



REPUBLIQUE DU BENIN



MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE (MESRS)

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ARTS, D'ARCHEOLOGIE
ET DE LA CULTURE (INMAAC)

MEMOIRE DE FIN DE FORMATION POUR L'OBTENTION DE LA
LICENCE PROFESSIONNELLE

Filière : ADMINISTRATION CULTURELLE

MEDIATION CULTURELLE DANS LES MUSEES NATIONAUX : CAS DU MUSEE HONME PORTO-NOVO



Réalisé par :

Josette Émeline CODJIA

Sous la direction de :

Dr Opêoluwa Blandine AGBAKA

Enseignante chercheure à l'INMAAC,
Maître Assistant (CAMES)
Gestionnaire du patrimoine Culturel,
Archiviste Courriel



Promotion 2019 - 2020

AVERTISSEMENT

L'INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ARTS, D'ARCHEOLOGIE ET DE LA CULTURE DE L'UNIVERSITE D'ABOMEY –CALAVI N'ENTEND DONNER AUCUNE APPROBATION, OU IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES DANS CE MEMOIRE. CES OPINIONS DOIVENT ETRE CONSIDEREES COMME PROPRES A LEURS AUTEURS.

REMERCIEMENTS

Qu'il me soit permis de remercier :

Professeur Romuald TCHIBOZO, actuel Directeur de l'INMAAC.

Dr Opêoluwa Blandine AGBAKA, Enseignante chercheur et chef département des Arts et Culture à l'INMAAC.

- Mireille AMEDE GBAHOUNME, conservatrice du musée Honmè de Porto pour sa disponibilité.
- Mr KEHOUNKE Roméo, pour la réalisation de ce document.
- Tous les enseignants de l'INMAAC pour leur patience et soutien tout au long de notre formation ;
- Tout le personnel de l'INMAAC ;

Tous les camarades de ma promotion pour leur patience et considération envers ma personne en particulier ceux de la filière Administration Culturelle

DEDICACES

À

- Ma très chère maman QUENUM Lydia pour ses conseils et son soutien tout au long de ma formation.
- Mon bien aimé SINGBO Jacques pour son soutien de tous genres.
- Mes enfants Alex, Maël, Maëva et Moreen

RESUME

La médiation dans les musées correspond à l'ensemble des actions mises en place afin de faciliter et d'optimiser la rencontre entre l'œuvre et le public. Elle s'inscrit dans le cadre d'une réflexion sur le musée, ses missions, sa place dans la société et les pratiques culturelles. Aujourd'hui la médiation occupe une place incontournable dans le musée de par sa vocation de diffusion et de mise à disposition des collections. Elle recouvre différents champs d'actions et de compétences : connaissance des collections et des visiteurs, mise en place de dispositifs de médiation et animations adaptées, définition d'une programmation et d'une politique des publics, muséographie et scénographie.

Il s'agit dans cette étude, de faire l'état de lieux de la médiation, apprécier et faire de nouvelles suggestions pour une meilleure médiation dans le musée Honmè de Porto- Novo.

Mots clés: Médiation culturelle, Musée(s), Exposition(s), Public(s), Porto-Novo .

ABSTRACT:

Mediation in French museums squares with whole the actions made to facilitate and strengthen the meeting between the visitor and the work of art. It is in keeping with a reflection about museums and art galleries, their functions and roles in society and cultural practices of French people. Nowadays mediation has a central role in museums thanks to its aptitude for spreading and because it places the collections at the visitors disposal. It covers up different kinds of animations and abilities : knowledge of collections and visitors, putting into practice animations, definition of a programme planning for visitors, museography and scenography.

Keywords: Cultural mediation, Museum(s) Exhibition(s), Public, Porto-Novo

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Connaissance sur le musée Honmè	29
Tableau 2 : Connaissance sur la visite du musée.....	30
Tableau 3 : Connaissance sur la visibilité du musée Honmè.....	31
Tableau 4 : Connaissance sur les TIC.....	32
Tableau 5 : Les TIC peuvent-elles contribuer à rendre visible et valoriser le musée Honmè.....	33
Tableau 6 : Notion sur la médiation dans les musées.....	34
Tableau 7 : Connaissance sur la présence d'un médiateur au musée Honmè	35
Tableau 8 : Stratégie de médiation au musée Honmè	36
Tableau 9 : Importance de la médiation au musée Honmè.....	37
Tableau 10 : Rôle du musée Honmè	38
Tableau 11 : Contribution à l'amélioration de la fréquentation du musée honmè	39

LISTES DES SIGLESACRONYMES ET ABREVIATIONS UTILISES

ICOM : Conseil International des Musées

JPN : Jardin des Plantes et de la Nature

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et de la Culture

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE ET REVUE BIBLIOGRAPHIQUE	4
I.1 Choix de la problématique	5
I.2 REVUE DE LA LITTERATURE	8
CHAPITRE 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE	16
II. Les outils de prospection	17
II.1 Choix de la méthodologie de l'étude : méthodes empiriques.....	17
II.2 Mobilisation	18
III. Présentation de la structure d'accueil pour le stage.....	19
III.1. Présentation du musée HONME de Porto-Novo	19
III.2 Analyse de l'expérience	27
CHAPITRE 3 : RESULTATS ET DISCUSSION	28
III.1 PRESENTATION DES RESULTATS.....	29
III.2 DISCUSSION	40
III.3 PROJET PROFESSIONNEL	46
CONCLUSION.....	62
REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE	a
ANNEXE.....	c
TABLE DES MATIERES	h



INTRODUCTION

INTRODUCTION

La promotion du patrimoine culturel constitue un des piliers du développement de l'Afrique et plus précisément celui du Bénin. Bénin terre d'hospitalité, se signale et se singularise par son riche patrimoine culturel. C'est un pays d'une mosaïque de culture.

L'internationalisation du secteur culturel fait naître, de par le monde, de nouvelles approches de management des entreprises culturelles, institutions et biens culturels. Des outils innovants et technologiques ayant fait leur preuve dans bien d'autres secteurs du développement sont ainsi mis à contribution et au service du patrimoine culturel, trace identitaire des peuples, pour en assurer, entre autres, la conservation, la sauvegarde puis la diffusion en rapport avec la valorisation.

Notre pays le Bénin, pays de l'Afrique de l'Ouest, très riche culturellement, ambitionne, d'une part, de soigner son image, rendre visible et valoriser son patrimoine culturel, et d'autre part, de tirer profit de ses biens identitaires et patrimoniaux, en les faisant consommer aux nationaux, aux visiteurs et touristes étrangers par tous les moyens, surtout technologiques.

A partir d'un état des lieux, nous avons essayé de savoir s'il existe des stratégies de médiation, de valorisation mises en place au musée Honmè. Nous avons interrogé les professionnels des musées et les non-professionnels sur leur connaissance et fréquentation des institutions muséales, l'intérêt d'introduire ou non les TIC au musée en vue de suggérer des outils numériques ou informatiques comme moyens de diffusion, de valorisation, pouvant aider à rendre visibles les collections et immeubles, et partant susciter la visite du musée.

Ce mémoire voudrait aider le musée Honmè à adopter l'usage des outils numériques et autres dans sa stratégie de médiation dans le but de se rendre visible à un public plus large de plus en plus orienté vers les TIC, et à accroître le flux des visiteurs et générer plus de ressources pour leur fonctionnement.

Pour cette étude, nous allons adopter un plan dont les grands axes portent sur le ciblage de la problématique et la revue de littérature, la méthodologie adoptée puis les résultats et la discussion.

**CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE ET
REVUE BIBLIOGRAPHIQUE**

Ce premier chapitre est consacré au choix de la problématique, à sa justification, aux objectifs et hypothèses de l'étude.

I.1 Choix de la problématique

L'introduction de l'institution muséale en Afrique en général et au Bénin en particulier s'est fait à l'avènement de la colonisation. Le premier objectif de ces musées coloniaux était donc de collecter des objets pour montrer la culture des peuples colonisés aux Occidentaux. Les musées à l'origine n'étaient donc pas destinés aux populations locales. C'est avec les indépendances que les musées hérités de la colonisation feront l'objet de réappropriation par les autorités nationales. Cette appropriation des musées vise désormais à en faire des outils de préservation du patrimoine culturel et de l'histoire des peuples au Bénin.

Porto-Novo, l'une des plus grandes villes du Bénin reste un réservoir du patrimoine culturel à savoir les biens meubles et immeubles, puis l'immatériel qui renseignent sur des pans de l'histoire du pays. Le musée Honmè qui fait l'objet de notre mémoire est une illustration avec ses biens historiques, culturels et cultuels. Il est aussi un label patrimonial dont l'historique retrace la courbe des actes de bravoure des souverains de l'ancien royaume de Xogbonou. Il est plus qu'un musée et vu sous cet angle, il est supposé être protégé, conservé, valorisé et promu par les moyens et canaux appropriés pour servir, non seulement la postérité, mais également le continent et le monde par ses richesses patrimoniales. Car, le patrimoine culturel tout comme la culture, n'a de sens que lorsqu'il est conservé, valorisé, diffusé. Ce qui, hélas, peine à se concrétiser pleinement de nos jours

En dépit de son intérêt pour l'histoire, la science, la culture, l'art, le tourisme et les communautés, le musée Honmè et ses riches atouts sont inconnus ou à peine connus du grand public. Il draine peu de visiteurs. Par ailleurs, les nouveaux enjeux tels que la forte concurrence dans le milieu culturel et patrimonial, la nécessité d'ouvrir les musées au monde pour une grande fréquentation et

attractivité des touristes, puis le souci d'accroissement des recettes au sein des institutions muséales, constituent tout aussi de sérieux défis à relever par le musée Honmè. Dans le but de proposer des solutions à ces difficultés de diffusion des activités du musée, nous nous sommes penchés sur la médiation culturelle et ses techniques dans le musée Honmè.

