

L'action culturelle en bibliothèques – intervention du 16 février 2016 – Mediadoc

Déroulé du cours

Tour de table : Prénom, Nom, en activité en bibliothèque ou non, taille de la bibliothèque, projets spécifiques dans le secteur de l'action culturelle ?

Rapide présentation de mon parcours + présentation rapide du service action culturelle de la Bibliothèque de Toulouse (l'équipe, les modalités de mise en place des projets avec l'appel à projet annuel, les rdv avec les porteurs de projet, les rdv avec les partenaires réguliers ou nouveaux, les déplacements réguliers dans les autres lieux culturels, la thématique annuelle

Je n'aborderai pas les questions de communication car elles sont abordées par ailleurs dans la formation d'auxiliaire de bibliothèque.

I - Définition de l'action culturelle

Avant-propos, Michel Melot, extrait de Huchet, Bernard, et Payen, Emmanuèle (sous la dir. de), L'action culturelle en bibliothèque, ed. Du Cercle de la Librairie, 2008

« Les bibliothèques ne sont pas des objets solitaires. Les collections qui les constituent et dont elles ont la charge n'ont de valeur que rayonnante. L'action culturelle n'est pas, pour la bibliothèque, une fonction subsidiaire ou facultative, un supplément d'âme. C'est tout simplement la bibliothèque en action. La fonction d'animation n'y est pas occasionnelle mais structurelle. (...) La « médiathèque » n'est pas seulement une bibliothèque multimédia : c'est une bibliothèque pluriactive. »

Réfléchir aux missions de la bibliothèque, aux objectifs
complexité de l'entité bibliothèque au croisement de plusieurs fonctions
sociale
culturelle
intellectuelle
éducative

A quoi peut bien servir l'action culturelle en bibliothèques

Conquérir de nouveaux publics

inventer de nouvelles formes d'accès au savoir, à la culture

multiplier les passages entre culture savante et culture pour tous

dimension critique de l'action culturelle, questionnement des savoirs, mise en perspective, distanciation

animer un lieu, le faire vivre, se renouveler en permanence

Objectifs =

fonction culturelle = faire découvrir des auteurs, des artistes, des œuvres, mettre les collections en valeur

fonction sociale = lieu de rencontre, de débat, d'échange, multiculturel et pour toutes les couches sociales

fonction de loisirs

ou encore objectifs généraux : développer la lecture, soutenir la création contemporaine, animer le territoire

objectifs artistiques : entendre les poètes d'aujourd'hui, découvrir l'édition indépendante, permettre à des intellectuels de confronter leurs points de vue, favoriser les rencontres interdisciplinaires, favoriser l'échange

objectifs opérationnels : créer ou renforcer la dynamique locale de partenariat, toucher les publics les plus éloignés, ...

Les qualités ou compétences du porteur de projet :
connaître l'environnement culturel local, régional, national, situer son projet dans ce contexte
mettre en place une stratégie, une méthodologie
définir les moyens à mettre en œuvre
obtenir l'accord et le soutien des partenaires incontournables et vérifier qu'il n'y a pas d'obstacles majeurs à la réalisation du projet
tester le projet en amont avec des personnes ressources, pour mesurer sa clarté, son réalisme, sa pertinence
penser aux attendus et aux critères d'évaluation : fréquentation, notoriété, satisfaction du public

La question des publics

Qui espère-t-on voir à ces actions d'animation

convaincre de nouveaux publics

réunir les passionnés

toucher des publics particuliers : enfants, adolescents, étudiants

des publics éloignés ou empêchés : incarcérés, hospitalisés, handicapés

pour diversifier les publics : importance de la qualité de la proposition, de la visibilité et du partenariat

Intérêt de rédiger une charte d'action culturelle ou un document fixant les objectifs, missions et moyens de cette activité (projet d'établissement)

Permet de fixer le cadre de l'action, d'avoir le même discours auprès du public et de valoriser ces actions auprès des élus, permet aussi en période de crise de réaffirmer la place de cette activité dans l'établissement et le niveau attendu.

Tour de table : qui a une charte ?

Regarder les documents ensemble et repérer les mots clés

II - Typologie des animations

Répartir les manifestas et faire repérer au groupe les différentes idées d'animations, les écrire au tableau et les regrouper pour en faire une typologie

les manifestations orales : rencontre auteurs, conférences

le spectacle vivant

les projections

les animations participatives

les animations directement réalisées par les bibliothécaires ou le personnel

les expositions

Se raccrocher aux temps forts nationaux :

pour marquer l'appartenance à un réseau

pour obtenir des subventions, des conseils, des aides techniques ou en terme de communication (visuel existant pas nécessaire de le créer et souvent matériel de communication fournis)

les temps forts, les événements

les festivals

le Printemps des poètes

Lire en short

Mois du film documentaire

III - La méthodologie de projet

= spécificité de l'action culturelle qui n'est pas un produit ou un objet, une matière artistique ou intellectuelle.

