possibilité pour les visiteurs de simplement s'amuser en résolvant des énigmes dans un cadre exceptionnel. C'est pourquoi les escape games et « les jeux ne doivent pas être considérés comme des ennemis, mais comme des alliés pour transmettre de la culture ». Et voilà qu'est rafraîchie la façon que nous avons de découvrir les collections des musées, au croisement de l'apprentissage et de l'amusement.

Claire HAMMOUM—FAUCHEUX



## De spectateurs à créateurs : multiplicité des pratiques culturelles et artistiques des jeunes

Non seulement les 18-30 ans multiplient les activités culturelles, bien plus que l'ensemble des Français mais ils les combinent par ailleurs en véritables « omnivores » culturels.

Tout le contraire des préjugés tenaces qui les décrivent comme des consommateurs passifs et solitaires d'offres numériques, peu créatifs et peu curieux, restreignant la palette de leurs pratiques culturelles aux nouvelles technologies, au détriment des activités culturelles traditionnelles. Les 18-30 ans constituent de loin la classe d'âge la plus active et créative, même si d'importantes différences dans les activités culturelles sont observées en fonction des origines sociales. Ces pratiques et activités culturelles constituent l'un des traits saillants de l'édition 2019 du *Baromètre DJEPVA sur la jeunesse*.

Julie Baillet,  
Lucie Brice-Mansencal,  
Sandra Holbïan,  
CRÉDOC

Julie Bene,  
Chantal Dahan,  
Joaquim Timotéo,  
INJEP

Les jeunes sont souvent associés, dans de nombreux imaginaires, à un faible goût pour les pratiques culturelles, ou à une consommation passive et solitaire d'offres numériques : ils se contenteraient ainsi d'activités mobilisant peu d'interactions et de créativité personnelle, le plus souvent seuls depuis chez eux. La consommation immodérée de films ou séries sur les plateformes de vidéo à la demande étant érigée en pratique emblématique de cette classe d'âge. L'édition 2019 du *Baromètre DJEPVA sur la jeunesse*, de la direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative, menée auprès de 4 015 jeunes, réalisée par l'INJEP en collaboration avec le CRÉDOC, dépeint des jeunes qui, en réalité, cumulent des

pratiques culturelles diversifiées et se montrent en moyenne plus dynamiques que leurs aînés dans le champ culturel. Les 18-30 ans sont particulièrement investis dans une diversité d'activités artistiques créatives en amateur (travaux manuels, danse, chant, etc.), étant sur ce point, bien plus dynamiques que les autres classes d'âge. Ils cumulent ces pratiques créatives à la fois avec des activités culturelles numériques et des activités plus traditionnelles (lecture, cinéma, bibliothèque, musées, concerts) qui nécessitent souvent de sortir de chez soi et d'interagir avec d'autres lieux et personnes.

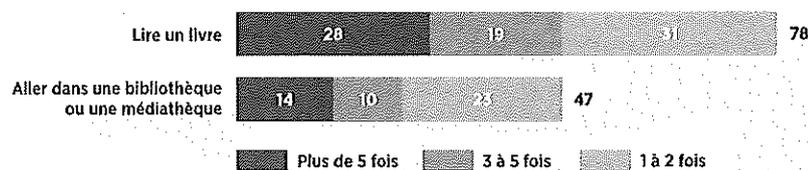
Au total en 2019, plus de huit jeunes sur dix ont cumulé au cours de l'année à la fois une activité culturelle numérique, une activité artistique créative amateur et une activité ou sortie culturelle plus traditionnelle. La fréquence des pratiques culturelles est toutefois moins importante chez les jeunes peu diplômés, au chômage, ou habitant des petites agglomérations. Pour une majorité d'entre eux, le coût reste le principal frein limitant l'accès à la culture.

### Des pratiques culturelles diversifiées et créatives

Le *Baromètre DJEPVA sur la jeunesse*, 2019 éclaire une grande diversité de pratiques culturelles en distinguant plusieurs familles : « traditionnelles », « artistiques créatives » et « numériques » [tableau, p. 2] et montre

## graphique 1

### Lire un livre et aller dans une bibliothèque publique au cours des douze derniers mois (en %)



Champ : Ensemble des jeunes âgés de 18 à 30 ans résidant en France métropolitaine.  
Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, 2019.

un dynamisme et une diversité d'activités culturelles chez les jeunes.