Aujourd'hui la médiation culturelle occupe une place incontournable dans l'institution muséale de par sa vocation de diffusion et de mise à disposition des collections pour les publics. Elle recouvre différents champs d'action et de compétences : connaissance des collections et des visiteurs, mise en place de dispositifs de médiation et animations adaptés, définition d'une programmation et d'une politique des publics du musée.

C'est dans cette optique que s'inscrit le thème de notre mémoire qui s'intitule « La médiation culturelle dans les musées nationaux du Bénin : Cas du musée Honmè ».

I.2 Justification et importance de la problématique.

Les musées en tant que lieux d'éducation, de loisir et de culture ne sont malheureusement pas fréquentés par bon nombre de béninois. Pour renforcer la communication avec les visiteurs des musées nous avons pensé à la médiation culturelle qui se définit comme « un processus de mise en relation des individus avec d'autres cultures de manière transparente et informative. En tant qu'êtres humains, nous avons un large éventail de liens avec diverses cultures et sociétés, qui ne sont pas toujours faciles à identifier et à déchiffrer dans le contexte plus large de nos vies et du monde. Les milieux sociaux auxquels nous nous exposons proposent des possibilités intrigantes et passionnantes, mais ces possibilités ne sont toujours faciles à saisir et à comprendre. C'est là qu'intervient la médiation culturelle. C'est alors le processus qui consiste à aider les individus à comprendre pleinement les cultures alternatives par implication et la participation.

La médiation culturelle au Musée Honmè serait donc une approche efficace pour améliorer la visibilité du musée auprès des Béninois et des étrangers.

I.3 Objectifs et hypothèses de l'étude.

I.3.1 Objectifs de l'étude

Notre travail poursuit un objectif général qui est subdivisé en trois objectifs spécifiques.

I.3.2 Objectif général

Notre étude vise à montrer l'importance de la médiation culturelle dans le musée Honmè.

I.3.3 Objectifs spécifiques

Cet objectif général se décline en Trois (03) objectifs spécifiques

1. Diagnostiquer les difficultés de la médiation culturelle au musée Honmè ;
2. Identifier quelques outils majeurs de médiation pour améliorer les visites au musée Honmè;
3. Proposer des moyens de mise en place d'une bonne médiation culturelle au musée Honmè.

I.3.4 Hypothèses de l'étude

Pour mener à bien notre travail, nous avons formulé ces hypothèses.

Hypothèse 1 : Le faible pouvoir d'achat des populations serait à la base de la non fréquentation du Musée.

Hypothèse 2 : L'ignorance de ces lieux culturels serait la cause de la faible fréquentation des publics.

Hypothèse 3 : L'absence d'une véritable politique de médiation culturelle dans le musée serait à la base des plaintes observées chez les visiteurs de ce musée.

I.2 REVUE DE LA LITTERATURE

I.2.1 Approche conceptuelle de la médiation culturelle dans les institutions muséales

L'expression « Médiation culturelle » est aujourd'hui utilisée comme allant de soi et comme désignant des activités et un domaine bien identifiés, à tout le moins pour les mondes de l'art et de la culture, au regard des disciplines qui s'y intéressent et dans les formations au service de l'art. Force est de constater au fil des articles, ouvrages et colloques consultés que la diversité et parfois les divergences des points de vue exposés amènent à une vision contractée rendant la définition de la médiation culturelle malaisée. Trop précise, elle confond et superpose à d'autres domaines, par exemple celui de l'animation, de l'action culturelle, de la sensibilisation, de l'éducation artistique et culturelle etc.

En effet, la médiation culturelle se définit généralement par sa fonctionnalité. Celle-ci « vise à faire accéder un public à des œuvres et son action consiste à construire une interface entre deux univers étrangers l'un à l'autre (celui du public et celui, disons, de l'objet culturel) dans le but précisément de permettre une approbation du second par le premier » (Davalon, 2004). La médiation culturelle désigne plus largement « des dispositifs et les catégories d'acteurs qui participent à leur conception, puis à leur diffusion-mise en œuvre » : Caillet et Jacobi (2004,77).

La médiation comporte donc différents métiers, variables selon la taille des structures dans laquelle elle s'exerce, le contexte artistique et culturel dans lequel elle s'inscrit. Elle semble faire appel des notions et champs d'actions variés : activité pédagogique et action éducative, animations, diffusion culturelle, aide à la visite, etc. L'élément essentiel reste le dialogue entre les œuvres et leurs récepteurs, les spécialistes et les publics : elle consiste en un va-et-vient entre ceux qui savent et ceux qui ne savent pas. Une approche sociologique de la question complète cette définition en mettant l'accent sur la médiation comme tout ce qui

intervient entre une œuvre et sa réception et faisant partie des efforts de diffusion adressés des publics élargis.

L'Ordonnance 45-1546 du 13 juillet 1945 (France), énonce dans son article 2, qu' « est considérée comme musée, au sens de la présente ordonnance, toute collection permanente et ouverte au public, d'œuvres présentant un intérêt artistique, historique ou archéologique Communiquer avec les publics comme un moyen de médiation dans nos musées.

I.2.2 Approche conceptuelle du musée

L'institution du musée dérive des cabinets de curiosités (commencez par une brève historique du musée) voir les documents suggérés et autres sur le net ;

Pour Georges Henri RIVIERE (2009, 277), premier directeur de l'ICOM, le musée est « Une institution au service de la société, qui acquiert, conserve, communique et présente à des fins d'accroissement du savoir, de sauvegarde et de développement du patrimoine d'éducation et de culture des biens, représentatifs de la nature et de l'homme ». Selon le Conseil International des Musées (ICOM), « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation »

I.2.3 Aperçu de l'institution muséal au Bénin

Les musées sont souvent des institutions spécialisées qui se catégorise principalement comme suit :

- les musées d'archéologie ;
- Les musées d'art ;
- Les musées de Beaux-arts ;

- Les musées des arts décoratifs ;
 - Les musées d'histoire ;
 - Les musées des sciences ;
 - les musées d'histoire naturelle ;
 - Les musées de techniques
 - Les musées ethnographiques
- Les musées de sociétés, etc.

Au Bénin, nous avons principalement des musées ethnographiques, d'histoire et de la nature. Le paysage muséal au Bénin est constitué des musées nationaux comme : le Musée ethnographique Alexandre Sènou Adandé (MEASA) ; le Musée Honmè ; le Musée historique d'Abomey ; le musée historique de Ouidah, le musée plein air de Parakou, etc. Nous n'allons pas oublier les musées privés tels que : le Musée da Silva ; le musée de Beaux-Arts de la fondation Zinsou à Ouidah., etc.

I.2.4 Musée et rôles dans la société.

Bruno- Nassim Abouddrar attribue quatre missions au Louvre originel, en constatant qu'elles sont toujours d'actualité et valent pour tous les musées d'art : « Le musée doit exposer le patrimoine qu'il conserve, éduquer et procurer du plaisir. » En 1922, Jean Capart, conservateur en chef des musées royaux d'Art et d'Histoire à Bruxelles, assigne deux missions au musée : scientifique et interne d'une part, éducative et de communication extérieur d'autre part. Peter van Mensch a proposé un modèle appelé PRC et adopté par l'Ecole de Brno. Ce modèle structure les missions muséologiques selon trois axes : la conservation(Préservation), l'étude (Recherche) et la communication (Communication). (*LA MUSEOLOGIE*, pp 70 à 99)

Au Bénin, le musée n'est pas seulement un centre de dépôts d'objets sans vie ; comme affirme, Félix IROKO (1984) : « Il participe à l'élaboration de la connaissance scientifique, notamment la recherche scientifique historique ».

Les musées dépassent donc leur mission de promotion de l'action éducative et culturelle. Ils tendent désormais à contribuer à l'amélioration de la qualité des connaissances des apprenants et des apprentissages scolaires en touchant à diverses disciplines.

A titre indicatif, nous avons le cas du musée de Honmè. Le musée HONME de Porto-Novo ancien palais royal, transformé en musée et inauguré le 05 Février 1988, possède une charge historique pour avoir été le centre d'exercice du pouvoir royal pendant les trois siècles d'existence du royaume de Porto-Novo ou Xogbonou de Tê-Agbanlin, alors ce palais royal est maintenant transformé en musée pour la reconstitution de la vie sociale de la cour.

En ce qui concerne ce que le musée apporte à la ville de Porto-Novo, nous pouvons dire que déjà sur l'aspect touristique, la ville est visitée on parle d'attraction des touristes. Sur le plan économique, les hôtels profitent économiquement des séjours des touristes, on parle de devise qu'apporte le musée à la ville de Porto-Novo. Le musée constitue un pilier de développement de la ville à travers l'architecture qui est un label pour la ville. Il y a également la cohésion sociale en se sens que les familles autrement disloqués se réunissent au tour de la même cause, du même centre d'intérêt.

I.2.5 La médiation culturelle dans les musées.

❖ La mise en œuvre de la médiation culturelle dans les musées

Selon François Mairesse (2015, 12), le médiateur n'est pas toujours celui qui apporte, notamment de l'information. Il peut se présenter, et sans doute le fait il de plus, comme celui qui favorise l'expression des participants, leur écoute et

leurs mises en dialogues. Il apparaît alors comme un stimulateur, un régulateur des échanges pour autoriser et déployer la prise de parole.

L'accompagnement du visiteur commence par l'accueil qui traduit le début d'une politique de communication en direction des publics, fait du musée un espace neutre, d'absence de jugement, et prend en compte les spécificités de l'institution et les met en lumière.

La communication dans l'exposition a ceci de particulier qu'elle est décalée dans le temps, le concepteur n'est pas présent en même temps que le visiteur. Par ailleurs, Elisabeth Caillet (1994, 29) souligne l'importance du dialogue entre l'institution, via le médiateur, et le visiteur par opposition l'exposé magistral : « Il ne peut s'instaurer que si on part de l'analyse de la demande des publics et de ce qu'ils cherchent quand ils vont au musée et non plus des collections et de la volonté qu'on peut avoir de les donner ». L'accompagnement passe d'abord par les interventions des conférenciers ou des médiateurs qui reposent autant sur leur personne que sur leur voix. Celle-ci est le principal outil de médiation et constitue une interface nécessaire.