Elle est le résultat d'une multiplicité d'interlocuteurs : tutelles, partenaires, publics, intervenants, équipes et fait appel à la maîtrise de nombreuses réglementations différentes.

Maîtriser la méthodologie de projet permet de prendre en compte toutes les étapes et la complexité des acteurs et règles.

Il faut prévoir le déroulement du projet

1 – identifier le projet : ce que l'on veut faire, avec quel partenaire, quel objectif

2 – Définir le rôle et les contributions de chacun

3- Clarifier le cheminement du projet : échéancier, calendrier, conventions, contrats

4 – la réalisation de l'événement

5 – L'évaluation

1 – Conception intellectuelle du projet

Quelle est l'idée de départ (une actualité, un fonds, un événement en particulier)

Quelle est la forme la mieux adaptée : exposition ? Manifestation orale ? Spectacle ?

Le projet est-il compatible avec les missions de l'établissement ?

Préciser les contours de la manifestation, ses limites thématiques, la forme choisie

Se poser la question des traces : enregistrement sonore ou vidéo, reportage photo, publications

Quel espace ? Quel budget ?

= permet de cadrer le projet et de défendre le projet auprès de ses interlocuteurs (hiérarchie et collaborateurs)

Possibilité de produire un texte liminaire ou une note d'intention à soumettre aux instances pour validation

Commencer à réunir une documentation (sur la thématique, brouillons d'idées de pistes, repérer les interlocuteurs...)

2 – Les acteurs du projet

Constituer une équipe

- le responsable de la manifestation ou le chef de projet
- éventuellement un « expert »
- les acteurs de la prestation
- un régisseur ou un technicien ou une personne référente pour les aspects techniques
- une personne chargée de la communication

Préparer une liste de contacts avec toutes les personnes ressources

Rédiger un avant programme

3 – Préparation du budget

Nécessaire d'anticiper car les budgets se demandent un ou deux ans avant la manifestation
exemple de budget pour une manifestation orale (cycle de rencontres littéraires)

- Conception :

faire appel à un expert ou un invité d'honneur avec qui bâtir le programme = prévoir sa rémunération, ses frais de déplacement

droits d'auteur si utilisation de documents ou de visuels lors de la séance

- Organisation

location d'une salle

location de matériel sonore

rémunération du régisseur

- Réalisation de l'animation

rémunération des conférenciers

rémunération du modérateur ou animateur
lecture de textes par un comédien
hébergement
transports
repas
- Communication
signalétique
programme
communiqué et dossier de presse
affiches
publications
publicités

Recettes

Recherche de financement :

Interne (budget propre ou budget dépendant de plusieurs services)

Attention dans les collectivités les subventions ne sont pas versées directement à l'établissement mais à la collectivité d'où la nécessité d'anticiper pour que la collectivité inscrive avant le vote du conseil municipal la subventions ainsi obtenue.

Subventions privées (mécénat)

Le mécénat se traduit par le versement d'un don (en numéraire, en nature ou en compétence) à un organisme pour soutenir une action d'intérêt général. C'est un acte philanthropique.

Les entreprises mécènes peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt sur les sociétés de 60% du montant du don dans la limite de 0,5% de leur chiffre d'affaire HT et de contreparties en communication et relations publiques à hauteur de 25% de leur contribution

www.mecenat.culture.gouv.fr

Subventions publiques

les conseils régionaux et les CRL

les conseils départementaux

le CNL

la DRAC

Principes fondateurs :

respect de la chaîne du livre

respect du droit d'auteur et rémunération des intervenants

soutien prioritaire aux actions en lien avec le numérique ou le patrimoine écrit, en lien avec la politique de la ville, en faveur de public défavorisés ou handicapés

cf contrat de filière livre-lecture en Midi-Pyrénées (soutien aux librairies indépendantes et aux auteurs régionaux) montrer le document

4 - Partenaires

Une solution pour augmenter les ressources ou combler des ressources manquantes : le partenariat
exemple : partenariat avec une librairie (partenariat ombres blanches), partenariat avec l'université (colloque), partenariat avec un festival (marathon des mots), partenariat avec une association culturelle ou sociale (Lire et faire Lire)

Valoriser les apports humains ou matériels des structures

Penser aux recettes indirectes comme la vente d'un catalogue d'exposition par exemple

Identifier le partenaire en fonction du projet

partenaires institutionnels (incontournables)

partenaires opérationnels (loueur de matériel, traiteur, agence de communication, presse...)

