

Apport de la médiation culturelle dans la valorisation du musée Charles COMBES de Bingerville

Affou Ouattara **GNOUBERE**
Institut National Supérieur des Arts
et de l'Action Culturelle
Abidjan-Côte d'Ivoire
gnouoba1979@gmail.com

Résumé

La préservation de la mémoire collective constitue une préoccupation majeure des différentes communautés humaines. Cette volonté de témoigner aux générations futures les vestiges de l'existence humaine, consacre ainsi de l'importance des institutions muséales. Toute la gestion de ce patrimoine requiert non seulement l'adoption de stratégies de conservation, de protection, mais également de communication dans la perspective de promouvoir cet héritage. C'est à ce niveau que l'adoption de stratégies de médiation s'avère indispensable dans l'optique de créer un lien de rencontre entre les objets et les publics. Par le prisme de la gestion des collections du Musée Charles COMBES de Bingerville, notre étude dresse l'état des lieux de la gestion des musées communautaires et montre les atouts de la médiation culturelle pour les institutions muséales en Côte d'Ivoire. Elle s'appuie sur des données empiriques qui découlent d'une enquête purement qualitative. L'analyse des données empiriques a mis en évidence la nécessité de pallier les défaillances, d'un point de vue fonctionnel, perceptibles dans la gestion des musées communautaires notamment au Musée Charles COMBES. Ainsi, cette étude propose des perspectives en termes de médiation muséale pour une valorisation des collections du musée Charles COMBES auprès des publics de Côte d'Ivoire.

Mots clés : Charles Combes, Médiation culturelle, Musées communautaires

Contribution of cultural mediation to the development of the Charles COMBES museum in Bingerville

Abstract

The preservation of collective memory constitutes a major concern of different human communities. This desire to bear witness to future generations the vestiges of human existence thus demonstrates the importance of museum institutions. The entire management of this heritage requires not only the adoption of conservation and protection strategies, but also communication with a view to promoting this heritage. It is at this level that the adoption of mediation strategies proves essential in order to create a meeting link between objects and audiences. Through the prism of the management of the collections of the Charles COMBES Museum in Bingerville, our study takes stock of the management of community museums and shows the advantages of cultural mediation for museum institutions in Côte d'Ivoire. It is based on empirical data resulting from a purely qualitative survey. The analysis of empirical data highlighted the need to overcome the failures, from a functional point of view, perceptible in the management of community museums, particularly at the Charles COMBES Museum. Thus, this study proposes perspectives in terms of museum mediation to enhance the value of the collections of the Charles COMBES museum for audiences in Côte d'Ivoire.

Keywords: Charles COMBES, Community museums, Cultural mediation

Introduction

La médiation culturelle est considérée dans sa portée globale sur l'art et ses publics comme étant l'ensemble des pratiques et des expressions culturelles de la population en lien avec la diversité et l'individualisation des modes de vie, des valeurs et des identités. La médiation culturelle appartient, en ce sens, au champ de « l'éducation informelle » (non obligatoire) car étant à l'intersection du culturel, de l'éducation, de la formation continue et du loisir. Ses objectifs sont à la fois éducatifs, récréatifs et civiques.

En effet, intermédiaire, trait d'union, art de l'entre-deux, etc., la médiation culturelle s'est inscrite, dès les années 1980, dans une intention politique forte pour refonder sur d'autres bases le paradigme de la démocratisation culturelle. Elle a visé la mise en relation et la réduction de l'écart entre les personnes et les œuvres. C'est à ce niveau que l'adoption de stratégies de médiation s'avère indispensable dans l'optique de créer un lien de rencontre entre les objets et les publics qui sont les destinataires. La notion de médiateur culturel accompagne l'évolution de l'institution muséale là où le terme de conservateur ne suffit plus (E. Caillet, 1995, p. 36). Autrefois l'objet était au centre du musée, aujourd'hui c'est le public qui est devenu le centre du projet muséal. Le musée Charles COMBES de Bingerville à l'instar de tous les autres musées de Côte d'Ivoire, a pour rôle de contribuer à la sauvegarde de l'héritage culturel ivoirien. Des problèmes inhérents à son fonctionnement l'empêchent d'assumer ses fonctions. En effet, Le musée Charles COMBES dispose d'une collection présentant un intérêt patrimonial culturel majeur. Il contient des objets de Charles COMBES et de ses

élèves. Cet ensemble fut cédé à l'Etat ivoirien à la mort de l'illustre artiste en 1968.

Il représente une importante collection, l'une des plus riches des musées d'art contemporain en Côte d'Ivoire. Le fond muséographique de cette institution est une référence irremplaçable sur le plan culturel voire patrimonial. Cette spécificité s'explique par le fait qu'elle rime avec l'histoire d'un homme et sa passion pour l'art. Maître COMBES a consacré la quasi-totalité de sa vie à contribuer à la création et à la valorisation de l'art moderne ivoirien. C'est à ce titre que sa résidence a été transformée en musée en 1975 par l'Etat ivoirien afin de lui rendre hommage pour sa contribution à l'émergence de l'art et la culture ivoirienne. Toutefois, l'on observe que depuis sa création, la gestion des activités muséographiques de l'institution se limite aux traditionnelles activités que sont la conservation, les expositions permanentes et les visites guidées excepté celles liées à la médiation culturelle. Les actions de médiation à entreprendre pour attirer les publics cibles et faire la promotion du musée auprès des populations locales surtout ne sont pas mises en place. Par conséquent, ce vide médiatique culturel concourt inexorablement à la non fréquentation du musée voire de sa méconnaissance par les populations. Cette réalité paradoxale nous conduit à nous interroger d'abord sur l'état des lieux de la gestion du musée Charles COMBES et ensuite sur les mécanismes adéquats pour l'intégration de la médiation dans les pratiques de gestion de ce musée.