❖ La muséographie comme outil de médiation culturelle dans les musées

La muséographie est un agencement de divers éléments qui remet en jeu les objets dans un contexte muséal et contemporain : « Elle conforte et ordonne, elle met en valeur et articule les œuvres et documents afin de donner, voir et éprouver le sens qui naît de leur rencontre. » disait Joseph Van Praët (2012, 99). Pour Serge Chaumier, la muséographie « regroupe les techniques de mise en valeur des collections au sein des musées. » Lorsqu'il s'agit de la réalisation d'une exposition temporaire, on parle alors d'expographie, et plus souvent aujourd'hui de scénographie. La muséographie fait partie de la médiation et sert d'expériences à la visite. Les médiateurs cherchent ainsi à mettre en place des démarches d'interprétation et aides pertinentes. Par l'accompagnement la visite et les outils

mis en place, le visiteur peut donc être plus autonome et s'approprier l'exposition.

Il s'agit des textes signalétiques, les étiquettes et cartels, les textes affichés et intégrés, des panneaux placés dans les espaces d'exposition, supports du discours quelle véhicule et vecteurs d'informations scientifiques et techniques. Ils constituent une unité autonome mais ne sont consultés intégralement que par une minorité de visiteurs.

Nous allons aussi attirer l'attention sur la place de l'audiovisuel dans l'exposition et son utilisation dans la médiation. Elisabeth Caillet souligne un problème intéressant : « Le film d'art commente une œuvre qui est déjà elle-même un commentaire sur le réel ». Il risque de rivaliser avec l'œuvre et certaines contradictions peuvent apparaître entre les deux parties.

❖ La médiation culturelle par technologie dans les musées.

La production audiovisuelle et multimédia du musée, destinée à la visite ou à la diffusion, aide les publics à créer des liens avec l'institution et ses collections : préparer ou prolonger la visite, établir des liens entre ce que l'on voit et ce qui a disparu, ou entre ce que l'on voit et ce qui est conservé ailleurs. Le multimédia au musée désigne une partie des technologies numériques utilisant les médias son, image et texte pilotés par ordinateur. Ces productions se sont développées avec l'expansion de l'Internet et visent à élargir l'éventail des publics, offrir de nouveaux éléments de promotion et de diffusion des collections. Divers supports apparaissent : les CD-Rom, essentiellement des produits éditoriaux destinés au grand public, les bornes interactives et les sites Internet. La spécificité de la médiation par ces technologies consiste, insiste Gaël Vidal (2000, 86), à « proposer un accès aux sources des données muséales et les musées, garants des savoirs, produiraient des parcours hyper médiatiques développant la lecture des documents sources.

Enfin, le musée se trouve dans le système des sites web, des fora en ligne, un support délibératif, une occasion de débat et d'échange. Pour préparer la visite, on peut prendre connaissance de la version électronique des œuvres avant de les voir. L'imagerie scientifique y trouve aussi un moyen de diffusion : on peut présenter au public les différentes couches sous-jacentes d'une peinture ou les étapes d'une restauration. L'accès aux bases de données et sites Web permettra aux étudiants et chercheurs de travailler à distance sur les objets.

I.2.6 La place du médiateur dans la médiation culturelle.

Un médiateur culturel est un professionnel dans le domaine ayant suivi une formation plus longue (licence, master, doctorat), il participe aux projets culturels en amont et en aval c'est à dire il participe à la conception, à la réalisation et la diffusion du projet. Il conçoit également les outils d'animation en collaboration avec le conservateur. Il peut aussi à rechercher de partenaires. Tandis que le guide, sa formation est moins longue et il participe aux projets uniquement en aval c'est à dire à la fin du projet.

Très sollicités, les médiateurs se situent aujourd'hui à la croisée du politique, du social et de l'esthétique, occupant une position devenue centrale, mais jonglant entre différents statuts et postures, n'évitant pas, de fait, écueils, confusion des genres. Car la médiation, au delà de ces réflexions, renvoie concrètement d'une part à un métier, donc à une fonction professionnelle et sociale spécifique articulée autour de son savoir faire et, compétences et de connaissances.

I.2.7 La diachronie des médiations reliées à la vie d'une exposition.

La diachronie des médiations reliées à la vie d'une exposition selon Daniel JACOBI se déroule en 4 étapes à savoir :

- ❖ La Médiation avant l'exposition

- ❖ Dès l'ouverture de l'exposition
- ❖ En vitesse de croisière
- ❖ Au sein du public



CHAPITRE 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE

Ce deuxième chapitre est consacré aux outils et techniques de recherches adoptés pour la réussite de notre étude, à la présentation du lieu de stage et à l'analyse de l'expérience.

II. Les outils de prospection

II.1 Choix de la méthodologie de l'étude : méthodes empiriques.

II.1.1 Approches empiriques

Afin de donner un caractère scientifique à notre étude nous avons choisi de suivre les trois (03) méthodes suivantes pouvant nous permettre de collecter les informations nécessaires à la réalisation de notre étude. Il s'agit de :

➤ Observation directe

La méthode d'observation directe nous a permis de faire l'état des lieux sur la médiation dans le musée de Honmè.

➤ L'enquête

L'enquête est une technique de collecte d'informations permettant d'obtenir à partir de questions posées à un échantillon représentatif, des informations estimées à l'ensemble d'une population. Ainsi, comme outil de collecte d'information, nous avons choisi le questionnaire.

Un questionnaire, c'est l'ensemble des questions relatives à un sujet et qui permet de recueillir des informations.

Avant la distribution de notre questionnaire, nous avons d'abord procédé à l'identification à notre population cible constitué de : des gestionnaires des musées, des usagers et des populations. Ensuite, nous avons effectué l'échantillonnage : le questionnaire a été adressé à 50 personnes composées des personnels du musée (10 personnes), les visiteurs et la population (40 personnes). Enfin nous avons retenu comme technique de dépouillement : le traitement manuel des données collectées.

➤ **Recherche documentaire**

La recherche documentaire est une démarche systématique, qui consiste à identifier, récupérer et traiter des données publiées ou non. Cette identification des informations est une étape indispensable à toute synthèse des connaissances dans plusieurs domaines. Elle doit être la plus pertinente possible donc elle nécessite une parfaite connaissance des différentes sources d'information ; la maîtrise des outils et des stratégies de recherche

Dans le souci de mieux éclairer notre thème de mémoire, nous avons procédé à la collecte des ressources documentaires ayant trait avec la médiation dans les musées.

II. Analyse des informations

II.2 Mobilisation

Notre population cible est composée du personnel du musée. Pour la collecte des données nous avons utilisé trois (3) outils à savoir : la documentation, l'entretien et le questionnaire de recherche.

➤ **Recherche documentaire**

Les premières recherches dans le cadre de cette étude ont consisté à consulter la documentation portant sur la médiation dans les musées nationaux en général et celle du Benin en particulier.

➤ **L'entretien**

Grâce à l'entretien, nous avons pu discuter avec les conservateurs du musée Honmè, les usagers et quelques populations.

➤ **Le questionnaire**

Le questionnaire de recherche nous a quant à lui permis de connaître l'opinion des usagers surtout sur la méthode de médiation qu'adopte les conservateurs du musée.

III. Présentation de la structure d'accueil pour le stage

III.1. Présentation du musée HONME de Porto-Novo

III.1.1 Localisation du musée

Au cœur de l'ancien royaume de Xogbonou, très légendaire par son histoire, est construit le palais royal de Porto-Novo, devenu musée Honmè après des travaux de restauration et ouvert au public le 05 Février 1988.

Il est situé sur l'Avenue Liotard, rue 144, au quartier Avassa, l'un des anciens quartiers historiques de Porto-Novo, département de l'Ouémé, et regorge d'énormes potentiels au triple plan historique, culturel et cultuel. Il couvre une superficie de 2 hectares 500. Il est limité au nord par le temple Ogagbami, au sud par le temple des pythons, à l'est par le quartier Akpassa et à l'ouest par la mosquée d'Avassa.

III.1.2 Contexte historique

L'histoire du royaume de Hogbonou est un patrimoine immatériel dont les sages des lignées royales détiennent encore l'authenticité. Elle est également consignée dans plusieurs documents consultés à l'instar de la monographie intitulée « Porto-Novo, Ville d'Hier et d'Avenir », publiée la première fois en 1972 par l'auteur Jean-Pierre Agondanou, administrateur civil, ancien délégué du gouvernement et Chef de la Circonscription urbaine de Porto-Novo.

Ce livre renseigne que Porto-Novo, ancien royaume de Hogbonou, capitale de l'ancien Dahomey devenu Bénin, chef-lieu du département de l'Ouémé et cité à vocation administrative bâtie au bord de la lagune, fut fondée au XVIIe siècle, précisément en 1688, par le souverain Tê-Agbanlin, issu du groupe socio-ethnique Goun. En 1729, il rend l'âme, laissant le contrôle et le pouvoir de la royauté.

Après le fondateur Tê-Agbanlin, le royaume de Porto-Novo a connu vingt-quatre (24) souverains dont dix-huit (18) rois et six (06) chefs supérieurs qui se sont succédé, selon les rites et pratiques de la royauté.

Parmi les dix-huit (18) rois et l'ensemble des souverains qui ont dirigé le royaume, DèToffa reste un roi légendaire, charismatique et autoritaire qui a marqué les générations. En témoigne son imposante statue à l'entrée de la ville de Porto-Novo pour perpétuer son histoire.