1 / Formaliser le partenariat : nécessite au moins deux réunions :

une première pour faire connaissance et jeter les bases du projet (se présenter, présenter les moyens matériels et humains, écouter l'autre, ses attentes, ses objectifs). Nécessaire d'être le plus clair et transparent possible.

Une deuxième réunion où on vient avec un document formalisé, à discuter, on a pu faire valider au préalable le principe à sa hiérarchie

2 / puis validation du partenariat par chaque tutelle (direction, élus, président d'association...)

3 / répartition des tâches, définition d'un échéancier, d'un planning, qui fait quoi, les dates clés, penser à tous les aspects (financiers, techniques, administratifs, juridiques, politiques), identifier un coordinateur et un référent dans chaque structure

= puis rédaction d'une convention ou au moins un document récapitulatif, un compte-rendu de réunion

Cela permet d'être précis (rassurant), engage les deux parties. Une convention est aussi un outil de communication

4/ préparation de l'événement et communication (faire apparaître les logos et la mention des deux structures, la visibilité du partenariat est importante)

5/ Bilan et évaluation

5/ Le calendrier

montrer l'exemple de calendrier prévisionnel de « L'action culturelle », sous la direction de Bernard Huchet et Emmanuelle Payen, éditions du Cercle de la Librairie, collection « Bibliothèques », 2008, p. 274-275

choix de la période, de la périodicité, de la durée

vérifier s'il y a d'autres événements à la même période. Éviter la concurrence mais favoriser la synergie, faire attention aux saisons, aux vacances scolaires, en semaine ? Le mercredi ? En week-end ?, quel horaire ?

Attention à la durée : 1h, 2h, une soirée entière

Exemple de calendrier pour la programmation culturelle à la Bibliothèque de Toulouse

Pour préparer la programmation de septembre 2016 à juin 2017

Recherche de certains financements (ministère de la Culture) : début 2015

Donc choix du projet dès fin 2014 (exemple exposition sur la bibliothèque des Dominicains)

Choix de la thématique annuelle définitive : juin 2015

Préparation et recherche de projets : été 2015 pour une présentation aux équipes fin 2015

sur cette même période rdv avec les partenaires pour la saison suivante

puis appel à projets de janvier à mars 2016

avril-mai : validation des projets et préparation budgétaire à soumettre dès juin aux autorités

avril-mai-juin : préparation et bouclage de la programmation de septembre-octobre 2016 (date limite = date de bouclage de la communication)

juillet-août : préparation et bouclage de la programmation de novembre-décembre 2016

septembre-octobre : préparation et bouclage de la programmation de janvier-février 2017

novembre-décembre : préparation et bouclage de la programmation de mars-avril 2017

janvier-février 2017 : préparation et bouclage de la programmation de mai-juin-été 2017

6 / le déroulement de l'animation

répartition des tâches

préparation de l'espace

accueil des intervenants

accueil des invités (élus, partenaires...)

accueil du public, préparer discours ou introduction

pendant l'animation : sonorisation, enregistrement, éclairage
retour des intervenants
rangement

7/ Evaluation

En interne

Dans quelle mesure l'action menée correspond-elle aux missions de l'établissement : pertinence ?

Couverture scientifique du thème traité

pluralité des analyses

innovation

En externe

nombre de participants

sondage de satisfaction

enquêtes ou observation

classes d'âge touchées, classes socio-professionnelles, habitués, nouveaux publics

via les outils de communication

nb de programmes diffusés

revue de presse et citations de l'événement

IV – Organiser une manifestation littéraire ou autour de l'objet livre

boîte à outils à l'usage des organisateurs de manifestations littéraires

typologie très variée : fête du livre, festival du livre, salon du livre, rencontre, cycle....

= un événement centré sur la littérature, la vie des idées, l'album jeunesse et les auteurs-illustrateurs, en lien avec d'autres disciplines, lieu d'échange entre l'auteur et son public, en général manifestation gratuite en bibliothèque

la place de l'auteur dans le projet

pourquoi donner la parole à un écrivain ?

Un texte doit-il nécessairement trouver son prolongement dans la rencontre avec un auteur ?

Pourquoi les auteurs doivent-ils apparaître en représentation, donner à voir leur corps, leur vix qu'est-ce qu'une parole d'écrivain ? Favorise-t-elle la lecture ?

Ces questions sont indispensables car elles conditionneront la façon de contacter l'auteur pour l'inviter. L'écrivain n'est pas interchangeable, ce n'est pas un prestataire mais un invité nécessaire de l'avoir lu, de connaître son œuvre, ses goûts, ses valeurs

pas de mode d'intervention standard : lecture de ses textes, conversation, débat, interview

ne pas lui imposer mais construire la rencontre avec lui

la mobilisation d'un écrivain = du travail, du temps, de la disponibilité, de l'énergie, de la générosité (très différent du temps de l'écriture qui est un travail solitaire)

prévoir la présence des livres de l'auteur : tables de présentation des livres appartenant à la bibliothèque mais aussi présence d'un libraire pour vendre sur place en proposant un teps de dédicace de l'auteur

important de préparer la rencontre par des actes de médiation préalables, cela permet de construire la rencontre.