.

1. Méthodologie

Au plan méthodologique cette étude a porté à la fois sur des données de terrain et observation des réalités et actions muséales à Bingerville. Nous nous sommes appuyés sur des données empiriques qui découlent d'une enquête essentiellement qualitative. Elle nous a permis, par le biais d'entretiens semi-directifs, de porter à la connaissance du public la contribution de maître COMBES au développement de l'art ivoirien et de valoriser le musée par la mise en place d'activités de médiation culturelle spécifiques pour chaque public. Cet état de fait, nous a permis d'interroger 75 acteurs (les autorités administratives et traditionnelles de la ville de Bingerville, les différents directeurs et agents qui ont dirigé l'école d'Art et le musée depuis leur création ainsi que les anciens élèves de maître Charles Alphonse COMBES, les responsables et agents de certaines directions du Ministère en charge de la Culture). Cet exercice a permis d'enrichir notre argumentaire sur l'apport de la médiation culturelle dans la valorisation du Musée Charles COMBES de Bingerville.

2. Résultats

Notre travail de recherche soulève une hypothèse qui stipule que la méconnaissance du musée est liée à l'absence d'activités de médiation culturelle. La vérification de cette hypothèse nous a conduits à élaborer un diagnostic fonctionnel du Musée Charles COMBES. En effet, L'analyse diagnostique effectuée sur le musée a montré des problèmes d'ordre juridique, administratif, financier, infrastructurel et matériel. Cet exercice a mis en évidence des défaillances qui contraignent les activités de valorisation de cette institution.

De prime abord, la médiation culturelle est à la fois un terme à caractère multiforme et hétérogène. Concept marketing pour les uns, mot à la mode pour les autres, la médiation culturelle depuis son avènement sur le devant de la scène dans les années soixante-dix ne cesse de faire débat. Notion évolutive aux limites floues, elle renvoie à de nombreuses acceptions que l'on peut résumer en quatre axes de définition selon la Charte déontologique de la médiation culturelle de l'Association Médiation culturelle (2008) comme suit :

- La médiation culturelle peut être perçue tout d'abord comme un intermédiaire assurant la mise en relation d'une population avec une ou plusieurs choses. Outil de traduction, de transmission, relais entre l'œuvre et le public, entre le passé et le présent, il s'agit d'un processus permettant avant tout la réduction des écarts entre des parties distinctes.

- La médiation culturelle peut également apparaître sous les traits d'un processus éducatif. Elle s'inscrit alors dans le champ de ce que l'on appelle l'éducation informelle dans le sens où elle n'est ni obligatoire, ni contrainte par un programme, ni sujette à une validation d'acquis. Luttant contre l'aspect élitiste de la culture elle se propose d'agir comme un levier permettant l'ouverture de cette dernière à une population ne disposant pas des clefs nécessaires à sa bonne compréhension. Outil d'accompagnement, elle assure ainsi un accès qualitatif aux œuvres et objets.

- Située à la confluence du triangle « objets, personnes, établissements », la médiation travaille conjointement au niveau du sens et du vivre ensemble. Elle peut donc être matérialisée sous les traits d'un espace social privilégié dans

.

lequel s'établissent des dialogues entre des parties qui n'ont pas toujours l'occasion de se rencontrer. Réponse aux conflits de société, elle favorise la communication et le brassage des populations tout en réduisant les fractures sociales.

- La médiation culturelle est enfin un acte face au public qui se concrétise sous deux grandes formes. Lorsqu'elle implique la présence physique d'un médiateur qui se met en scène et s'appuie sur le public, on parle de médiation directe. Toutes les problématiques liées à la gestion de groupes, à l'anticipation des réactions des différents publics, et aux réajustements éventuels sont alors prises en charge par le médiateur. Lorsqu'au contraire, elle effectue des propositions aux publics, utilisables ou non durant leur temps de visite, on parle alors de médiation indirecte. Dans ce cas, elle s'adresse à des publics potentiels qui utiliseront s'ils le souhaitent et à leur rythme les supports d'informations (fiches d'aide à la visite, jeux, vidéos...). Dès lors, l'enjeu ici est d'anticiper les exigences et les caractéristiques des différents publics afin d'adapter au mieux l'offre à leurs attentes tant sur le contenu que sur la forme pour ainsi les accompagner de manière pertinente.

Ainsi la médiation culturelle est l'ensemble des actions, des dispositifs et initiatives mis en place par le musée selon sa politique, pour la mise en accessibilité de ses contenus culturels. Elle vise à être un pont réduisant l'écart entre les collections, ce qu'elles véhiculent, et les publics. De manière plus générale, elle tend à faciliter l'appropriation active de la culture par les citoyens.