91 % des jeunes ont ainsi des activités créatrices amateurs impliquant donc une posture active et souvent des interactions sociales. La réalisation de travaux manuels ou de décoration (65 % des jeunes) et la réalisation de photo et de vidéo (60 %) passionnent. La danse (48 %) et le chant (48 %) concernent

un jeune sur deux. 18 % des jeunes cumulent même au moins sept pratiques amateurs artistiques différentes. La quasi-totalité (95 %) des jeunes ont réalisé des activités et sorties culturelles traditionnelles au cours des douze derniers mois, avec un goût certain pour le cinéma (83 %) et la lecture (78 %). Viennent ensuite les activités culturelles numériques (86 % des jeunes), où

## tableau

### Proportion de jeunes ayant pratiqué au moins une fois au cours des douze derniers mois, les activités suivantes

Activités et sorties culturelles traditionnelles	%
Aller au cinéma	83
Lire un livre	78
Aller à un événement sportif	53
Fréquenter une bibliothèque publique ou une médiathèque	47
Visiter un musée	46
Aller à un concert	43
Aller au théâtre	23
Participer à une activité ponctuelle artistique (mois de l'écriture, mois du dessin, concours...)	18
Assister à un ballet, un spectacle de danse ou un opéra	16
Activités artistiques créatives	%
Faire des travaux manuels, de la décoration ou du jardinage	65
Faire de la photo, de la vidéo	60
Danser	48
Chanter	48
Faire de la peinture, du dessin, de la sculpture	37
Écrire (un texte, un poème, des paroles de chanson, etc.)	31
Créer de manière numérique de la musique, une vidéo, un dessin, etc.	30
Jouer d'un instrument de musique	26
Créer un site web, animer une chaîne sur Youtube, un blog, etc.	24
Jouer dans une pièce de théâtre	11
Pratiquer une autre activité artistique	23
Activités culturelles numériques	%
Regarder des films en streaming	81
Écouter de la musique en streaming	76
Rechercher, télécharger des photographies, des images	60
Jouer à des jeux-vidéos en ligne	56
Télécharger de la musique sur internet	56
Lire des livres, des fanfictions, des articles de presse	54
Télécharger des jeux-vidéos	43
Télécharger des films sur internet	43

Champ : Ensemble des jeunes de 18 à 30 ans résidant en France métropolitaine.  
Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, 2019.

la pratique du *streaming* (qu'il s'agisse d'offres légales ou illégales) s'impose comme la pratique dominante : 81 % déclarent regarder des films ou des séries en *streaming* et 76 % écouter de la musique en *streaming*.

Toutes activités confondues, chaque jeune totalise en moyenne plus de 13 pratiques réalisées au cours des douze derniers mois ; un résultat qui s'élève à 17 pratiques pour le quart des jeunes ayant réalisé le plus d'activités au cours de l'année. Combiner les types de pratiques culturelles est une réalité pour la très grande majorité des jeunes. 86 % des jeunes métropolitains ont pratiqué à la fois au moins une activité créative artistique, une activité culturelle numérique et une sortie culturelle au cours de l'année. La part de ceux qui se consacrent exclusivement à un ou deux types d'activités est très faible.

Ainsi, comme le signalait déjà Olivier Donnat et Florence Lévy [1], le temps consacré au numérique n'entame pas nécessairement le temps consacré à d'autres activités culturelles ou artistiques. Au contraire, les ordinateurs, tablettes et smartphones rendent possible la transition rapide entre différentes activités (photographie, films, sociabilité, lecture, écriture, écoute de musique, visionnage de films, séries ou vidéos...), voire, la multi-activité. Le numérique paraît nourrir plus que concurrencer les pratiques non numériques. Il est devenu un mode de découvertes des nouveaux biens culturels [2] (50 % des jeunes via les réseaux sociaux, 43 % via les sites, blogs et chats sur internet).

### Lire des livres, aller à la bibliothèque : des pratiques répandues chez les jeunes

La lecture suscite un grand intérêt de la part des jeunes. En 2019, près de huit jeunes sur dix (78 %) ont lu un livre au moins une fois dans l'année. Bien que la pratique de la lecture ait diminué entre 1973 et 2008, passant de 88 % à 78 % de jeunes lecteurs de 15 à 24 ans ayant lu au moins un livre au cours des douze derniers mois (enquête *Pratiques culturelles des Français*) [3], nos données montrent qu'elle semble s'être stabilisée au cours de la dernière décennie. En outre, les jeunes sont de plus gros lecteurs que l'ensemble de la population (8 points d'écart en 2008). Cette

pratique de la lecture ne se limite pas, comme on pourrait le supposer, à la lecture scolaire imposée. D'après une enquête de 2018 du Centre national du livre (CNL) [4], 54 % des jeunes de 15 à 25 ans lisent des livres pour les études ou le travail, mais 81 % d'entre eux en lisent dans le cadre de leurs loisirs, pour leur goût personnel, avec une moyenne de 9,3 livres pour le plaisir dans l'année. En parallèle, même si nous ignorons si cela intervient dans un cadre scolaire ou en temps libre, le fait est que près d'un jeune sur deux est allé au cours de l'année dans une bibliothèque ou médiathèque publique, dont 14 % s'y sont rendus plus de cinq fois au cours de l'année. La fréquentation des médiathèques et bibliothèques est également caractéristique de la jeunesse. En 2019, 51 % des jeunes de 18 à 30 ans interrogés dans le cadre de l'enquête *Condition de vie et aspirations des Français* déclaraient s'y rendre ne serait-ce qu'exceptionnellement, contre 44 % des 31-50 ans ; 35 % des 51-70 ans et 41 % des 71 ans et plus, et 42 % de l'ensemble de la population.