Préparer les conditions matérielles de la rencontrer

- accessibilité, confort, bouteilles d'eau
- accueillir l'auteur au préalable, lui proposer de se rafraîchir, les toilettes...
- éviter les nuisances sonores, privilégier l'utilisation des micros qui permettent une écoute égale de tous les auditeurs (et indispensable si l'on veut enregistrer la rencontre)
- prévoir de donner la parole au public, en informer l'auteur au préalable, prévoir un micro sans fil et un temps de parole contrôlé

- indiquer la durée de la rencontre
- prévoir également l'imprévu !

Déontologie professionnelle : respect et valorisation de la chaîne du livre (écrivains, illustrateurs, traducteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires)

favoriser l'invitation d'auteurs publiés à compte d'éditeurs dont la qualité de l'écriture est reconnue
rémunérer les auteurs

promouvoir les éditeurs

impliquer les libraires indépendants

s'assurer de la collaboration des différents départements de la bibliothèque

Bien choisir l'animateur de la rencontre : médiateur, animateur, modérateur ?

Présenter le livre, l'auteur, mais intervenir le moins possible, entendre la parole de l'auteur

le médiateur est au service de l'invité, ce n'est pas un critique littéraire

importance du rythme, de la circulation de la parole

la rencontre doit être un moment important aussi pour l'auteur, il ne doit pas s'ennuyer

présentation sur le droit d'auteur + circulaire + documents Agessa

V – Organiser un spectacle vivant en bibliothèque

voir doc de présentation spectacle vivant

VI – Organiser une projection

voir doc sur les projections

VII – Organiser une exposition

accueillir une exposition extérieure (location)

réaliser une exposition

présentation sur les expositions

I/ Le programme d'accompagnement de l'exposition : faire vivre l'exposition.

a) Inscire l'exposition dans une programmation culturelle

L'offre d'exposition en bibliothèque repose sur une politique culturelle d'animation dans les bibliothèques qui s'appuie sur un enjeu majeur qui est celui de donner à voir des connaissances et des œuvres à un public toujours plus large. L'objectif d'une politique d'action culturelle en bibliothèque est bien de construire des passerelles entre les différents domaines de la connaissance, de croiser les savoirs et leurs supports dans la perspective de rencontre le public dans toute sa diversité. Il est donc nécessaire d'inscrire l'exposition dans une véritable programmation culturelle. Celle-ci se construit sur le long terme et avec beaucoup d'anticipation, afin de croiser les calendriers civils et les calendriers culturels. Ainsi une exposition se programme en général au moins trois ans avant, ce qui permet en parallèle de la préparation de l'exposition d'imaginer également le programme d'accompagnement qui doit s'articuler avec l'exposition pour en être à la fois la déclinaison, le prolongement mais aussi une porte d'entrée possible et qui doit aussi s'articuler avec le reste de la programmation culturelle de la bibliothèque mais aussi du territoire sur lequel la bibliothèque s'inscrit. Ainsi c'est un savant dosage de construction, d'élaboration d'un programme et de réactivité et d'opportunité saisie au bon moment. En effet l'accompagnement d'une exposition dans une bibliothèque doit aussi tenir compte des autres services et rendez-vous réguliers offerts par

la bibliothèque. Il s'agira donc de repérer parmi les animations régulières celles qui pourront se décliner en lien avec l'exposition. Par exemple les heures du conte habituelles peuvent se colorer selon une thématique proposée dans l'exposition. Les ateliers numériques peuvent proposer un prolongement numérique de l'exposition. Ainsi même si les bibliothèques ne disposent pas d'équipe de médiateurs en bonne et due forme comme dans les musées, de nombreux services et agents oeuvrent déjà au quotidien à une forme de médiation. Il suffit donc d'adapter cette offre au contenu de l'exposition. Ensuite il est nécessaire de repérer les partenaires les mieux adaptés à l'exposition afin de les solliciter selon un calendrier qui leur est propre. Par exemple pour pouvoir intégrer une présentation d'une pièce de théâtre présentée en même temps que l'exposition, il faudra contacter le théâtre au mois de mars-avril qui précède la saison pour lui proposer un partenariat. Pour un festival annuel, c'est tout juste quand l'édition du festival en cours se termine qu'il faudra contacter les organisateurs pour travailler ensemble l'année suivante. Cette veille permanente sur les opportunités de croiser les projets du territoire avec le projet d'exposition est cruciale car elle permet des propositions complémentaires, qui se nourrissent entre elles, chacun se positionnant ainsi sur les aspects et les domaines qu'il maîtrise le mieux. Elle permet également l'élaboration d'un programme qui sera ancré dans l'actualité culturelle et donc elle assurera une meilleure visibilité à l'exposition. Enfin cette méthodologie permettra également de diversifier ou d'élargir les publics en croisant les propositions.