La médiation culturelle s'impose actuellement dans les sociétés industrialisées en rapprochant les citoyens de l'art et

de la culture. Le musée n'échappe pas à ce mouvement de démocratisation et de démocratie culturelle qui souffle depuis quelques décennies sur les institutions culturelles du monde. La plupart des travaux actuels en muséologie abordent la médiation en tant que communication (J. Davallon, 2000 : 219) ; (B. Schiele et E. Koster, 1998 : 36). Elle prend la forme d'une médiation pédagogique à travers l'animation et la vulgarisation du savoir et utilise divers moyens afin de rendre le patrimoine accessible à tous. Pour Lugez (2004 : 2), la médiation muséale « correspond à l'ensemble des actions mises en place au musée, afin de faciliter et optimiser la rencontre entre les objets/œuvres et les publics ». Selon l'auteure, la médiation muséale s'inscrit dans le cadre d'une réflexion globale sur le musée, sa mission et sa place dans la société. Les outils de médiation culturelle au sein des musées encouragent les visiteurs à apprendre de manière autonome grâce à des participatives. Elle aide les individus à penser de façon autonome, ce qui leur permet de développer une compréhension culturelle plus approfondie.

2.1. Etat des lieux de la gestion du musée Charles COMBES

La question de la médiation culturelle dans le processus de développement des institutions muséales ivoiriennes demeure encore à l'état embryonnaire. En effet, le constat alarmant et désolant est que la plupart de ces musées ont des difficultés de fonctionnement, encore moins, ils ne peuvent développer des politiques de médiation culturelle. Le musée Charles COMBES n'échappe pas à ce problème lié à la pratique de la médiation culturelle.

.....

Selon D. Akaffou (2014 : 11), le cadre professionnel de gestion des musées en Côte d’ivoire présente des déficits liés au management opérationnel dont la réalité du terrain est marquée par des difficultés concernant les facteurs humains (motivations et attentes des professionnels), les facteurs matériels (équipement et outils techniques de travail), le cadre physique de travail (commodité, sécurité des locaux et des collections) et la stratégie managériale (recherche, acquisition d’objets muséaux, animation et public).

2.1.1. Situation juridique et administrative du musée Charles COMBES

A l’issu des entretiens effectués avec les responsables de la Direction de la Règlementation, des Contentieux et ceux de la Direction du Patrimoine Culturel, relatives à la question du fonctionnement pratique du musée COMBES, il ressort un amalgame d’un point de vue institutionnel. En effet, selon nos répondants, tous les musées en Côte d’ivoire partagent en commun le même problème juridique. Mais que ce trouble varie d’un musée à un autre. Pour les responsables de la Direction de la Règlementation et des Contentieux, ce déséquilibre trouve son origine dans l’élaboration des textes depuis la création du département ministériel de la culture. Par conséquent, il n’existe juridiquement pas encore en Côte d’ivoire de musée qui ait été créé par Décret présidentiel. Tous les musées sont créés par arrêté. Cette question amène à relever les limites de la loi de 1987 relative à la protection du patrimoine culturel en Côte d’Ivoire. L’analyse effectuée de la situation du musée Charles COMBES a montré que l’institution se trouve fragilisée à divers niveaux. Le statut juridique controversé

impact sur la gestion administrative du Musée et soulève des difficultés liées à son fonctionnement. Cette situation juridique paradoxale soulève en substance une problématique quant à l'appartenance du musée Charles COMBES et de sa gestion administrative.

En effet, l'arrêté n°3347 du 19 septembre 2013 portant création, attributions, organisation et fonctionnement du Musée Charles COMBES de Bingerville, en article 5 stipule que « le Musée Charles Combes de Bingerville est dirigé par un Directeur nommé par arrêté du Ministre chargé de la Culture. Il a rang de Sous-directeur d'administration centrale ». Le problème de l'appartenance du musée Charles COMBES trouve son fondement dans la situation géographique de son site vu que l'institution muséale et l'école d'art qui est le Centre Technique des Arts Appliqués(CTAA) partagent la même enceinte. C'est pourquoi, les deux structures dans la pratique sont dirigées par un Directeur commun. Pourtant, les textes règlementaires prouvent le contraire. En effet, ces structures appartiennent certes toutes les deux au Ministère de la culture voire des services extérieurs dudit Ministère. Mais elles appartiennent à des directions centrales distinctes.

Effectivement, au regard de l'organigramme et le décret portant organisation du ministère de la Culture et de la Francophonie, le musée Charles COMBES est sous la tutelle de la Direction du Patrimoine Culturel (DPC), précisément, la Sous-direction des Musées, des Sites et Monuments. Le Décret n°2016-508 du 13 juillet 2016 portant organisation du Ministère de la Culture et de la Francophonie stipule en son article 13 que :

.

La Direction du Patrimoine Culturel est chargée notamment :

- de recenser, de conserver, de préserver et de valoriser les sites et monuments historiques du patrimoine national ;
- -de collecter, de classier, de protéger, de conserver et de restaurer les objets ;
- -de développer le patrimoine muséologique national et en faciliter le libre accès ;
- -de mettre en œuvre la protection et la valorisation des centres urbains et quartiers anciens d'intérêt historique ou esthétique... ».
- En substance, elle a pour mission de collecter, de conserver et de restaurer les objets historiques du patrimoine national et les pièces ou objets provenant des fouilles archéologiques Elle comprend quatre sous-directions qui sont :
 - -la Sous-direction des musées, des sites et monuments,
 - la Sous-direction des Arts et des traditions populaires,
 - -la Sous- direction de la promotion des langues nationales.