### Des jeunes plus investis dans les pratiques créatives artistiques que l'ensemble des Français

Les 18-30 ans affectionnent aussi les pratiques artistiques créatives, en dehors des temps d'étude, davantage que l'ensemble de la population [Graphique 2, p. 3]. Les écarts les plus forts par rapport à l'ensemble de la population ne portent pas sur la création numérique (17 points d'écart) ou l'animation sur internet (14 points d'écart), mais sur des activités artistiques comme le chant (22 points d'écart), la danse (20 points d'écart) ou encore la peinture, le dessin, la sculpture (20 points d'écart). Une appétence qui ne s'est donc pas démentie avec les générations et la numérisation de la société, puisqu'elle reste conforme à celle observée il y a dix ans, dans la dernière enquête *Pratiques culturelles des Français*. À titre d'exemple, en 2008, 32 % des 15-19 ans, 24 % des 20 à 24 ans ou encore 16 % des 25-34 ans avaient joué d'un instrument de musique en amateur dans le cadre d'un groupe ou d'une organisation au cours des douze derniers mois contre 12 % des Français.

### méthode

Fruit d'une collaboration entre l'INJEP et le CRÉDOC, à la demande de la direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA), le *Baromètre DJEPVA sur la jeunesse* est produit chaque année depuis 2016. Il s'inscrit dans la volonté de proposer aux acteurs publics et à l'ensemble des professionnels mobilisés pour la jeunesse des indicateurs récurrents sur les conditions de vie, les modes de vie, aspirations et attentes des jeunes. L'enquête 2019 a été réalisée en ligne entre février et mars, auprès d'un échantillon représentatif de 4 516\* jeunes résidant en France (métropole et outremer hors Mayotte) âgés de 18 ans à 30 ans, sélectionnés selon la méthode des quotas. Les quotas nationaux et régionaux ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population (INSEE, *Recensement de la population*, 2013). Un redressement régional puis national a été effectué pour assurer la représentativité de l'échantillon par rapport à la population nationale des jeunes âgés de 18 ans à 30 ans.

\* L'échantillon utilisé pour cette étude correspond uniquement aux jeunes métropolitains, soit 4 015 jeunes.

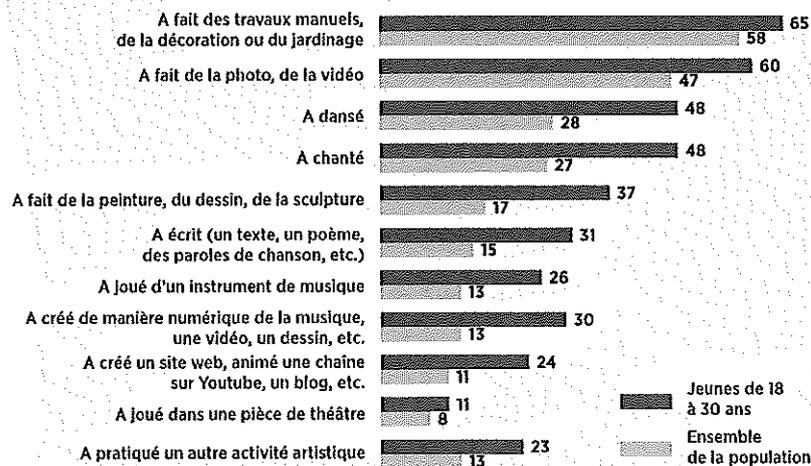
### Des sorties culturelles plus accessibles pour les mieux dotés socioéconomiquement

Comme l'a abondamment démontré la littérature depuis plusieurs décennies [5], un niveau de diplôme élevé ou une situation professionnelle stable, ainsi que la vie en zone urbaine favorisent les sorties culturelles. Le *Baromètre DJEPVA sur la jeunesse*, 2019 confirme ces disparités. La diversité des sorties culturelles est plus forte auprès des jeunes les mieux installés socioéconomiquement. Les jeunes les plus diplômés ont réalisé un plus grand nombre de sorties différentes : 31 % ont

effectué quatre à cinq types de sorties culturelles contre 21 % des moins diplômés. En miroir, 15 % des peu diplômés n'ont investi aucun type de sortie culturelle (contre seulement 4 % des diplômés du bac ou plus). Cet écart s'observe aussi suivant le niveau d'activité : 14 % des jeunes au chômage n'ont réalisé aucune sortie, contre 6 % des jeunes en emploi. Le lieu de résidence a également un impact : la vie dans une grande ville encourage à profiter de sorties plus diversifiées en raison du plus grand nombre d'équipements disponibles [6]. 15 % des habitants d'une unité urbaine de 200 000 habitants ont réalisé entre six et sept types de sorties culturelles