Ce maillage ne doit pas constituer la seule forme d'accompagnement de l'exposition. Il est en effet nécessaire de concevoir des actions directement liées à l'exposition. Ceci afin de lui donner une véritable identité et un accompagnement personnalisé, propre, adapté.

b) Une forme d'accompagnement privilégiée de l'exposition : la médiation

Le terme de « médiation culturelle » est employé pour désigner des actions très diverses. L'association MCA (Médiation culturelle association) définit dans sa charte déontologique son origine et son sens :

« La notion de médiation émerge au cours des années 1960 dans le champ culturel, et plus particulièrement dans le champ des musées, dans les années 1980. Elle induit l'idée d'un dialogue parfois difficile entre des publics et des objets culturels, voire d'une tension ressentie entre des établissements culturels et des populations.

Le mot médiation, dont s'emparent les milieux culturels, désigne alors la rencontre, une situation de communication, des échanges et des moyens d'interprétation qui génèrent des relations.

Selon les contextes et les lieux, cette notion est utilisée dans le sens de « technique de communication culturelle », de « vulgarisation », d'« animation » ou bien d'« action culturelle. »

Cette mission s'est développée dans une perspective de démocratisation de la culture, dans le but de rendre accessible à tous l'offre des établissements culturels. Les bibliothèques disposent rarement de médiateurs pour les expositions. Ce sont souvent les commissaires d'exposition et l'équipe scientifique de l'exposition qui jouent ce rôle. Cependant dans certains établissements et de façon ponctuelle, les bibliothèques peuvent faire appel à des médiateurs pour animer leurs expositions.

Le rôle du médiateur

Qu'il soit bibliothécaire, contractuel ou intervenant indépendant, le médiateur a pour mission de créer un dialogue entre l'exposition et le visiteur. Il invente, adapte et met en œuvre des dispositifs destinés à chaque catégorie de visiteurs.

Pour définir l'offre à mettre en place il faut tout d'abord identifier le public de l'exposition : public captif, public potentiel et public à conquérir (nouveaux publics et publics dits éloignés de la culture ou encore publics handicapés)

Nous pouvons distinguer à partir de là quatre types de publics :

les publics des visiteurs individuels : pluriels, multigénérationnels et d'origines socio-culturelles

diverses. Néophytes, spécialistes, connaisseurs ou érudits. L'exposition dans sa conception doit répondre à tous ces publics. Des supports de médiation spécifiques (cartels, guides) pourront être créés. Au mieux des RDV réguliers pour des visites accompagnées permettront de proposer une visite à ces individus multiples, la personne animant la visite devra veiller à proposer une visite précise dans une durée limitée (en général 1 heure maximum) et veillera à adapter son langage, son rythme, son niveau sonore et ses explications en fonction du public présent. Selon la disponibilité de la personne réalisant ces visites, il faudra veiller à en programmer régulièrement, plusieurs fois par semaine et à des horaires variés (entre midi et deux, à 18h avant la fermeture, en semaine et le week-end) afin de répondre à toutes les pratiques et disponibilités des usagers. Seule une bonne connaissance des publics et des rythmes de leur fréquentation permet de proposer des horaires de visites adaptées. Il est possible d'ajuster en cours de programmation ces horaires en les modifiant ou en ajoutant selon les besoins.

Les visites de groupes : il est préférable d'attribuer des horaires précis à ces visites en veillant à bien se coordonner avec les autres accueils de groupe possible de l'établissement (accueil de classes ou accueil de groupes spécifiques des différents départements) afin de ne pas surcharger les espaces et veiller à une fluidité des accueils de groupes. Un planning consultable par tous pourra être mis en place. Il sera aussi nécessaire d'organiser les inscriptions de ces groupes : qui se charge des inscriptions, de renseigner les groupes intéressés, de les accueillir ? Y a-t-il un espace où le groupe peut attendre ? Déposer ses affaires ? Y a-t-il un document d'accompagnement à fournir au groupe ? Il est important de donner à cette occasion les différents outils de communication à sa disposition (programme, livret d'exposition, autre). Un tableau d'évaluation du nombre de groupe, du nombre d'individus, de leur qualité, de leur origine géographique et de la façon dont ils ont eu l'information devra être tenu afin de faire une évaluation précise de cette activité.