L'ensemble des souverains se sont installés dans le palais royal de Porto-Novo construit à l'origine par Tê-Agbanlin. Cet endroit reste donc le lieu privilégié d'exercice du pouvoir. Ils y sont restés tous au cours de leurs règnes respectifs avec leurs proches collaborateurs au nombre desquels les ministres ou « Mito » en langue goun, les dignitaires et serviteurs royaux ou « Lali » qui s'engageaient à servir fidèlement et sans bornes le roi, puis les reines ainsi que les reines mères qui les aidaient à diriger la royauté.

Après l'abolition de la traite des esclaves en 1848 et surtout l'effritement du pouvoir des souverains dans le royaume au temps de la colonisation, le palais royal de Porto-Novo a été abandonné pendant des années et est tombé, à la limite, en ruine parce qu'inoccupé. Il a fallu de grands travaux de restauration qui ont duré plusieurs années, grâce à la coopération internationale, pour que la mutation s'opère.

L'ancien palais royal de Porto-Novo est ainsi transformé en un musée de site et ouvert au public le 05 Février 1988. Classé par quel texte ? donnez les références, vérifiez dans la base de données de l'inventaire du patrimoine au Bénin, voir si vous trouvez son numéro d'inventaire patrimoine architectural national, le musée Honmè est sous l'autorité de la Direction du Patrimoine Culturel (DPC) du Ministère de la Culture, de l'Alphabétisation, de l'Artisanat et du Tourisme (MCCAT).

III.1.3 Présentation de l'organisation spatiale et des collections du musée

Le musée Honmè est un ensemble clos composé d'un corps ou bâtiment central et d'un secteur de temples : temple des pythons et temple « Yoho » ou temple des Asens. On y découvre également un tribunal, deux prisons et un grenier qui sont aussi des architectures bâties destinées à l'usage des souverains. A tout ceci, il faut ajouter la salle d'audience du roi qui accueille actuellement l'administration du musée. Construit en terre de barre couverte de tôles de couleur ocre, le musée Honmè constitue le témoin physique du passé, puis le symbole du palais, du Nord au Sud. Le modèle d'architecture à impluvium du musée est d'inspiration Yoruba, un chef-d'œuvre exceptionnel qu'on pourrait retrouver à Ilé-Ifè, Oyo, Owo et Akurè au Nigéria et à Kétou au Bénin.

Le corps ou bâtiment central, hautement symbolique, couvre une superficie de 1500 m² et est composé d'une succession de concessions organisées, chacune, autour d'un atrium ou cour centrale. Il s'articule autour de sept (07) atriums à savoir : la cour des reines, la cour du roi, la cour de détente du roi, la cour de la reine mère qui est la gardienne du trésor du roi, la cour d'initiation du futur roi, la cour du peuple réservée à l'intronisation du nouveau roi et à sa présentation au public, la cour du conseil où le roi tient les rencontres avec ses ministres.

Ces cours ou atriums constituent l'essentiel du parcours proposé aux visiteurs et touristes du musée :

➤ COUR DES REINES

Ces reines évaluées à une centaine environ pendant le règne du roi Toffa, le dernier roi avant les chefs supérieurs, animent la cour royale et servent le roi.

➤ COUR DU ROI

Première cour privée du roi, elle est particulièrement plus haute que toutes les autres cours du palais. Elle symbolise le pouvoir et la suprématie du roi.

➤ **COUR DE DETENTE DU ROI**

Cette cour où le roi prend ses repas est accessible, exclusivement aux reines, ayant accompli le rituel spécifique du pacte de sang avec lui pour éviter tout empoisonnement.



Source : fait à Porto novo le 27 Juillet 2021

Vu prise par Josette Emeline CODJIA

➤ **COUR DE LA REINE MERE**

Cette cour est réservée à la reine-mère appelée aussi “Tanyinon”. Elle est désignée parmi les tantes et cousines paternelles après la ménopause par l’oracle pour assister le roi. Elle est la deuxième personnalité du palais.

➤ **COUR D'INITIATION DU FUTUR ROI**

Cette cour est le centre de tous les enjeux, car elle a une grande importance dans la dernière étape d'initiation du roi.

➤ **COUR DU PEUPLE**

Fort spacieuse, elle est réservée aux grandes manifestations, aux cérémonies : réjouissances populaires, présentations des nouveaux rois au peuple. Aujourd'hui, elle reçoit dans le cadre de l'animation du musée, quelques rares activités artistiques et culturelles.



Source : Porto novo le 22 Juillet 2021

Vu prise par Josette Emeline CODJIA

➤ **COUR DU CONSEIL**

Pour administrer le royaume, le roi entouré du Gogan (1er ministre et conseiller spécial du roi), l'Akplogan (ministre de la santé et de culte du roi), le Migan (ministre de la justice et bourreau) qui forment avec lui le grand conseil, siège dans cette cour en permanence.



Source : fait à Porto Novo le 27 Juillet 2021

Vu prise par Josette Emeline CODJIA

➤ **GEANT FICUS, UN ARBRE CENTENAIRE**

Sous cet arbre centenaire du nom endogène « Awalandjè », le messenger rendait compte du verdict prononcé par le roi au tribunal.

Le musée Honmè est plus un musée de site qu'un musée de collections. Il est constitué d'environ 230 pièces de grande importance : historique et rituelle. Au nombre de celles-ci, on peut citer :

➤ **PLACARD DES Amulettes**

Ils sont rassemblés dans un placard logé dans le corps central du musée qui est un lieu de purification et d'acquisition de pouvoir du roi, lui permettant de se protéger contre ses ennemis et de prouver sa puissance.

➤ **CHAINE FIXEE AU SOL AVEC UNE MENOTTE**

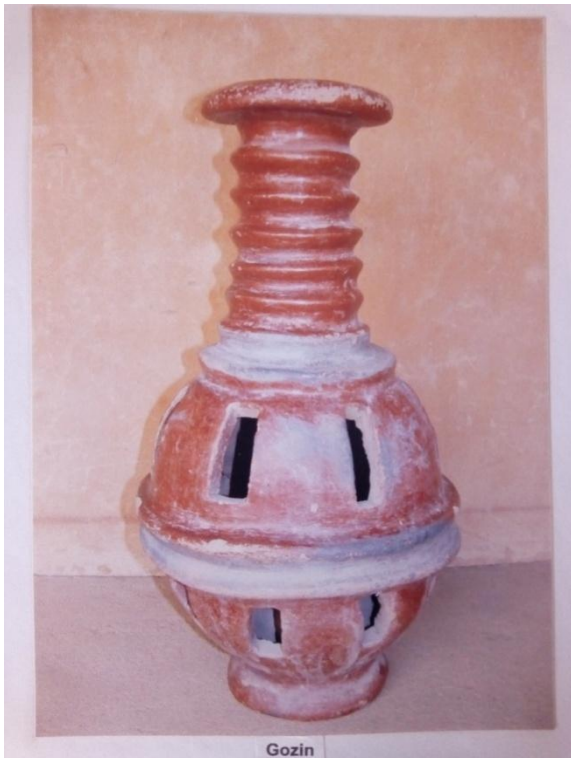
Elle est fixée au sol et sert de protection pour le roi contre les personnes mal intentionnées. Elle est aussi un élément de contrôle et de purification des reines en cas d'infidélité.

➤ **ASEN OU AUTEL**

Ils symbolisent les rois défunts au palais qui, de l'au-delà, assistent ceux encore en vie.

➤ **LES GOZIN**

Ce sont des cruches de diverses formes utilisées au sein du palais lors des rituels aux ancêtres, surtout à l'occasion de la cérémonie dite « Gozin royal ». A cette occasion, des jeunes filles vierges étaient choisies pour accomplir cette noble mission. Pagnes noués à la poitrine, elles doivent transporter les cruches pour aller chercher l'eau à la rivière.



Source : fait à Porto novo le 22 Juillet 2021

Vu prise par Josette Emeline CODJIA

➤ **LE CANAPE DU ROI TOFFA**

Au nom de l'amitié tendre et très poussée qui liait le roi Toffa aux gouverneurs français, ils lui avaient fait don de ce fauteuil qu'il utilisait au palais.

➤ **LA PORTE D'ENTREE AUTHENTIQUE DU MUSEE**

Œuvre du génie artisanal, cette porte en bois décorée illustre divers symboles et animaux qui incarnent des leçons de vie, de sagesse, de paix et d'unité dans le royaume de Hogbonou.

➤ **MEULE A ECRASER LES CONDIMENTS**

Cette meule en pierre granite aide les reines à écraser les condiments pour la cuisson des repas au roi.



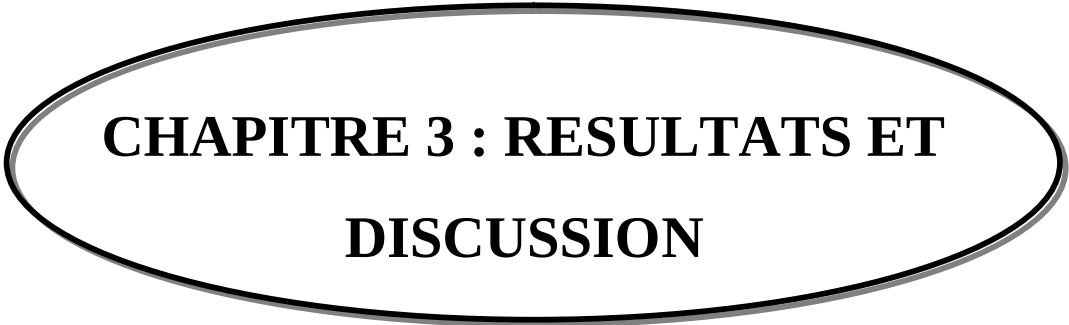
L'ENTREE DU MUSEE

Source : fait à Porto novo le 27 Juillet 2021

Vu prise par Josette Emeline CODJIA

III.2 Analyse de l'expérience

Suite aux données recueillies sur le terrain, il est procédé, à l'identification des liens logiques existant entre les informations et des comparaisons à certains niveaux. Cette procédure conduit aux résultats qui sont présentés sous forme de tableaux commentés. Le logiciel Excel a été exploité pour traitement statistique et la réalisation des tableaux. Le logiciel Word a été utilisé pour la saisie de ce mémoire



CHAPITRE 3 : RESULTATS ET DISCUSSION

Cette dernière partie est consacrée à la présentation des résultats issus des enquêtes et à la discussion.