### graphique 2

## Comparaison entre le niveau de pratiques artistiques des jeunes et celui de l'ensemble de la population (en %)

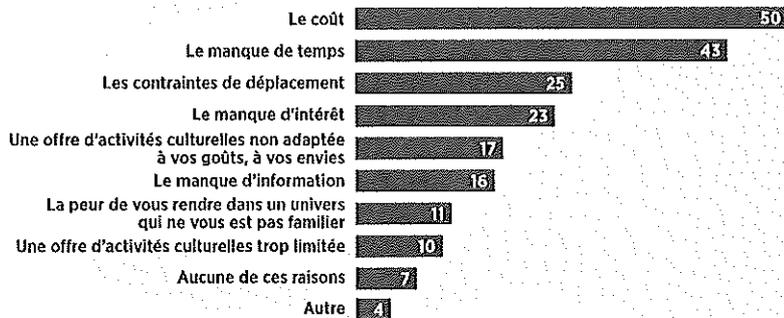


Champ : Ensemble des jeunes âgés de 18 à 30 ans résidant en France métropolitaine / Ensemble des Français de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, 2019 (jeunes de 18 à 30 ans) / CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations des Français, 2019 (ensemble des Français).

## graphique 3

### Raisons qui empêchent les jeunes d'accéder à la culture ou de participer à des activités culturelles à l'extérieur de chez eux (en %)



Champ : ensemble des jeunes âgés de 18 à 30 ans résidant en France métropolitaine.  
Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, 2019.

différentes au cours des douze derniers mois contre 9 % des jeunes vivant dans une commune rurale et 9 % habitant une ville de 2000 à 200 000 habitants.

#### Le coût : principal obstacle aux sorties culturelles

Le coût est la première barrière à l'accès des jeunes à la culture [graphique 3, p. 4], cité par un jeune sur deux (50 %). L'aspect financier est encore davantage évoqué par les jeunes ayant une situation d'activité ou familiale précaire : 59 % des jeunes au chômage (+9 points), 57 % de jeunes « autres inactifs » (+7 points) et 58 % des jeunes célibataires avec des

enfants (+8 points) le mentionnent. Le deuxième frein évoqué est le manque de temps (43 %). Une frustration plus particulièrement mise en avant par des jeunes avec des situations sociales confortables : 48 % des jeunes ayant un niveau de diplôme équivalent ou supérieur au baccalauréat (+5 points) la mettent en avant, tout comme 47 % des jeunes en emploi (+4 points) et surtout 50 % des jeunes étudiants sans activité professionnelle en parallèle (+7 points).

Un quart des jeunes évoque ensuite les contraintes de déplacement (25 %), qui constituent donc le troisième écueil à lever pour faciliter l'accès des jeunes aux pratiques culturelles. Rappelons que les difficultés de transport constituent plus

généralement un obstacle à l'emploi et aux loisirs pour de nombreux jeunes [7]. Les contraintes de déplacement sont plus fortes chez les profils plus en difficulté (+6 points chez les jeunes s'identifiant à la catégorie des « défavorisés »), et dans certains territoires (+5 points chez les jeunes des communes rurales).

Au-delà des dimensions financières, de temps et de transport, certains jeunes peuvent avoir des comportements d'auto-censure face à certaines pratiques culturelles. Les modes de transmission de la cellule familiale jouent un rôle prépondérant dans l'accès à la culture et peuvent orienter leurs choix [8].

## comprendre

### L'omnivorisisme culturel

En sociologie, le terme « omnivorisme » renvoie spécifiquement à un processus historique de diversification des répertoires culturels, observé chez les populations appartenant aux classes socio-économiques favorisées. Cette thèse, mise en avant dès les années 1980 par Di Maggio [9] puis consolidée dans les années 1990 par les travaux de Peterson [10], montre le passage, chez les classes privilégiées, d'un goût culturel centré exclusivement sur la « culture savante » à celui d'une large palette de pratiques culturelles. Dans ce document, « l'omnivorisisme » désigne avant tout la diversité des goûts et des pratiques culturelles d'une population ou d'un groupe spécifique, s'écartant ainsi du sens porté par le processus historique décrit ci-dessus.

## sources bibliographiques

- [1] [2] Donnat O., Lévy F., « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », *Culture prospective*, n° 3, 2007.
- [3] DEPS - ministère de la Culture et de la Communication, enquête *Pratiques culturelles des Français*, 2008.
- [4] Vincent Gerard A., Vayettes B., *Les jeunes adultes et la lecture*, IPSOS pour le CNL, 2018.
- [5] Donnat O., *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, La Découverte, ministère de la Culture et de la Communication, 2009.
- [6] Bisault L., Picard T., « La culture : une activité capitale », *INSEE Première*, n° 1644, 2017.
- [7] Guisse N., Hoibian S., Lautie S., Labadie F., Timoteo J., de Saint Pol T., « Les difficultés de transport : un frein à l'emploi pour un quart des jeunes », *INJEP analyses & synthèses*, octobre 2017.
- [8] Detrez C., « Les loisirs à l'adolescence : une affaire sérieuse », *Informations sociales*, vol. 181, n° 1, pp. 8-18, 2014.
- [9] Di Maggio P., « Classification in Art », *American Sociological Review*, 52, pp. 440-455, 1987.
- [10] Peterson R., Kern R., « Changing Highbrow Taste : From Snob to Omnivore », *American Sociological Review*, n° 61, 55, p. 900-907, 1996.