Le jeune public : en famille, en groupe scolaire ou parascolaire, le jeune public doit faire l'objet d'une attention particulière. Selon l'exposition des outils de communication spécifiques pourront être imaginés (livret-jeux, quizz) qui permettront d'adapter le parcours de l'exposition. En bibliothèque, il est aussi possible de concevoir des visites contées. Il s'agit d'une forme adaptée pour les expositions de l'heure du conte. Les bibliothécaires de la section jeunesse sélectionnent des ouvrages (albums en général) susceptibles d'accompagner ou d'éclairer l'exposition et la personne raconte en faisant visiter ou compléter la visite d'une heure du conte. Il faudra veiller à prévoir des visites et des documents d'accompagnement adaptés pour les scolaires (faire le lien avec les programmes de l'Education Nationale) et d'autres adaptés pour les enfants qui visiteraient seuls ou en famille avec une approche plus ludique. De nombreuses actions peuvent accompagner ce type de public. Pour faire connaître l'exposition aux enseignants une visite un mercredi libéré peut être organisée à leur rencontre (l'information peut passer par l'inspection académique ou le rectorat). Les enseignants sont en général friands de dossiers pédagogiques ou tout au moins de pistes d'exploitation pédagogique de l'exposition. Des actions complémentaires peuvent être proposées pour ces visites comme par exemple des ateliers en lien avec le thème de l'exposition. Par exemple pour une exposition de patrimoine écrit, tout type d'atelier de pratique autour des métiers du livre (écriture, calligraphie, enluminure, reliure, gravure...). Pour animer ces ateliers, il est possible de faire appel aux ressources internes (atelier de restauration, agent de l'équipement, certains sont parfois aussi des passionnés de reliure d'art, conservateurs, assistants spécialisés sur l'héraldique ou les fonds anciens), il est aussi possible de faire appel à des associations de bénévoles qui ont plaisir à partager leurs connaissances et leur passions, enfin il est aussi envisageable de faire intervenir des professionnels (artistes ou artisans) qui animeront ces ateliers en échange d'une rémunération. D'autres possibilités peuvent s'imaginer pour ces publics comme les trésors d'enfance (présentation de livres du fonds de conservation jeunesse) ou même des projections de films en lien avec l'exposition pour compléter ou élargir la connaissance de la thématique proposée (pour les centres de loisirs par exemple). Quoi qu'il en soit, il est toujours important dans ces visites de prévoir un temps pour aller visiter le département en lien avec l'exposition ou le public concerné pour bien

montrer le lien entre l'exposition et l'établissement où elle se trouve. En effet ces visites d'exposition sont parfois pour certains la première porte d'entrée dans la bibliothèque et il ne faut pas rater une occasion de montrer la diversité de l'offre de nos collections et de nos services. Il est même envisageable de proposer une inscription à la bibliothèque à cette occasion, la visite de l'exposition étant souvent gratuite et sans aucune inscription préalable à la bibliothèque.

Pour chacun de ces publics, il est nécessaire de penser bien en amont à une communication spécifique dans les réseaux adaptés.

Les publics handicapés

Ce type de public recouvre de nombreux handicaps, du handicap physique au handicap mental, du handicap moteur au handicap sourd, malvoyant, aveugle, etc...

Il est important de tenir compte de ce public dès la conception de l'exposition en suivant les normes d'accessibilité. Cependant de nombreuses adaptations sont nécessaires pour rendre réellement les expositions accessibles. Dans ce cas-là l'idéal est de disposer d'un service ou tout au moins d'un agent qualifié sur ces questions là (à la BMVR de Toulouse nous avons la chance d'avoir le service l'oeil et la lettre qui est un précieux partenaire sur l'ensemble de nos actions). Pour une médiation de qualité il faut à la fois la connaissance des normes, la connaissance de ces publics et une véritable insertion dans le réseau de référents associatifs.

Il est nécessaire de développer des dispositifs à destination de chaque type de déficience : visuelle, auditive, motrice, mentale et psychique. Il faut donc imaginer en collaboration idéalement avec des personnes handicapées, des outils de médiation adaptée.

Les bibliothèques travaillent avec un grand nombre de publics spécifiques : que ce soit les chercheurs et les universitaires, mais aussi les groupes d'alphabétisation, les adolescents suivis par la protection judiciaire, les missions locales, les demandeurs d'emploi, et bien d'autres. Il est intéressant de mobiliser le personnel qui travaille régulièrement avec ces groupes pour leur proposer d'intégrer l'exposition dans leur offre. Ainsi lors d'un accueil d'aide aux devoirs, le groupe peut visiter l'exposition par exemple. Dans un réseau, les agents des bibliothèques de quartier peuvent proposer à leur groupe de lecteur de visiter l'exposition. Il est nécessaire de faire une publicité extérieure pour cette offre de visite et d'ateliers afin d'élargir les publics mais il est aussi important de sensibiliser le public potentiel, celui qui vient déjà dans nos murs mais qui parfois faute de temps, d'intérêt ou simplement par habitude, rate l'exposition qui est sous ses yeux. Un travail d'information régulier et de communication avec l'ensemble des agents accueillant des groupes permet de rendre l'exposition plus visible. Il est aussi intéressant de voir avec ces personnes en amont quels seraient les outils intéressants ou les animations qui permettraient de rendre l'exposition accessible à ces publics.