III.1 PRESENTATION DES RESULTATS

Tableau 1 : Connaissance sur le musée Honmè

Connaissez-vous le musée Honmè ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	10	10%
NON	40	90%
TOTAL	50	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les données issues de ce tableau nous montrent que 10% des personnes enquêtées connaissent le musée tandis que 90% avouent n'avoir pas connaissance.

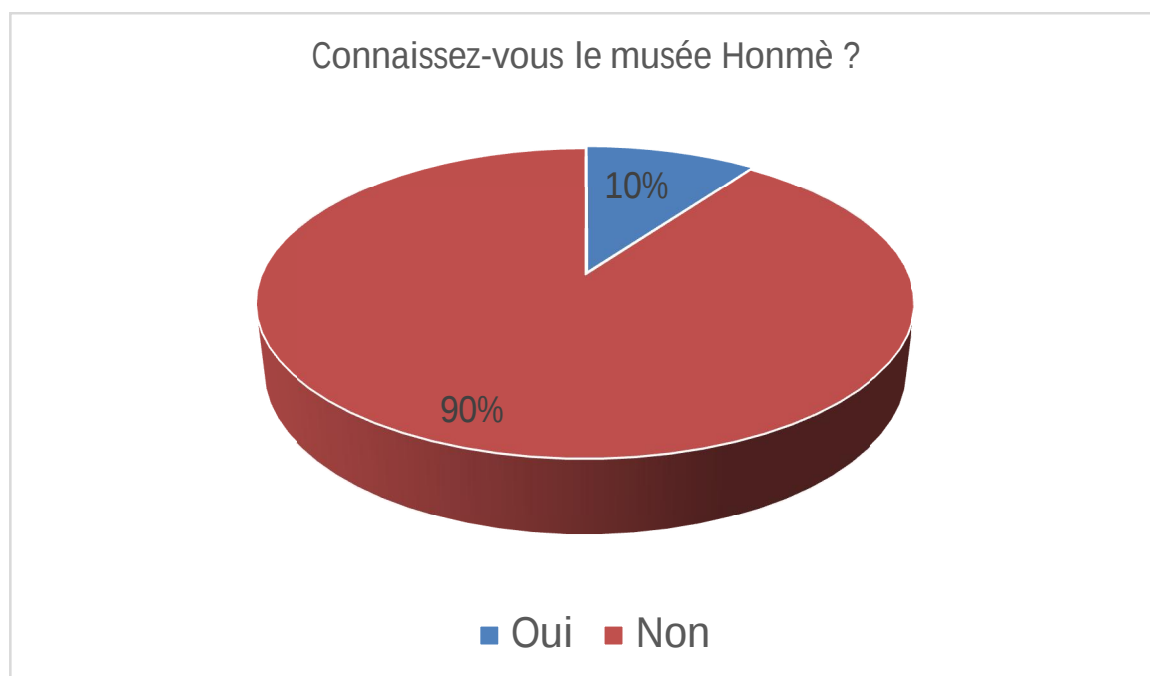


Diagramme illustratif du tableau 1

Tableau 2 : Connaissance sur la visite du musée

L'avez-vous visité une fois ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	10	25%
NON	30	75%
TOTAL	40	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats du tableau 2 nous révèlent que 25% des personnes enquêtées ont déjà une fois visité le musée tandis que 75% des enquêtées n'ont toujours pas encore visité le musée.



Diagramme illustratif du tableau 2

Tableau 3 : Connaissance sur la visibilité du musée Honmè

Avez-vous l'impression que le musée est assez connu ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	15	30%
NON	35	70%
TOTAL	50	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les données du tableau 3 nous montrent que 30% des personnes enquêtées avouent que le musée est assez connu tandis que 70% disent que le musée n'est pas assez connu.

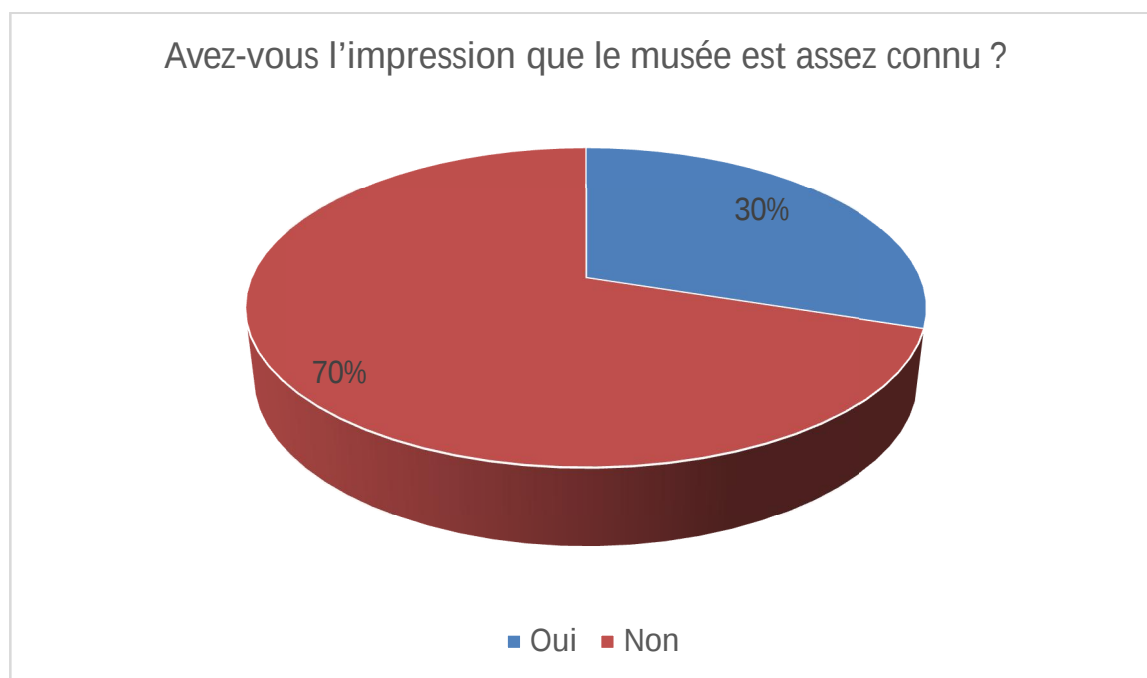


Diagramme illustratif du tableau 3

Tableau 4 : Connaissance sur les TIC

Avez-vous entendez parler des TIC ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	50	100%
NON	0	0%
TOTAL	50	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 100% des personnes enquêtées ont entendu parler des TIC.



Diagramme illustratif du tableau 4

Tableau 5 : Les TIC peuvent-elles contribuer à rendre visible et valoriser le musée Honmè

Les TIC peuvent-elles contribuer à rendre visible et valoriser le musée Honmè ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	50	100%
NON	0	0%
TOTAL	50	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 100% des personnes enquêtées avouent que les TIC peuvent contribuer à la visibilité et la valorisation du musée Honmè.

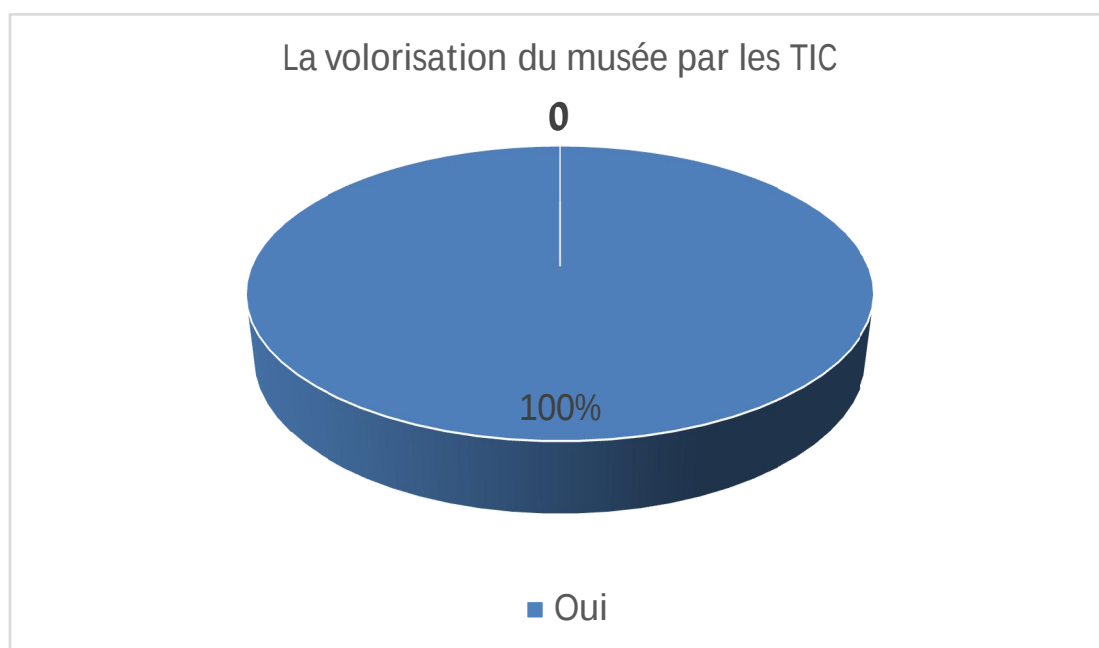


Diagramme illustratif du tableau 5

Tableau 6 : Notion sur la médiation dans les musées

Selon vous c'est quoi la médiation dans les musées ?	Effectifs	Pourcentages
L'ensemble des actions visant à mettre en contact les biens ou éléments culturels avec son public.	5	10%
NON	45	90%
AUTRES	0	0%
TOTAL	50	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 95% des personnes enquêtées définissent la médiation comme l'ensemble des actions visant à mettre en relation les publics et les biens ou éléments culturels alors que 5% restant trouvent que la médiation s'entend par autres choses.