# Visiter à distance : quelle expérience du musée dans le monde d'après ?

○ [theconversation.com/](https://theconversation.com/) 7 juin 2020

## Visites à distance mais bien réelles

En fait, ces deux adjectifs, « réel » et « virtuel », sont utilisés par facilité de langage. L'activité qui consiste à naviguer sur les contenus multimédias d'un site Internet ou d'une application mobile ne sont en rien, du point de vue de l'expérience vécue, une activité moins réelle que celle qu'aurait la même personne si elle se rendait dans un musée pour en visiter les salles. Elles seront d'ailleurs tout également réelles parce qu'elles auront été réalisées, tandis que le qualificatif « virtuel » renvoie à l'idée d'une potentialité, non encore développée. Quant à la visite dite « virtuelle », elle désigne un mode d'expérience où c'est par l'intermédiaire de technologies médiatiques (films, reconstitutions 3D interactives, etc.), que nous explorons des espaces virtuellement recréés. Comme pour le cas de l'enseignement, il s'agit plutôt d'articuler deux modalités de l'expérience, qui diffèrent sur le plan du maintien d'une présence physique dans l'espace et de l'usage de dispositifs de télécommunication : la visite « en présence » et « à distance ».

Pour les musées, dont la justification sociale se fonde sur la promesse d'une rencontre, d'une mise en présence avec des objets authentiques du patrimoine, la fermeture des galeries muséales représente un défi sérieux. La crise du Covid prive les publics d'un accès physique aux objets de son patrimoine, et menace en conséquence la légitimité de l'institution. Les offres de visite « à distance » apparaissent alors comme des moyens alternatifs d'accès pour les publics, indispensables pour préserver la légitimité sociale des musées.

Dans la mesure où la perspective d'un retour à la « normale » n'est pas garant, il devient intéressant de se pencher sur l'expérience que constitue la visite à distance : en quoi transforme-t-elle l'expérience du musée ? Par rapport à la visite « en présence », quelles sont les dimensions de la « visite » qui sont affectées ?

## Les musées face aux défis de la visite à distance

Notons tout d'abord que le phénomène n'est pas si nouveau. Les musées ont commencé à exploiter depuis quelques années déjà les technologies de communication pour accroître leur portée en proposant des modes variés de visite « à distance ». Les diverses tentatives ont en commun de chercher à retrouver par les dispositifs techniques les qualités de la visite « en présence ». Le British Museum réalise en 2015 une visite en direct de l'exposition « Defining Beauty. The Body in Ancient Greek Art » sur PÉRISCOPE. Tandis qu'un journaliste guide la visite, un médiateur se charge de collecter et transmettre les questions des internautes, qui sont relayées en temps réel au commissaire. Selon le British Museum, l'immédiateté et l'intimité du média sont propices à procurer le sentiment de visiter « ensemble » l'exposition et d'approcher les chefs-d'œuvre « comme si on y était ».

Depuis 2007, les visites virtuelles immersives rendues possibles par Google dans le Google Art Project (devenu depuis Google Art et Culture)(<https://artsandculture.google.com/partner?hl=fr>) donnent aux internautes l'impression de parcourir à leur guise les espaces d'exposition, de se déplacer dans un parcours, et de choisir les œuvres qu'ils veulent approcher. Des zooms et des informations permettent, selon les besoins, d'accéder alors à des interprétations fournies.

Dès 2012, à l'occasion de l'exposition « Bohèmes » au Grand Palais, la Réunion des Musées Nationaux propose une visite guidée virtuelle dans un environnement immersif interactif, animé de la présence d'un guide. Le ou la guide apparaît à certains points en 3D dans l'espace virtuel interactif que parcourt l'internaute ; cette insertion insufflée de l'interactivité et redonne à la médiation une dimension humaine.

Quant au Musée du Prado, s'il a mis en avant pendant le confinement les séquences d'interprétation des salles par les conservateurs, filmées in situ (mais essentiellement en espagnol), il ne fait que prolonger des initiatives mises en place depuis 2009.

## **Immersif, numérique et inclusif, découvrez le « Fabuleux Musée » de Marseille**

Par Narjasse Kerboua 12 novembre 2020

<https://madeinmarseille.net>

[...] Escape game, théâtre immersif, musée numérique... Il n'est pas aisé de désigner l'ovni culturel qui vient de naître dans la cité phocéenne, mais une chose est sûre, le « *Fabuleux Musée* » est le résultat d'une aventure collective et constitue une porte ouverte et ludique sur la richesse du patrimoine culturel de Marseille et sa région, parfois méconnue.

[...]

### **Il était une fois La Fabulerie**

Depuis maintenant dix ans, dans cet espace se conjuguent différentes activités. Tous les jours de la semaine, le public peut y prendre un café ; déjeuner à la cantine végétale et locale, pilotée par un duo de chefs passionnés ; se former au numérique, découvrir la scène culturelle locale qui y a installé le foyer de ses festivals (FID, Avec le temps...). « *Quand on passe la porte de La Fabulerie, on sait d'avance que l'expérience sera au rendez-vous* », confie avec enthousiasme, la directrice des lieux, Axelle Benaich.