Bref la médiation est un travail de longue haleine, encore une fois nécessitant de grandes compétences en communication, en relationnel et en créativité.

Les outils de médiation

Ce sont tous les supports et moyens qui permettent au public d'entrer en contact avec le contenu de l'exposition. On peut les trouver directement intégrés dans les dispositifs scénographiques de présentation des œuvres comme explications écrites ou visuelles, ainsi que dans les différentes médiations humaines.

Les outils d'aide à la visite individuelle

- L'introduction à la visite

à l'entrée de l'exposition, un plan du parcours à côté de l'introduction (la longueur de l'exposition, les repères sur le séquençage des thématiques), permet aussi d'identifier les commodités (assises, toilettes, etc..), les circulations, les sorties, plan en relief pour les visiteurs malvoyants.

Biographie ou chronologie pour les repères culturels et historiques

- Des supports volants
Livret d'expositions
Livret en gros caractère
Livret en relief ou en braille
Mallettes tactiles ou pédagogiques (outils documentaires d'accompagnements, livres, supports audio...)
- Les médias audiovisuels
bornes interactives ou simple poste informatique avec un paramétrage permettant d'aller directement aux ressources en lien avec l'exposition.
L'audioguide ou lecteur MP3 avec casque et pistes de lecture pour accompagner la visite.
(description détaillée pour les malvoyants ou voyants)

Les visites commentées (vues précédemment)

Les ateliers pédagogiques ou de pratiques artistique

Ils nécessitent un espace aménagé ou l'espace peut être prévu dans la scénographie de l'exposition.

c)La programmation culturelle autour de l'exposition.

Les formes de cette programmation doivent être multiples pour rendre compte de la diversité des contenus et des publics : cycles audiovisuels, cycles de débats et diverses formes de manifestations orales, promenades littéraires, ateliers, spectacles et performances, présentation et valorisation de documents, etc. Il convient également de privilégier les approches croisées offertes par l'utilisation de différents médias ou supports d'animation, afin d'inviter un large public, aux cultures diverses, plus ou moins sensible aux particularismes des formes de l'oralité ou du spectacle vivant ou de l'audiovisuel, à participer à l'une ou l'autre de ces déclinaisons. Cette programmation multimédia se fera ainsi l'écho de la diversité des supports présents au sein des collections des médiathèques et de la variété qui caractérise les publics.

Typologie des animations

- conférences et rencontres
- ateliers, visites, visites en musique, visites contées
- lectures, heures du conte, trésors publics
- projections
- spectacles
- concerts
- concours photo, dessin, etc...

Cette programmation doit se construire en parallèle de la préparation de l'exposition. Il est nécessaire pour cela d'en anticiper l'organisation. Tout comme pour le volet communication l'élaboration d'un programme culturel en lien avec l'exposition nécessite beaucoup d'anticipation et d'organisation. Les étapes méthodologiques doivent s'élaborer en concertation avec le commissaire d'exposition pour en assurer la cohérence des contenus.

Voici les différentes propositions d'animations qu peuvent se faire :

décliner les différents sujets de conférence qui pourraient illustrer et accompagner l'exposition puiser dans le corpus thématique de l'exposition et « utiliser » les compétences et l'expertise du commissaire de l'exposition ainsi que le comité scientifique. Il est possible d'envisager soit une conférence, soit une rencontre avec une personnalité scientifique ou artistique en lien avec l'exposition, soit une table ronde mettant en perspective les différents contributeurs. Il est intéressant de faire appel également aux spécialistes concernés par l'exposition afin de les inviter à proposer une conférence. Ces propositions peuvent faire l'objet de partenariats avec l'université qui

organise régulièrement des séminaires, colloques ou qui délocalise une partie de ces cours pour s'ouvrir sur la cité. Les librairies sont aussi des partenaires précieux pour plusieurs raisons. Elles sont souvent en lien direct avec les maisons d'édition et les auteurs et peuvent organiser facilement une rencontre avec un auteur qu'il est possible de déplacer à la bibliothèque pour croiser les publics. Une vente-dédicace peut alors être organisée. Cette rencontre peut être coupée avec une visite de l'exposition par exemple. Les maisons d'éditions locales ou les presses universitaires peuvent également être partenaires sur ce type d'événement. Les revues spécialisées peuvent aussi être intéressées pour donner plus de visibilité à leur publication et participer à la vie littéraire. Dans ce registre le centre régional des lettres est aussi un partenaire de choix, que ce soit pour le relais de communication mais aussi pour l'organisation même de l'événement.