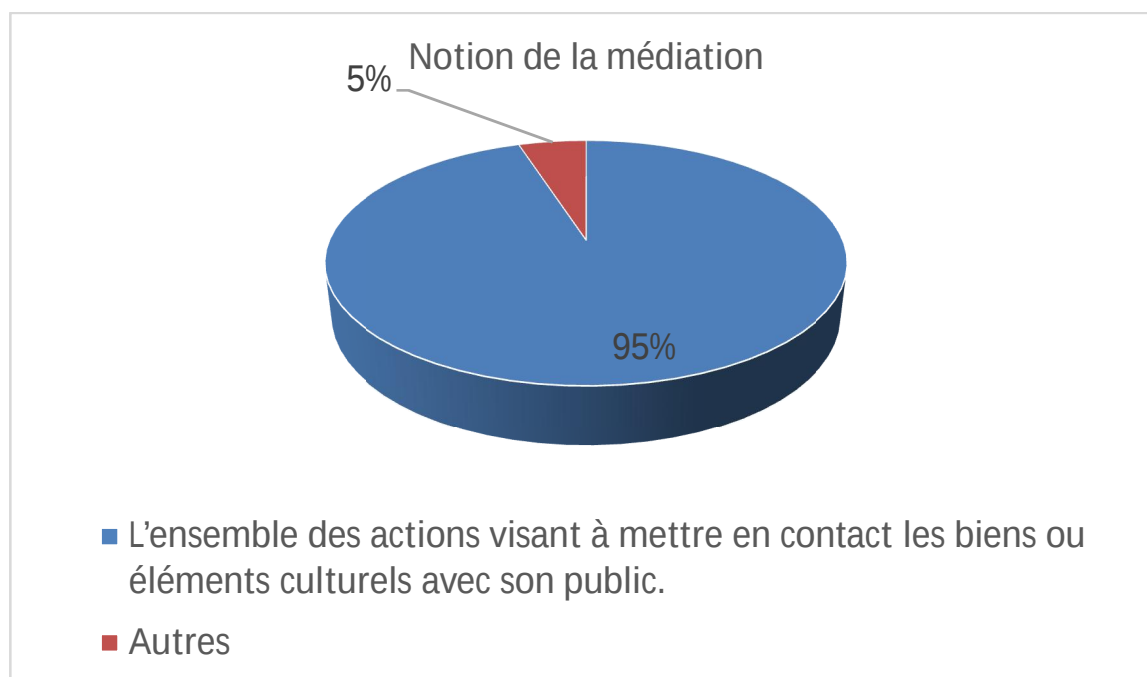


Diagramme illustratif du tableau 6

Tableau 7 : Connaissance sur la présence d'un médiateur au musée Honmè

Avez-vous un médiateur au musée Honmè?	Effectifs	Pourcentages
OUI	0	0%
NON	10	100%
TOTAL	10	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 100% des personnes enquêtées disent n'avoir pas un médiateur dans le musée Honmè.

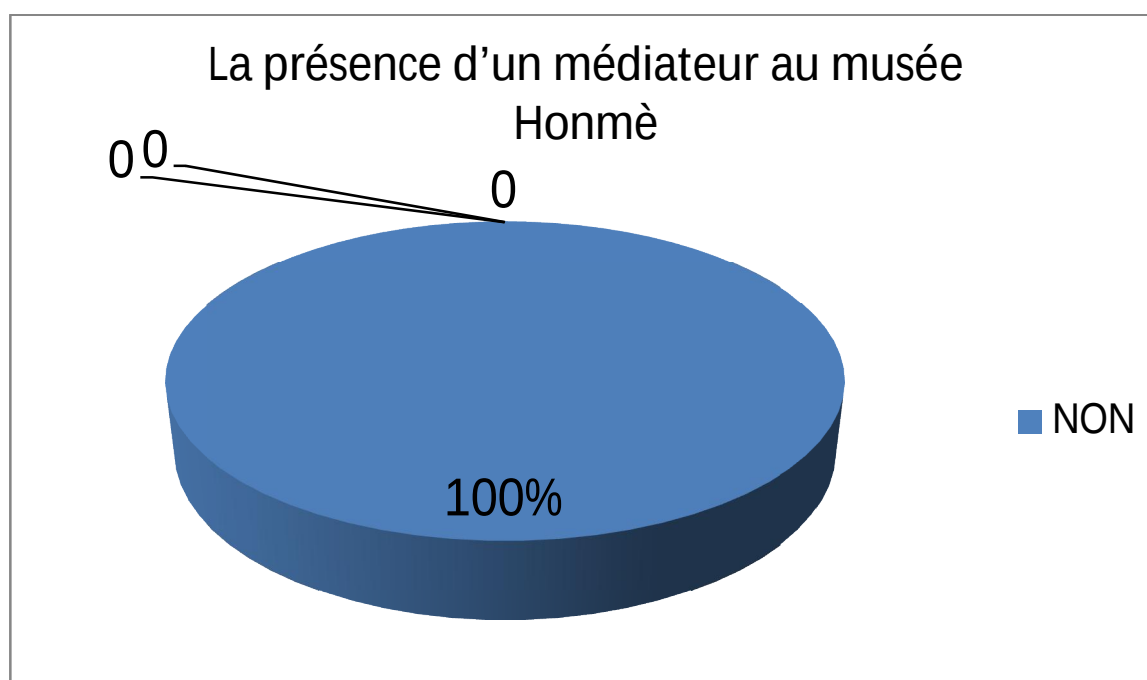


Diagramme illustratif du tableau 7

Tableau 8 : Stratégie de médiation au musée Honmè

Quelles sont les stratégies de médiations au musée Honmè ?	Effectifs	Pourcentages
Journées portes ouvertes	10	25%
Communication	20	50%
Jeux concours	10	25%
TOTAL	40	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 50% des personnes enquêtées disent que le musée fait des séances de communication pour sa visibilité, 25% disent qu'ils organisent des journées portes ouvertes et 25% disent jeux concours

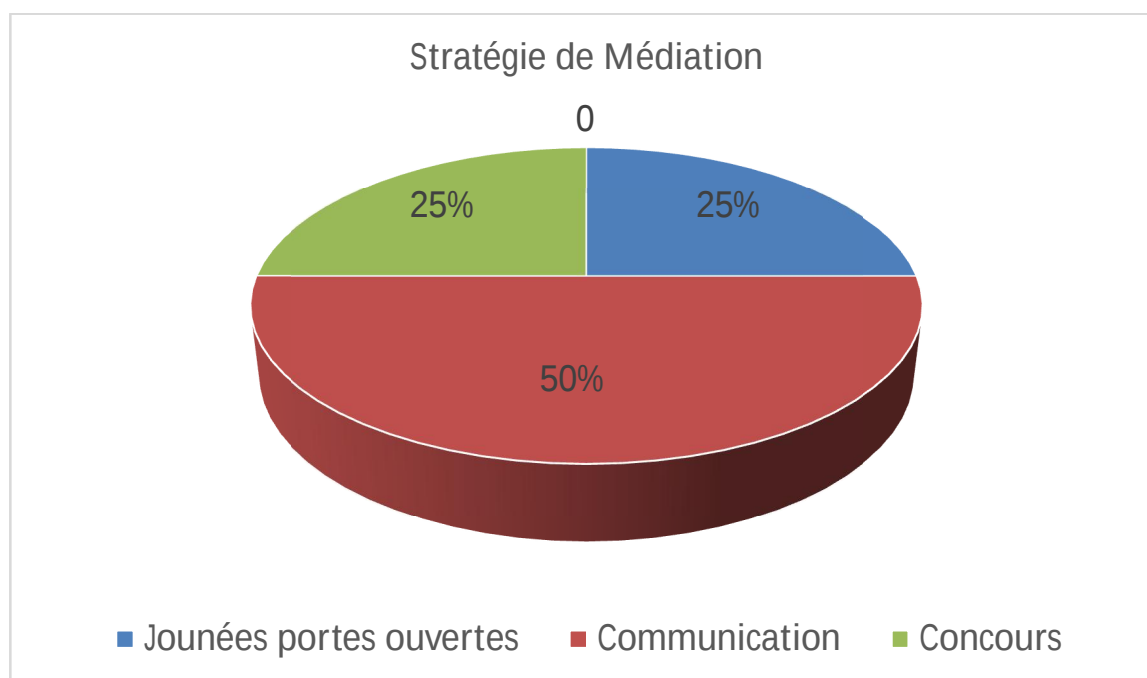


Diagramme illustratif du tableau 8

Tableau 9 : Importance de la médiation au musée Honmè

La médiation vous a permis t- elle d'avoir plus de fréquentation ?	Effectifs	Pourcentages
OUI	10	100%
NON	0	0%
Total	10	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

Les résultats des données nous révèlent que 100% des personnes enquêtées trouvent que la médiation a permis d'avoir plus de fréquentation.