Quant au Centre Technique des Arts Appliqués, il est sous la tutelle de la Direction de la Formation Artistique et Culturelle (DFAC), particulièrement, la Sous-direction des Etablissements d'Enseignements Artistiques et Culturels. D'après l'article 15 de ce même Décret :

La Direction de la Formation Artistique et Culturelle est chargée :

- de définir la politique générale de la formation,

- De planifier, de mettre en œuvre et d'évaluer l'organisation et le fonctionnement des structures d'enseignement artistique et culturel,
- de coordonner les activités des structures de formation,
- d'élaborer et de mettre en œuvre une politique globale des outils d'accès à la connaissance, à la formation et aux enseignements artistiques et culturels,
- d'assurer les modalités de mise en stage en Côte d'Ivoire et à l'étranger.

La Direction de la Formation Artistique (DFAC) comprend deux Sous-directions que sont :

- la Sous-direction des établissements d'enseignements artistiques et culturels ;
- la Sous-direction de la pédagogie et des conservatoires ».

De facto le Centre Technique des Arts Appliqués est administré par un Directeur nommé par arrêté et qui a rang de proviseur de lycée. Tandis que le musée est dirigé par un Directeur nommé par arrêté ministériel et qui a rang de Sous-directeur d'administration centrale. En effet, ce décret stipule que :

L'analyse des textes régissant le centre et le musée montre clairement que les structures sont distinctes dans leur création, attributions et organisation. Selon le Décret portant création du CTAA, en son article 1 :

« Il est créé sous la tutelle du Ministère de la Culture un établissement de formation, dénommé Centre Technique des Arts Appliqués CTAA.

.....
Son article 9 stipule que : le Centre Technique des Arts Appliqués est administré par un Directeur nommé par arrêté et qui a rang de proviseur de lycée ».

Finalement, cette situation administrative controversée plonge le musée dans une totale ambigüité au niveau de sa gestion.

Cette réalité juridique controversée est accentuée par la gestion ambiguë de l'institution muséale qu'est le musée Charles COMBES et a pour conséquence majeure son manque d'autonomie financière.

2.1.2. Absence de dotation budgétaire

L'analyse fonctionnelle a également révélée que le musée n'est pas doté d'un budget de fonctionnement comme cela devrait être après sa création. Les ressources financières restent insignifiantes pour couvrir les charges essentielles du Musée telles que l'organisation d'activités culturelles, des collectes, des recherches et autres. Il faut noter aussi le manque d'autonomie et l'absence de fonds de soutien au Musée qui provoque le délaissement de certaines activités au regard de l'article 3 de son arrêté de création en 2013. Car dans la pratique le musée ne conserve que les œuvres de Charles Alphonse COMBES et des élèves du centre.

2.1.3. Insuffisance des ressources matérielles, techniques et humaines

Les défaillances qui sont mises en évidence, se situent au niveau des ressources humaines qui sont insuffisantes. En effet, le musée Charles COMBES dispose d'un nombre insuffisant d'agents techniques. Le personnel est estimé à trois agents alors qu'il devrait en avoir sept au préalable. Il

y'a aussi une insuffisance et une inadéquation des ressources matérielles notamment d'entretien et d'exposition. A ce lot viennent se greffer la vétusté du bâtiment, l'exiguïté de l'espace ; l'insuffisance et l'inadaptation de la luminosité, le vieillissement de l'installation électrique.

2.1.4. Insuffisance des activités muséographiques

L'analyse effectuée sur le musée et ses activités (d'acquisition, de conservation, d'animation, d'exposition) et la non fréquentation, montrent clairement qu'en plus de sa situation juridique et administratives controversées ou ambiguës, lesdites activités qui devraient permettre la promotion du musée ne sont pas effectives par manque de moyens financiers particulièrement. Cette méconnaissance du musée par les usagers auxquels il est destiné est également due à la non représentativité de ses collections à l'échelle de la localité de Bingerville. L'organisation des différentes activités muséographiques étant tributaire de lignes budgétaires, son absence constitue une entrave pour l'institution. Ainsi les activités traditionnelles et celles de médiation ne peuvent pas être mises en place pleinement.

2.2. Intégration de la médiation culturelle dans la gestion du musée Charles COMBES

La médiation culturelle se présente comme un moyen efficace de valorisation des institutions patrimoniales. Ainsi faire de la médiation requiert un certain nombre de moyens que toute institution doit avoir au préalable. Ils sont d'ordre humain et matériel. Selon Chaumier et Mairesse (2013), lorsque qu'un professionnel en médiation souhaite

concevoir une action de médiation culturelle, il est nécessaire de se référer à une méthodologie de conduite de projet axée sur des outils humains et matériels. Ces actions sont susceptibles de rendre viable et pérenne les collections du Musée Charles COMBES et permettre la socialisation de la population à la fréquentation des musées.