Afin de diversifier les modes d'accès à l'exposition, il peut aussi être intéressant de proposer un cycle de films qui seront soit projetés en salle si les conditions le permettent soit mis à disposition sur un écran de TV dans la salle d'exposition ou à proximité. Il peut s'agir de décliner la thématique de l'exposition en recherchant les films qui portent sur la même thématique ou de présenter les films de traitant de la période historique concernée ou encore traiter seulement un des aspects de l'exposition. Dans tous les cas la programmation cinématographique que ce soit des films de fiction ou des films documentaires ou encore des films d'animation ou des courts métrages, permettra de nourrir l'exposition et d'attirer un public plus sensible à l'image audiovisuelle qui pourra par ce biais-là s'intéresser à l'exposition elle-même. Des partenariats avec des salles de cinéma ou la cinémathèque peuvent alors se mettre en place. Il existe aussi un partenaire très intéressant pour les bibliothèques et pour les expositions, il s'agit de l'INA qui dispose d'un fonds considérable d'archives de la télévision et de la radio. Il est aussi détenteur des photographies de plateau télévision, fond également très riche. La bibliothèque de Toulouse travaille régulièrement avec cette institution à la fois pour les contenus scénographiés de l'exposition mais aussi pour la programmation accompagnant l'exposition. Nous avons mis en place les mardis de l'INA avec des cycles thématiques qui permettent de faire écho à notre programmation.

Bien entendu toutes les formes de spectacles vivants peuvent aussi être un mode de déclinaison de l'exposition :

les lectures, lectures-spectacles, lectures musicales, permettant de mettre en voix des textes exposés. Cette approche peut d'ailleurs être utilisée pour alimenter la scénographie de l'exposition (textes enregistrés à écouter dans le parcours de l'exposition). Ces lectures peuvent se faire dans les espaces de l'exposition ou dans une salle ou auditorium réservée à cet effet. Là aussi des partenariats peuvent s'imaginer avec des compagnies de théâtre, des salles de spectacle.

D'autres formes moins communes en bibliothèque peuvent être proposées, comme des performances, des concerts-dessinés, des concerts, mais cela nécessite dans ce cas-là des capacités à la fois techniques et administratives un peu plus poussées pour pouvoir accueillir ces formes dans de bonnes conditions.

La programmation culturelle nécessite en effet des équipes dédiées, un budget conséquent et des connaissances techniques et administratives qui permettent de proposer une réelle offre culturelle dans ce domaine.

Enfin il faut mentionner tous les liens qui sont à imaginer entre l'exposition et les différentes associations d'amateurs et de sociétés savantes avec qui des animations peuvent être imaginées et permettent de donner une meilleure visibilité à l'événement ainsi que de capter un public plus large.

Concevoir une exposition et l'animer est un projet ambitieux pour une bibliothèque mais nécessaire. Il est important de penser toutes ces actions pour profiter de l'occasion de mettre en scène ces ouvrages et de mobiliser ainsi autour du projet les différents chercheurs, scientifiques, artistes, acteurs culturels et associatifs qui sont tous autant de visiteurs potentiels de l'exposition, personnes-

relais et médiateurs de l'exposition mais aussi contributeurs. La bibliothèque est en effet un lieu de mise à disposition de la connaissance et de la culture à travers ses collections et ses services et donc son programme d'animation, mais elle doit aussi être un lieu de débat, d'échange et de production des savoirs et des cultures. Mettre en relation tous ces intervenants autour d'un projet d'exposition permet de générer des rencontres, des synergies, des débats, des innovations, des questionnements qui nourriront à leur tour les collections. C'est ce cercle vertueux que nous devons nous efforcer d'alimenter en mettant en œuvre ce type de proposition certes ambitieuses en ressources humaines, financières et techniques mais également riches en création de contenus, de rencontres, d'échanges, la bibliothèque devient alors un véritable outil au cœur de la cité.

Montrer les photos d'exposition + livrets + teaser Letris + tumblr

VIII – Bibliographie, réseau

CRL Midi-Pyrénées <http://www.crl-midipyrenees.fr/>

ABF Midi-Pyrénées

Groupe action culturelle encore informel

Mission Lecture Publique Toulouse Métropole

Médiadoc

- L'action culturelle en bibliothèque, éditions du cercle de la librairie
- Exposer la littérature
- Exposition mode d'emploi, Filigranes Editions
- Guide juridique de l'action culturelle locale, territorial éditions
- Financer son projet culturel, Territorial éditions
- Site Internet et revue de l'Observatoire des politiques culturelles
- Revue La scène