Développeurs, designers, artistes, start-up, structures socio-éducatives... Aujourd'hui, le tiers-lieu rassemble plus de 500 fabuleuses et fabuleux.

### **Lorsque les jeunes de quartiers populaires (dé)jouent l'Histoire I**

Après avoir mis en œuvre, au sein d'une dizaine de musées de la région, des expositions numériques, immersives et interactives, La Fabulerie a décidé d'aller encore plus loin, en installant dans ce tiers-lieu, un musée pas comme les autres.

Ce projet a été imaginé avec la complicité de jeunes issus des quartiers prioritaires de Marseille, via l'initiative « *Dé(Jouons) l'Histoire I* », et grâce à la dynamique des cités éducatives de la ville.

[...]

Destiné aux moins de 25 ans, le « *Fabuleux Musée* » propose aux jeunes générations une expérience interactive unique. Sa vocation première est de leur permettre d'explorer des fonds culturels et scientifiques, parfois peu accessibles, à leur âge, « *développer leur curiosité et leur esprit de coopération* », en privilégiant l'immersion et le jeu.

Ainsi, le long du parcours, les enfants et adolescents (de la grande section de maternelle à la 3<sup>ème</sup>) pourront découvrir des œuvres de différentes époques et par la même occasion de la création artistique, le tout à travers l'univers numérique, « *au cœur de l'expérience* ».

Et pour capter leur attention, rien de tel qu'une histoire animée par de véritables personnages, et rythmée par des énigmes. Une sorte d'échappatoire culturelle, sociale et environnementale, puisque cette année la thématique retenue est liée aux changements climatiques.

### **Edith, l'exploratrice et sa quête de l'amulette du climat**

Une fois sur place, les enfants sont accueillis par Louis, le concierge de l'hôtel, pour partir à la recherche d'Édith Labruyère, un personnage fictif, disparu lors d'un déluge. L'exploratrice du monde et des forêts a passé toute sa vie à chercher une mystérieuse amulette qui permet de rétablir l'équilibre environnemental. S'ouvre ainsi l'aventure de « *l'Amulette du Climat* ».

[...] Ainsi, ils plongent dans le Marseille de 1900, qu'ils voient s'animer à travers une fenêtre, découvrent des édifices disparus prendre forme sur les murs, à l'instar du pont transbordeur, ou encore des dirigeables. Tout le décor est lui aussi interactif.

Les projections murales sont accompagnées de sons d'époque ou d'ambiance émanant de chaque coin de la salle pour plus de réalisme. « *Par un simple geste des enfants, les projecteurs illuminent la pièce et déclenchent toute la scène immersive. Le but est de leur donner le pouvoir* », explique Théo Radokovitch, référent technique et numérique. [...]

### **Une passerelle vers les autres musées de la ville**

Ce musée nouvelle génération constitue une passerelle vers d'autres musées de la Ville. Car cette initiative, qui répond également à une demande de la Ville de Marseille, permet de valoriser les fonds des institutions culturelles marseillaises comme ceux des Archives municipales, du Musée d'Histoire, du Muséum d'Histoire naturelle et du Conservatoire. [...]

La cible reste clairement la jeunesse, dont l'image d'un musée traditionnel est souvent péjorative. « *Tous les professeurs rencontrent le même problème. Ils ont beaucoup de mal à mobiliser les enfants et surtout les ados pour aller à la bibliothèque ou au musée* », reprend Roseline Faliph. *À partir du moment où ils n'y vont plus dans le cadre scolaire, ils n'y vont plus du tout* », ajoute-t-elle.

### **De la posture réceptive à celle de créateur**

La Fabulerie, qui a créé l'un des tous premiers fablabs de la région, a choisi d'orienter son espace de fabrication numérique (équipé de découpe laser, thermoformeuse, casque de réalité virtuelle, électronique simplifiée, scanner et projecteur mapping) autour de la créativité numérique des enfants et des adolescents.

L'occasion pour les jeunes générations de passer de la posture souvent réceptive à une posture de créateur. « *Les appareils mobiles à la portée de tous ont apporté du contenu à chaque instant de notre vie et les médias sociaux ont brisé la vieille distinction entre le public et le créateur. bercés par ces outils informatiques dès l'enfance, les digital natives savent se servir d'Internet, des smartphones et des ordinateurs dès le plus jeune âge. Pour les 13-25 ans d'aujourd'hui, cela s'accélère ! 83 sms/jour, en moyenne, 5h30 sur les médias interactifs*, analyse Axelle. [...]

## Musée et numérique. Quelles visions du participatif ?

Florence Andreacola, Marie-Sylvie Poli, Eric Sanjuan

(...)