2.2.1. Activités éducatives

2.2.1.1. Ateliers pédagogiques

La promotion du musée et ses activités auprès du public scolaire semble plus que nécessaire. De plus, l'organisation d'ateliers est une forme alternative de médiation muséale qui donne aux individus la possibilité d'élargir leurs connaissances culturelles. Ils sont plus interactifs que des conférences et donnent aux gens la possibilité d'avoir des discussions avec des médiateurs compétents s'ils le souhaitent.

En effet, les activités éducatives à l'intention des enfants et des jeunes seront plus renforcées. Elles favoriseront le développement des relations entre le musée et les écoles. Il s'agira par exemple d'organiser des visites guidées, des activités d'animation en rapport avec les collections du musée Charles COMBES, des visites découvertes, de créer des parcours jeunes par l'adaptation de la scénographie des expositions permanentes, de la conception des valises-musées, de livrets pédagogiques, de la reproduction d'objets à exposer dans la salle de créativité aménagée pour les visites de groupe. La mise en œuvre de programmes éducatifs sur le patrimoine pour les scolaires au musée deviendrait ainsi une institution au service des communautés et de leur développement. Ces activités se

feront non seulement dans l'institution mais également dans les différents établissements ciblés de la ville. Ce sera un partenariat musée/école et école/musée. Plus explicitement, le musée en plus des actions de communication entreprises à l'endroit de tous les publics, doit entamer une sensibilisation de proximité auprès des écoles muni de trousseaux pédagogiques composées des activités énumérées plus haut. Soit par exemple en procédant par des affichages d'informations du musée sur les tableaux d'affichage, la distribution de brochure des écoles, des invitations personnelles envoyées au personnel administratif et des échanges ou entretiens à travers les différentes cellules consacrées à la vie scolaire pour expliquer les biens fondés de l'éducation muséale etc.

A l'inverse, les établissements à la suite des invitations qui leur sont adressées peuvent organiser en collaboration avec le personnel du musée, la tenue des cours dans certaines disciplines figurant dans leur programme enseignement au musée. Notamment en histoire et géographie bien d'autre. Mais au préalable, il faudrait que le personnel du musée et les enseignants soient formés à cet échange de connaissances. Chaque entité devrait s'approprier les réalités de l'autre car aucune des deux entités n'a pour mission de remplacer l'autre mais de se compléter de sorte à aboutir à un enrichissement mutuel de transmission de savoirs.

2.2.1.2. Conférences

D'autres formes de médiation muséale devraient donc être envisagées, par exemple des conférences, qui conviendraient à un public plus mature. Organiser des

.

conférences parallèlement à l'exposition en cours peut donner au public l'occasion d'acquérir des connaissances plus approfondies sur l'environnement culturel des œuvres d'art du Musée Charles COMBES. Il s'agit d'un cadre moins personnel et plus générique, souvent préféré par les personnes qui préfèrent éviter les interactions avec les médiateurs.

2.2.2. Dispositifs numériques

Bien que les médiateurs culturels en personne soient depuis longtemps la norme dans les musées, les nouvelles technologies du 21^e siècle ont facilité l'introduction de médiateurs culturels numériques. Les médiateurs numériques fournissent aux visiteurs les mêmes connaissances, mais elles sont transmises d'une manière différente. Ils sont populaires et sont extrêmement polyvalents. Non seulement ils sont faciles à utiliser, ils sont flexibles et extrêmement facile d'accès. Toutes les connaissances culturelles, le contexte et des informations précises sont disponibles au bout des doigts, ce qui en fait une option populaire pour les musées du 21^e siècle.

2.2.2.1. Signalétique

Il s'agit de tous les systèmes sémiotiques intentionnels et de tous les autres signes, équivoques mais visibles, qui sont destinés à aider l'utilisateur dans sa visite : panneaux d'accueil ; signalétique ; plan ; document ; plaquette explicative ; dépliant ; distribués dans les gares, les hôtels, les offices du tourisme. Il est en effet, important de bien notifier l'existence du musée Charles COMBES au public en installant des panneaux aux endroits stratégiques de la ville

de Bingerville notamment à l'entrée de la ville et à proximité du Centre Technique des Arts Appliqués. Par exemple, l'on peut faire un grand panneau commun pour les deux structures pour l'instant. Il doit y être mentionné le nom, l'emplacement, les horaires d'ouverture précédée de l'inscription suivante : « LE CENTRE TECHNIQUE DES ARTS APPLIQUES (CTAA) ET LE MUSEE CHARLES COMBES DE BINGERVILLE ».

La confection et la distribution de dépliants, d'affiches et de banderoles doit être privilégiée. Ils seront distribués dans les établissements scolaires, hôteliers, les services et surfaces de Bingerville ainsi que dans les agences de touristes dissimilées dans les autres communes.