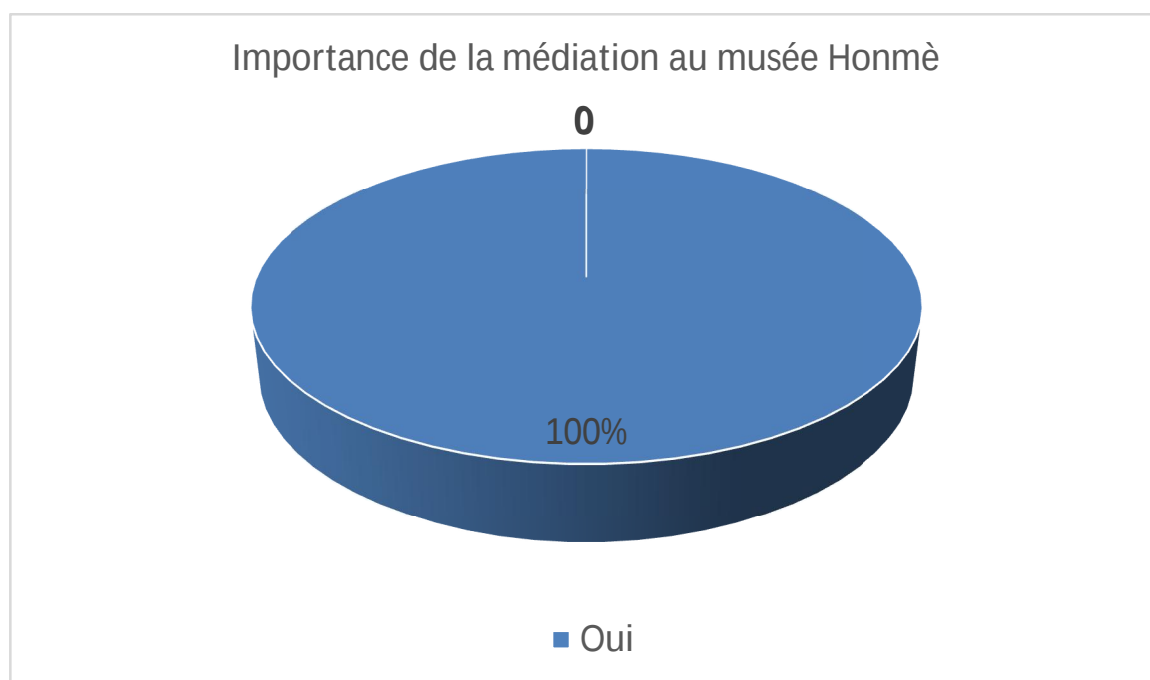


Diagramme illustratif du tableau 9

Tableau 10 : Rôle du musée Honmè

Quel rôle joue un musée selon vous ?	Effectifs	Pourcentages
Centre de loisir	15	37.5%
Lieu d'apprentissage	25	62.5%
Total	40	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

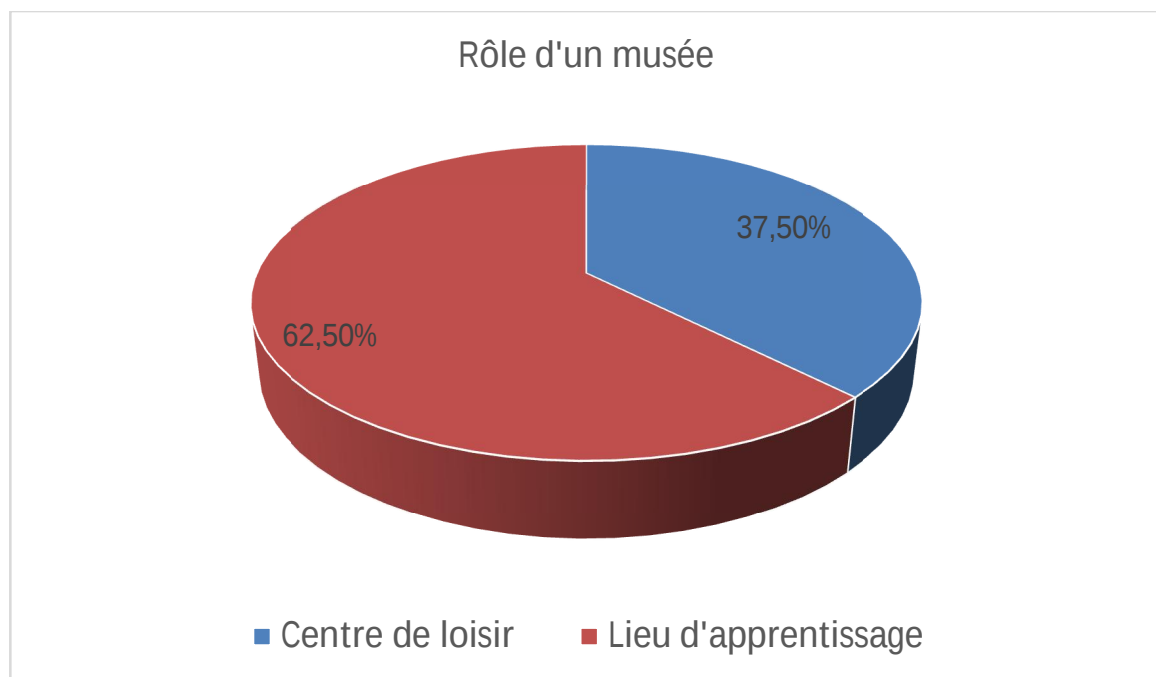


Diagramme illustratif du tableau 10

Tableau 11 : Contribution à l'amélioration de la fréquentation du musée Honmè

Que souhaiteriez-vous que le musée améliore pour vous inciter à plus de fréquentation ?	Effectifs	Pourcentages
La médiation hors du musée	30	75%
Renforcer les activités du musée par les medias	10	25%
Total	40	100%

Source : Résultats des enquêtes 2020

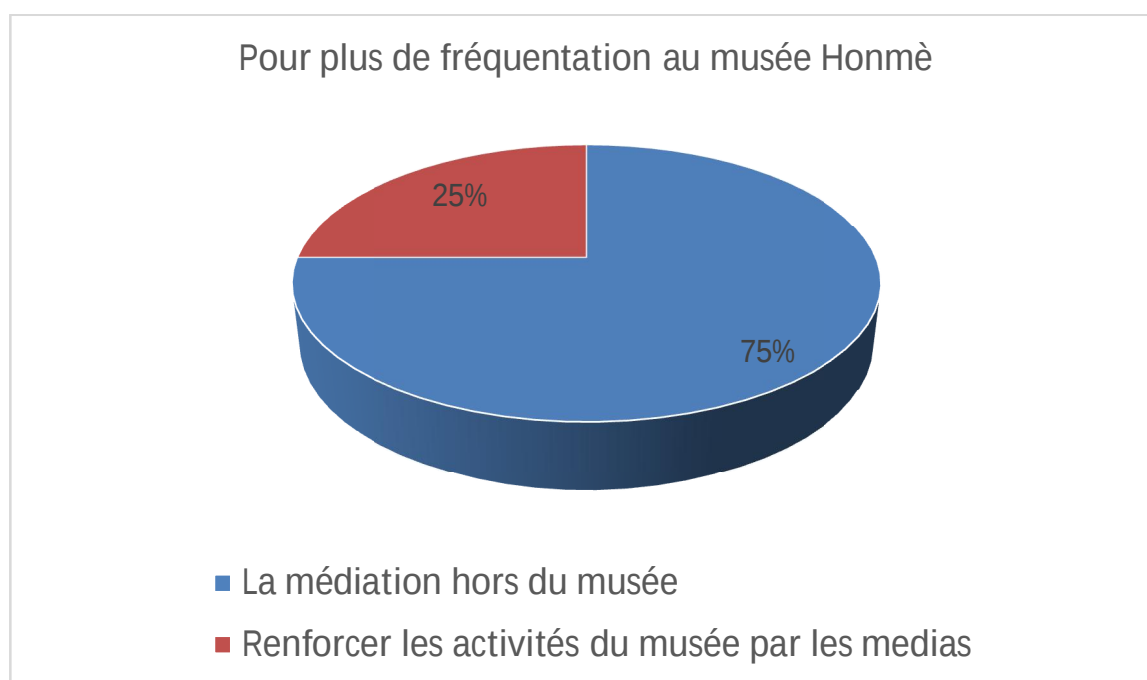


Diagramme illustratif du tableau 11

III.2 DISCUSSION

Les présentes propositions si elles sont mises en œuvre, aideront à rendre plus visible le musée Honmè et à valoriser ses composantes que sont les biens meubles et immeubles. Selon les approches, elles peuvent toujours s'inter-changer, que ce soit avant, pendant ou après la visite pour une médiation plus ou moins complète.

III.2.1 Proposition de médiation avant la visite

Avant la visite, il est proposé des supports numériques ou informatiques qui renseignent en partie le visiteur, le préparent et suscitent en lui, l'envie de la visite. Ainsi, nous avons suggéré et réalisé :

- Un mini-document visuel de 02mn

Ce visuel à caractère communicationnel et publicitaire va accompagner la visibilité du musée et des biens culturels suscités, et aidera l'institution muséale à se valoriser, et permettra au conservateur de développer, à la longue, une réelle

politique de relations publiques avec un intérêt pour la médiation culturelle. Ce qui, du coup, rapprochera le public du musée.

Ce support audiovisuel peut être diffusé sur les chaînes de télévisions nationales et étrangères, à tout instant pour accrocher les publics d'ici et d'ailleurs. L'objectif immédiat est d'améliorer le nombre de visiteurs au musée.

- **un site web vous pourrez y diffuser la newsletter** (liste de diffusion) pour diffuser périodiquement une lettre d'information (emailing) aux internautes, en l'occurrence les visiteurs fidélisés et enregistrés dans la base de données du musée ;

- **une plateforme de forum de discussion à incorporer au site web** afin d'offrir aux internautes et visiteurs du musée, un espace d'échanges et surtout pour répondre à leurs préoccupations ;

- **un questionnaire de sondage** pour recueillir les avis des internautes et visiteurs du musée sur des questions spécifiques ;

- **un espace de live-chat** pour organiser des séances de discussion instantanée avec les internautes et visiteurs du musée, afin de renforcer leur lien avec l'institution muséale ;

- **un espace de recommandations** pour permettre à chaque internaute et visiteur du musée connecté, d'inviter ses amis à visiter le site juste à travers un seul message ;

- **un espace de galerie de sons (Play List)** pour une réécoute de l'audio du mini document visuel, puis des chansons liées aux pratiques cérémonielles royales au sein de cet ancien palais ;

- **un questionnaire de galerie d'images à plusieurs catégories** pour diffuser les collections et les photographies sur les bâtis du musée

- un questionnaire de galerie de vidéos** pour diffuser les vidéos (mini-document visuel) sur le musée ;

- **un espace de gestionnaire de bannière en haut et/ou en bas de page du site** afin de diffuser les bannières publicitaires des partenaires, institutions et mécènes ;

- **un gestionnaire de liens vers les pages des réseaux sociaux ;**

- **un espace d'identification** pour vérifier l'authentification des internautes connectés au site, et surtout savoir leur provenance. (tout ce qui précède jusqu'ici peut être incorporé au site web, il faut bien préciser cela).