### 2.2. La muséologie participative et les nouvelles technologies

Dans cette partie nous allons tenter de relever et d'analyser les offres muséales qui se réclament d'une dimension participative pour un ou la totalité de ses aspects et qui relèvent des technologies numériques et du web. Elles peuvent être facteurs des échanges qui nourrissent la participation selon deux axes principaux qui peuvent s'associer : participer par (les technologies numériques et le web) ou participer pour (les technologies numériques et le web).

Concrètement, ces offres muséales peuvent se matérialiser par l'intermédiaire d'une page ou d'un site web, par une application pour ordinateur, tablette, smartphone ou console.

#### Exposition

La participation aux expositions *via* les technologies numériques et le web peut se déployer à deux moments : lors des étapes de conception de l'exposition et pendant la visite de l'exposition.

#### - Prendre part à sa conception :

Les pratiques dites participatives qui s'articulent autour des technologies numérique et du web, et qui permettent de participer à la conception d'une exposition sont souvent segmentées : il s'agit de donner la possibilité de réaliser soit une action à la fois, soit de ne donner qu'un espace circonscrit à un type d'action possible.

Par exemple, on pourra participer à la création d'un dispositif de médiation avec des outils technologiques comme lorsqu'un professionnel de musée, de la culture ou de l'informatique (au sens large) participe à l'événement *Museumix*<sup>9</sup>. En guise d'illustration, pendant et dans le cadre de cet événement, un groupe de personnes va décider de concevoir, par exemple, le prototype d'une application sur tablette tactile destinée à favoriser l'interprétation d'un objet du musée. Une autre forme d'action est par exemple celle qui consiste à participer à l'enrichissement des artefacts présents dans une exposition. Par exemple, un photographe envoie ses photos selon quatre thèmes choisis par Les chercheurs du Midi<sup>10</sup>, images qui seront ensuite exposées au J1 de Marseille-Provence 2013<sup>11</sup>. Un visiteur potentiel peut aussi, dans la même logique, «coller à l'œuvre d'art» en participant au projet *OhSnap* du Carnegie Museum of Art de Pittsburgh. Les participants soumettent *via* le site web du musée leurs propres photographies inspirées de treize œuvres présentées par le musée. Lors de l'exposition des treize œuvres, les photos des participants sont apposées autour de celle qui l'a inspirée. Avec cet exemple, on s'aperçoit que le web permet de participer à la conception d'une exposition de manière plus globale comme au Tech Museum of Innovation de San José. À partir d'une expérience de partage de connaissances sur le jeu vidéo *Second Life*, et avec le recours à la participation active des internautes, une exposition réelle est créée et fondée sur les manipulations inventées par des « avatars » (Mairesse, 2011 : 521). Ces pratiques variées, en pleine expansion créative et technologique, offrent au public la possibilité de créer de A à Z un dispositif de médiation, d'enrichir de leurs objets (souvent des photos) une exposition et enfin de participer effectivement au projet scientifique et scénographique d'une exposition à partir de rencontres ou d'échanges virtuels(les). Ce dernier cas reste exceptionnel.

Un photographe, internaute, visiteur potentiel, visiteur, avatar, des professionnels vont contribuer à enrichir une exposition *via* la réalisation et le don d'artefacts ou de dispositifs de médiation. Le temps, les compétences et les savoirs des participants sont alors sollicités.

- *Participer grâce sa visite :*

De nombreux musées proposent aujourd'hui des applications pour téléphones mobiles ou tablettes numériques proposant des contenus riches d'images, de textes, de sons, de contenus plus ou moins savants, voire de jeux à utiliser pendant la visite d'une exposition, d'un musée, d'un site patrimonial. Ce qui nous intéresse dans ces offres, ce sont celles qui sont explicitement désignées comme participatives. Cette dimension peut se déployer comme suit : commenter sur une plateforme commune aux internautes ou aux visiteurs les objets présents dans l'exposition (application *Kunstfunck*<sup>12</sup> du Ludwig Museum de Cologne, Twitter, Facebook...), enrichir de ses photos personnelles une plateforme commune aux internautes ou aux visiteurs les objets et situations de l'exposition (application *Dynamo* du Grand Palais, Twitter, Facebook...), utiliser les QR code ou lecteur de puce RFID pour accéder à des contenus supplémentaires grâce à un ensemble d'actions faites par le visiteur à partir de son appareil mobile (relié au web).

Les actions que peuvent réaliser les visiteurs-internautes sont matérialisées par des données numériques (photos, textes, vidéos, etc.). Ces éléments participent à la construction de contenus relatifs à une exposition. Au delà de données fournies délibérément au musée ou à la plateforme numérique pourvoyeuse du service, un journal des logs se constitue en parallèle et témoigne d'une certaine activité des visiteurs-internautes.

(...)