Médiateurs numériques ou communication digitale

La publicité par le biais des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) est également nécessaire en vue de promouvoir le musée. Ces canaux sont des puissants vecteurs de vulgarisation. Les informations en ligne consistent à communiquer sur des sites internet principalement sous forme de bannières ou de liens sponsorisés. Le web draine une quantité importante d'annonceurs car le coût est moins élevé que sur les autres médias. De plus les possibilités offertes par le média web permettent un ciblage beaucoup plus fin. C'est une nouvelle technologie d'information qui donnera l'occasion au monde entier de connaître le musée Charles COMBES et ses activités. Il serait intéressant de « Créer une galerie virtuelle en ligne pour faire connaître les pièces réalisées par COMBES » comme le préconise M. Koné. La création d'un site web pour le musée permettra au musée d'échanger ses expositions et diverses activités avec le public et d'autres

musées. En retour, il aura des notions ou de nouvelles expériences des autres institutions travers leurs expositions et différentes activités.

En outre, la communication est désormais incontournable dans toute action partielle ou globale de développement. Et de nos jours, la majeure partie des médias traditionnels tend à disparaître cédant la place progressivement aux médias modernes que sont la radio, la télévision et la presse. Donc, le musée Charles COMBES doit utiliser les médias à des fins de promotion de ses activités. A ce propos, la télé occupe une place de choix parmi les loisirs des ivoiriens, un documentaire, un spot publicitaire et des passages télé doivent être effectués sur les chaînes nationales comme l'a fait les musées des civilisations et le musée national du costume de Grand-Bassam.

2.2.2.2. Audioguides

La promotion des productions plastiques du Musée Charles COMBES impose des réformes numérique de médiation. En effet, la mise en avant de visites virtuelles à travers des outils numériques allant des audio-guides personnalisables aux applications mobiles. Toutefois, il sera opportun de créer des formes médiations numériques à travers des jeux pédagogiques sur la connaissance et l'appropriation des collections muséales pour attirer toujours plus de publics, et notamment les plus jeunes.

2.2.3. Activités culturelles événementielles

La notion d'animation ici renvoie à l'idée d'un centre plus élargi de cultures, d'actions culturelles, d'organisation de spectacles, de séminaires, de conférences, d'ateliers de formation culturelles, de création de clubs d'amis du musée,

de rencontres entre jeunes sur des thèmes animés par les professionnels des musées, d'institution de jeux concours, de parcours pédagogiques. Au musée Charles COMBES, elles sont caractérisées d'abord par :

L'organisation d'expositions à l'endroit des élèves du centre et des professionnels. Pour cela la suggestion émise par les anciens élèves tels que SIABA, TROH Miami et YIRA Issouf de l'école semble la bienvenue. Il s'agit : « d'organiser fréquemment des expositions comme c'était le cas à notre époque. Ces expositions vont permettre à chaque artiste de l'école et d'ailleurs, qu'ils soient élèves, étudiants ou même enseignants de s'exprimer ».

Ce challenge va susciter davantage le goût de l'art notamment le style combes en chacun d'eux. Ces expositions doivent être faites avec les œuvres du musée et celles des élèves du centre. D'ailleurs, ces expositions peuvent être réalisées « sous forme de concours interne avec chacune des spécialités enseignées dans le centre et auquel peuvent être invité les apprenants d'autres établissements tels que l'Institut National Supérieur des Arts et des Actions Culturelles (INSAAC), le Conservatoire Régional des Arts et des Métiers Artistiques (CRAMA) ainsi que des professionnels d'art. Le Centre Technique des Arts Appliqués (CTAA) doit être le lieu des expositions par excellence de sorte à faire connaître le centre, le musée au public de provenance diverses. Ces expositions peuvent se tenir tous les trois mois durant la rentrée académique pour donner la chance à tous les élèves d'y prendre part » (A. G. Ouattara, 2021 : 226).

Ensuite le cadre de l'école servira par moment de lieu pour l'organisation « d'activités récréatives » telles que les

.

journées portes ouvertes, de jeux, de spectacle et concours et de projection de films, de conférences sur des thèmes en relation avec la vie de COMBES, le musée et l'école. Elles seront animées par des professionnels de l'art, de musées et d'autres institutions culturelles et seront à l'intention des populations. Toutes ces activités seront en relation avec les us et coutumes de la population autochtone et allogène et l'histoire de Bingerville.

3. Discussion

De ce travail de recherche, il ressort selon les fondamentaux de la muséologie et de la médiation culturelle que sont les principes et missions, que le musée est un lieu de conservation, de promotion et de diffusion des biens culturels. Dans cette même perspective, le musée a pour mission d'une part de sauvegarder, de conserver et de maintenir les productions culturelles et d'autre part de préserver, de mettre en valeur et de diffuser le patrimoine national. C'est pourquoi, il joue un rôle très important dans le développement des sociétés. Il remplit ainsi trois rôles essentiels à savoir un rôle éducatif, un rôle économique, un rôle culturel ou social/ socioculturel

En définitive, la corrélation entre les fonctions du musée et les missions à lui assignées, en fait un lieu de loisir et de plaisir ; lieu de découverte, lieu de mémoire, un marqueur culturel, une activité culturelle et un rituel tributaire de la médiation culturelle. Mais sans cette médiation permettant une appropriation complète du patrimoine culturel de manière active, l'approche de la culture relèverait d'avantage du domaine de l'abattoir culturel, dont parle G. H. RIVIERE (1989 : 186). A cet instant, elle permet d'améliorer les

conditions d'accueil et une diversification de l'offre muséale. Elle peut prendre la forme d'exposition temporaire, de visites guidées, d'animations et d'ateliers pédagogiques, de conférences, de rencontres organisées avec des artistes etc. Les actions de médiation culturelle sont inscrites dans un contexte culturel, éducatif, social, législatif, politique, économique et technologique particulier. La politique de médiation culturelle d'un musée révèle son approche de l'accessibilité en tant que lieu de partage, de transmission des savoirs et de création d'habitudes culturelles. Par ailleurs, La question de la médiation ne devient un problème, une question, que lorsque ce lien est rompu.

L'effort de recherche a consisté à mettre en évidence la portée de la médiation culturelle dans le processus de valorisation des musées communautaires en Côte d'Ivoire. Ainsi, sous le prisme des réalités analysées par le biais d'un diagnostic fonctionnel, il ressort que des actions de médiation culturelle devraient être implémentées. Ainsi, la médiation culturelle s'impose actuellement dans les sociétés industrialisées en rapprochant les citoyens de l'art et de la culture. Le musée n'échappe pas à ce mouvement de démocratisation et de démocratie culturelle qui souffle depuis quelques décennies sur les institutions culturelles du monde. La plupart des travaux actuels en muséologie abordent la médiation en tant que communication (J. Davallon, 2000 : 219) ; (B. Schiele et E. Koster, 1998 : 36). Elle prend la forme d'une médiation pédagogique à travers l'animation et la vulgarisation du savoir et utilise divers moyens afin de rendre le patrimoine accessible à tous.

M. Gellereau (2007) souligne que la médiation muséale dans le domaine patrimonial est basée sur la volonté de

.

restituer aux publics et de partager avec eux un patrimoine commun, artistique, architectural, scientifique ou industriel, dans la volonté de l'accès à la culture pour tous. À ce titre, en s'insérant dans une logique de démocratisation culturelle, son intervention consiste à former des publics « cultivés ». Il s'agit de la production d'un discours et d'un registre d'actions qui convienne à la fois à la transmission, à l'esprit de partage d'un héritage et à une meilleure gestion du temps libre, dans l'idée d'apprendre, de manière non formelle, en faisant éprouver aux visiteurs et usagers des institutions et des organisations culturelles un plaisir ludique et esthétique (la délectation).

Pour Lugez (2004 :2), la médiation muséale « correspond à l'ensemble des actions mises en place au musée, afin de faciliter et optimiser la rencontre entre les objets/œuvres et les publics ». Selon l'auteure, la médiation muséale s'inscrit dans le cadre d'une réflexion globale sur le musée, sa mission et sa place dans la société. Les outils de médiation culturelle au sein des musées encouragent les visiteurs à apprendre de manière autonome grâce à des participatives. Elle aide les individus à penser de façon autonome, ce qui leur permet de développer une compréhension culturelle plus approfondie.

B. Lamizet (1999 :9) quant à lui souligne que « la médiation représente l'impératif social majeur de la dialectique entre le singulier et le collectif, et de sa représentation dans des formes symboliques ». Ces termes font comprendre que la médiation ne prend réellement sens que dans la société. Elle représente un moyen important pour les échanges, les discussions, les partages entre les différentes entités de la société. Dans le cadre de la recherche

sur la médiation culturelle en tant que vecteur de promotion du musée, la présente thèse adhère à cette idée. Car comme l'affirme encore Lamizet (idem) : « C'est la médiation qui, par sa dimension sociale et culturelle, nous fonde en tant que sujets sociaux et, par conséquent, met en œuvre l'ensemble des dynamiques constitutives de la société ».

Ainsi la médiation de par son caractère social et culturel, contribue fondamentalement à la socialisation des individus et permet de mettre en interaction les différentes formes symboliques qui constituent les relations humaines en société. En substance, pour l'auteur, l'impératif de la médiation est à la fois culturel du moment où elle contribue à la sauvegarde des formes et langages de représentations, et politique parce qu'elle permet la mise en œuvre d'un système de significations et de représentations.

Face à l'importance de la médiation culturelle dans la valorisation d'un musée nous avons émis des solutions susceptibles de booster les activités du Musée Charles COMBES. Pour M. Paquin (ATPS, 2015), proposer des médiations « différenciées » aux publics, actuels ou potentiels, apparaît également crucial dans le rôle du médiateur muséal, car ces médiations menées en ce sens au musée et à l'extérieur de celui-ci ne sauront que mieux garantir la qualité de l'accueil fait aux publics et la prise en compte de leurs besoins.

La plupart des travaux actuels en muséologie abordent la médiation en tant que communication (J. Davallon, 2000 :219) ; (B. Schiele et E. Koster, 1998 :36) comme nous l'avons susmentionné. Elle prend la forme d'une médiation pédagogique à travers l'animation et la vulgarisation du

.

savoir et utilise divers moyens afin de rendre le patrimoine accessible à tous.

Pour Lugez (2004 :2), la médiation muséale « correspond à l'ensemble des actions mises en place au musée, afin de faciliter et optimiser la rencontre entre les objets/œuvres et les publics ». Selon l'auteure, la médiation muséale s'inscrit dans le cadre d'une réflexion globale sur le musée, sa mission et sa place dans la société.