### **Conservation**

Dans le cadre de cette fonction, les actions dites participatives et menées en faveur de la conservation des collections se concentrent autour du concept de mécénat. Le mécénat culturel préexiste à l'usage du web et des technologies numériques mais il se mue en mécénat participatif à son contact. Le terme mécénat participatif, expression qui pullule sur le web, désigne ici le fait de soutenir financièrement un musée dans le cadre d'une opération spécifique (achat ou restauration d'une œuvre) par le biais d'une plateforme de don en ligne. Cette plateforme existe hors de la sphère muséale et l'englobe, comme My Major Company par exemple. Mais elle peut aussi être créée par l'institution. Ces plateformes ont la particularité de montrer l'avancement des dons : combien il reste à donner pour parvenir à l'objectif dans le délai fixé. L'action de participation est donc, *via* ces plateformes, capitalisées médiatiquement et de façon simultanée à l'action du don. Il s'agit principalement d'invitations lancées par le musée dans le but d'obtenir des participations financières. Elles permettent de soutenir des opérations de restauration ou d'acquisition.

Les participants-donateurs soit ici nommés les mécènes peuvent se voir récompensés de contre parties : un avantage fiscal, une invitation à un événement, une visite guidée, une visite privée, son nom écrit dans l'institution.

- *Participer à la restauration d'un objet :*

Dans le sillage de la démarche précédente, on remarquera l'exemple du musée Guimet qui a lancé une opération devant permettre de récolter des fonds pour la restauration de moulages du temple cambodgien d'Angkor Vat en vue de les dévoiler lors de l'exposition *Angkor - Naissance d'un mythe* qui ouvrit ses portes en octobre 2013.

---

<sup>9</sup> Muséomix est un événement qui se déroule pendant quelques jours (de 3 à 5) dans un ou plusieurs musées en même temps. Il rassemble des participants amateurs des nouvelles technologies et de la médiation culturelle en vue de les faire créer des prototypes de dispositifs de médiation.

<sup>10</sup> Les chercheurs du Midi est un projet de collecte photographique initié à l'occasion de Marseille-Provence 2013, capitale européenne de la culture.

<sup>11</sup> Les chercheurs du Midi invitent des participants à prendre des photos du territoire selon trois thématiques (paysages, usages, personnages). Ces photos sont versées sur un site web pour faire partie d'un fonds. Certaines photographies sont sélectionnées pour être imprimées et accrochées lors d'expositions temporaires dans l'espace J1 à Marseille.

<sup>12</sup> Application lancée pour l'exposition «Vor dem Gesetz. Skulpturen des Nachkriegszeit und Räume des Gegenwartskunst» de décembre 2011 à avril 2012.

- *Participer aux nouvelles acquisitions* :

L'opération *Tous mécènes* du Louvre, qui utilise sa propre plateforme, fonctionne sur ces mêmes principes en vue de l'acquisition d'un trésor national.

Réaliser une acquisition, ou concourir à la restauration d'un artefact sont deux missions auxquelles ce nouveau genre de mécène peut avoir accès *via* des dons d'argent.

### **Recherche scientifique**

Alors qu'en ce qui concerne cette fonction, les outils numériques sont fortement utiles aux chercheurs, aux conservateurs pour mieux connaître la collection, la documenter et la gérer, les actions dites participatives dans ce domaine sont relativement rares et ne concernent que des tâches de correction ou d'indexation. Par exemple, le Brooklyn Museum de New York offre aux internautes la possibilité d'indexer librement (tous les mots sont acceptés) la collection par le biais d'un jeu intitulé *Tag You're It!*

Un autre exemple émane de la Bibliothèque nationale de France à Paris et pourra peut-être se voir appliqué, un jour, dans un musée : il s'agit de mettre en place une interface permettant de faire corriger des textes numérisés, de reconstruire la mise en forme du document et de reconstituer un ordre logique de lecture ; et enfin de mettre en place des fonctionnalités permettant un enrichissement éditorial des textes (indexation, vocalisation, annotation, etc.) par les internautes<sup>13</sup>. On peut noter les initiatives en lien avec Wikipédia comme celles menées à Versailles ou plus récemment au Centre Pompidou à Paris. Les contributeurs construisent collectivement la documentation relative au site, dans le premier cas, et aux œuvres dans le second.

Les participants sont ici des internautes ou des contributeurs qui offrent leur temps et leurs compétences dans le but de contribuer à l'amélioration des données ou à l'accès aux données enregistrées dans l'inventaire numérique de l'institution.

### **Animation**

Outre toutes les incitations et les injonctions, implicites et explicites, qui sont faites aux publics potentiels des musées pour s'exprimer sur les réseaux sociaux à propos de leurs attentes, de leurs expériences de visites et pour donner leur avis sur ce qu'ils ont visité, on remarque que depuis plusieurs années déjà les musées articulent leurs propositions de participation dans le champ de l'animation autour du concept de jeu interactif, depuis le jeu concours en ligne, ou les jeux technologiques dans les espaces du musée. Parmi des centaines d'exemples, citons le Musée Gadagne de Lyon qui a développé un jeu *Mystère des collections*. L'internaute a pour mission d'identifier avec précision un objet du musée dont on ne voit qu'un fragment. Ces dispositifs souvent savants mais ludiques deviennent, en quelque sorte, les intermédiaires permettant d'explorer la collection et les expositions sous l'angle de la participation.

(...)