La médiation culturelle est en effet, selon Annabi (2014: 46-47) la nouvelle forme d'activité muséale qui vient rompre avec les anciennes pratiques du musée pour lui donner un nouveau visage. C'est pourquoi la médiation « doit prendre plus d'importance dans la gestion d'un musée et dans ses rapports avec son public ». Dès lors, le musée de nos jours est « investi d'une autre mission qui est celle de répondre à la demande du consommateur représenté ici par le visiteur, satisfaire ses besoins en diffusant d'une manière simple et attractive des informations répondant à ses interrogations, axer les programmes selon ses demandes et enfin, lui assurer un profit culturel et éducationnel tiré de sa visite au musée ». En plus de cela, cette nouvelle vision confère au musée actuel une autre mission qui fait qu'il devient « l'élément de liaison entre un passé concrétisé par des collections riches mais inertes comme c'est le cas au musée COMBES et un présent représenté par un public exigeant désireux d'être pris en compte et conscient de son rôle de détenteur de connaissances ». Toutefois, cette nouvelle mission ne peut être viable que si l'on réaménage, réajuste, réorganise ses services offerts en vue de transmettre des informations certes fiables mais attrayantes et accessibles à toutes les catégories de publics de sorte à redynamiser le musée.

Conclusion

Cette étude a porté sur l'« apport de la médiation culturelle dans la valorisation du musée Charles COMBES de Bingerville ». Il s'est agi pour ce travail de recherche d'analyser l'apport de la médiation culturelle dans la valorisation du musée Charles COMBES de Bingerville. Nous avons à ce titre, effectué un diagnostic. Celui-ci a décelé des défaillances au niveau infrastructural, financier, matériel, juridique et administratif ainsi qu'une insuffisance des activités de promotion des collections. Ce dysfonctionnement a contribué à la méconnaissance du musée Charles COMBES du public notamment la population de Bingerville.

Au terme de notre étude, nous notifions que la valorisation du musée COMBES nécessite l'instauration d'activités de médiation car « C'est la médiation qui, par sa dimension sociale et culturelle, nous fonde en tant que sujets sociaux et, par conséquent, met en œuvre l'ensemble des dynamiques constitutives de la société ». B. LAMIZET (1999 : 9). Ainsi la mise en place de médiateurs culturels pédagogiques, numériques et artistiques fera du musée un lieu d'attraction et de consolidation de liens sociaux. En outre, cela permettra d'accroître fortement les visites. Toutefois, la médiation culturelle est certes un vecteur de promotion des institutions muséales, mais elle pourrait constituer des limites d'un point de vue de sa mise en œuvre et de son appropriation.

Références bibliographiques

- AKAFFOU Yao Saturnin Davy, 2014, « *Patrimoine et développement durable en Côte d'Ivoire : une contribution à partir d'un archétype d'écomusée d'ethnoarchéologie et écotourisme* », *Revue d'histoire d'arts et d'archéologie africaine* GODO GODO, n° 24, Educi, p 149-155.
- ANNABI Chedlia, 2014, *Manuel de gestion des musées africains*, publications de l'Organisation islamique pour l'Education, les Sciences et la Culture - ISESCO / UNESCO 1435H, Rabat, 135 p.
- Arrêté n°3347MCF/cab du 19 septembre 2013 portant création, attributions, organisation et fonctionnement du Musée Charles combes de Bingerville
- CAILLET Elisabeth, 1995, *A l'approche du Musée, la médiation culturelle*, Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 306 p
- CHAUMIER Serge, 2003, « Quelle exposition, quel média et pour quel public ? », *Médiamorphoses*, n° 9, p. 58-62.
- DAVALLON Jean, 2000, *L'exposition à l'œuvre, Stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris. L'Harmattan, collection Communication, 378 p.249
- GELLEREAU Michèle. 2000, « Médiation des cultures, Actes des journées d'études 26-27 mars 1999 », *Maison de la Recherche, Université de Lille 3*. Lille : Editions du Conseil Scientifique de l'Université Charles de Gaulle. Lille 3, collection Travaux et recherches, 160 p.

- LAMIZET Bernard, 1999, *La médiation culturelle*, Paris, l'Harmattan, collection Communication et Civilisation, 447
- MAIRESSE, François., 2006 : « Les cabinets de curiosité à l'époque du téléphone portable », dans *La vie des musées*, n° 20, p. 173-178.
- MEDIATION Culturelle Association, 2008, « Charte déontologique de la médiation culturelle », Disponible sur http://www.mediationculturelle.net/wp-content/uploads/Charte_Mca.pdf, p 5, consultée le 31/10/2019 à 21h10
- OUATTARA, Gnouobere Affou, 2021, *La médiation culturelle et stratégies de valorisation du musée Charles COMBES de Bingerville*, thèse de Doctorat, IRES-RDEC Togo, 323p.
- PAQUIN Maryse, 2015 : « Médiation culturelle au musée : Essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence. Animation, territoires et pratiques socioculturelles », 8. Disponible sur <http://www.atps.uqam.ca/>, consulté le 20-06-2018
- RIVIERE, Georges Henri, 1989, *La Muséologie selon Georges Henri Rivière : cours de muséologie, textes et témoignages*, Paris, Edition Dunod, 402 p
- SCHIELE Bernard et KOSTER Emlyn, 1998, *La révolution de la muséologie des sciences : vers les musées du 21ème siècle*, Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 493 p.