- Création d'Application mobile

Le musée Honmè peut décider de mettre à la disposition des publics, , une application mobile ou logiciel facile d'utilisation, leur permettant d'accéder aux dernières informations disponibles sur le site internet depuis leur téléphone ou tablette Androïd et ordinateur.

Ce logiciel qui sera gratuitement téléchargeable sur les plateformes Androïd et Windows, donnera une ouverture rapide et directe au site web du musée via les différents navigateurs, et offrira une facilité d'accès à tout son contenu.

A l'aide de l'application, le public internaute peut facilement suivre toute l'actualité du musée : les ateliers, expositions, programmations mis en ligne en temps réel, et classés par rubrique, les spectacles et toute autre animation organisée au musée pour sa visibilité.

A l'instar du musée du Louvre en France qui a su développer l'application l'« œuvre à la loupe », le musée Honmè peut aussi envisager un outil numérique, une application permettant de découvrir les détails d'une pièce de la collection déjà numérisée, grâce à un système interactif par loupe autorisant les agrandissements de toutes les parties de l'œuvre.

En somme, les différents types d'application à développer offriront les avantages ci-après :

- bénéficier des meilleurs articles et productions sélectionnés par la rédaction du musée ;
- accéder gratuitement à tous les contenus du site web,
- commenter l'actualité directement depuis votre terminal (téléphone ou ordinateur) ;
- enregistrer en un clic les articles du site pour les lire, plus tard, sur vos terminaux ;
- découvrir dans leurs moindres détails les biens meubles ou immeubles.

Pour les téléphones, il suffit de se rendre dans le Play Store depuis le menu. Pour accéder au Play Store, vous devez au préalable disposer ou créer un compte Gmail.

- La Presse écrite : outil de visibilité et de diffusion

La presse est un ensemble d'outils de communication qui permet, non seulement de bien cibler le public ou les consommateurs, mais aussi de promouvoir, valoriser, puis diffuser le patrimoine ou le bien culturel.

Dans le cas d'espèce du musée Honmè, la presse écrite quotidienne ou périodique peut fonctionner très bien pour la communication, surtout de proximité. Elle peut aider via un reportage exclusif illustré, une découverte, un focus ou entretien, à attirer l'attention des lecteurs, du public sur les biens meubles et immeubles du musée.

Elle fera connaître le musée aux publics, ses composantes et pourra susciter l'envie de la découverte chez les visiteurs du patrimoine culturel.

II.2.2 Pendant la visite, nous suggérons les applications suivantes :

Traditionnellement sollicités ou installés par les conservateurs de sites, l'audio guide et le vidéo guide qui sont des outils numériques d'accompagnement du public, permettent aux touristes de faire la visite guidée grâce à un baladeur audio ou un support vidéo, expliquant le circuit comme le ferait un guide culturel.

Ce sont donc des ressources multimédias propres au site patrimonial, soit disponibles sur Internet ou sur des supports de type cédérom ou dévédérom, téléchargeables sur baladeur pour l'audio ou sur un téléphone intelligent pour la vidéo, gratuitement ou moyennant paiement. Les commentaires ainsi que les images tournées doivent être accrocheurs pour toucher le visiteur.

- Les supports fixes pour enrichir la visite

Les ressources ou informations multimédias développées sur le site muséal peuvent être diffusées sur des supports fixes tels que des bornes interactives ou sur des écrans tactiles répartis dans différents points stratégiques du musée Honmè.

L'intérêt est d'offrir une nouvelle ou seconde opportunité aux visiteurs, après le circuit, de revivre le parcours et de redécouvrir certaines œuvres en exposition ou certains produits culturels. Les supports fixes permettront donc d'enrichir la visite du public et de le fidéliser au musée

III.2.3 Après la visite

Après la visite et dans la suite des initiatives précédentes, nous proposons, entre autres :

- Les réseaux sociaux

Un réseau social est un ensemble d'individus ou d'organisations reliés par des interactions sociales régulières.

Par le biais de différents moyens de communication sociale (Facebook, Whatsapp), les individus ou groupes d'individus collaborent, créent ensemble du contenu web, organisent ce contenu, l'indexent, le modifient ou le commentent, le combinent avec des créations personnelles. Les réseaux sociaux jouent aussi un rôle fondamental dans l'embauche, dans le succès des sociétés, et dans le rendement professionnel.

Ainsi, pour le musée Honmè, ces réseaux sociaux contribueront, d'une part, à garder le contact avec les visiteurs et touristes, puis d'autre part, à informer et partager avec un large public via Internet, les actualités de l'institution muséale, les agendas et programmations et toute autre initiative visant à converger le public vers le musée.

- Le recrutement d'un médiateur culturel ou d'un chargé des relations publiques qui sera responsable de la conception et de la mise en œuvre de la politique de médiation culturelle.
- - élaboration d'un site web pour le musée, aujourd'hui c'est faisable et le coût de réalisation est accessible, vous pouvez vous renseigner auprès des développeurs Web.
- Conception et diffusion d'un agenda culturel qui va inclure une programmation mensuelle par exemple des animations au musée (spectacles de chants, danses, contes, théâtres, projections film, etc.)
- Développez les journées portes ouvertes figurant dans vos questionnaires par exemple (comment cela se fera, à quelle périodicité, par trimestre, semestre, annuel ?)
- Les documents d'aide à la visite (brochures, flyers, etc sur des aspects du musée).

Voilà ce qu'il faut faire. Il ne faut pas juste aligner des choses trouvées sur le net, vous devez adapter tout ceci aux réalités du musée

III.3 PROJET PROFESSIONNEL

Ce chapitre est consacré au projet de renforcement de la visibilité et des activités du musée Honmè de Porto-Novo.

Nom du projet : Plan de médiation culturelle du musée Honmè de Porto-Novo.

Durée : 1an

Bénéficiaires : Enfants de maternelle session des grands aux jeunes de 18 ans

Porteur du projet : Musée Honmè de Porto-Novo.

Coût total : **945.000** FCFA

Financement : Institut Français du Bénin, Ministère du Tourisme, de la Culture et des Arts

I. Contexte et justification

La puissance d'un musée culturel se mesure souvent par sa capacité à produire de nouvelles idées et connaissances dans la perfection de ses activités. Le Musée Honmè de Porto-Novo est considéré comme un lieu idéal pour cette production. La médiation culturelle est au cœur de l'approche qualitative de ce musée, qui travaille avec des publics tels que les jeunes et les seniors en tant que spectateurs, développe leur sens critique et vise leur autonomisation. Il supervise un large éventail de pratiques allant des actions de développement des publics à l'art participatif et communautaire. En fin de compte, il vise à faire de chaque personne, visiteur ou spectateur, un véritable acteur actif du monde culturel. La médiation culturelle dans ce musée vise à assurer l'accessibilité à un plus grand nombre possible de visiteurs. Cependant, malgré son importance, ce musée est relativement peu visité du grand public, malgré son importance dans le secteur. Pour résoudre ce problème et donner une meilleure visibilité à la structure, nous avons décidé de rédiger un plan de médiation axé sur le Musée Honmè de Porto-Novo.

II. Objectif principal

L'objectif principal est d'amener les enfants jusqu'aux jeunes de 18 ans à visiter le musée Honmè de Porto-Novo.

III. Objectifs spécifiques

De manière spécifique, il s'agira, notamment de :

- ☐ Faire participer les publics et surtout la jeunesse béninoise aux activités du musée Honmè ;
- ☐ Sensibiliser les jeunes à l'histoire et à la culture du Bénin
- ☐ Augmenter le nombre de visites de jeunes au musée Honmè

IV. Résultats attendus

Au terme des activités :

- ☐ Les diverses activités ont été du succès ;
- ☐ Les jeunes sont sensibilisés à l'histoire et à la culture du Bénin ;
- ☐ Le nombre de visites de jeunes au musée Honmè à augmenter ;
- ☐ Le guide de médiation a été mis en place

V. Diagnostic

En tant que projet de médiation culturelle du Musée Honmè, il est important de prendre en compte les caractéristiques socioéconomiques et démographiques de la région pour mieux comprendre les priorités et les enjeux sociaux, économiques et environnementaux.

La région de Porto-Novo, où se trouve le Musée Honmè, est la capitale administrative du Bénin et compte une population d'environ 264 233 habitants selon le rapport de l'INSAE (RGPH4). La région est caractérisée par une forte densité de population, une pauvreté généralisée et un taux de chômage élevé. La majorité de la population vit dans des quartiers populaires et a un accès limité aux services de base tels que l'eau potable, l'électricité et les soins de santé. Les priorités et les enjeux sociaux, économiques et environnementaux de la région de Porto-Novo sont nombreux. Parmi les plus importants, on peut citer la lutte contre la pauvreté, la promotion de l'emploi et de l'entrepreneuriat, la protection de l'environnement et la promotion de la culture et du patrimoine. Les stratégies de développement mises en avant dans la région de Porto-Novo

sont axées sur la promotion de l'entrepreneuriat, la création d'emplois, la protection de l'environnement et la promotion de la culture et du patrimoine. En termes de développement culturel, la région de Porto-Novo est riche en patrimoine culturel, en particulier en ce qui concerne la culture vodoun. Cependant, la promotion de la culture et du patrimoine est souvent limitée par un manque de financement et de ressources. Plusieurs organismes, institutions et instances gouvernementales peuvent avoir une incidence dans le développement culturel de la région de Porto-Novo, notamment le Ministère de la Culture et du Tourisme, l'Institut Français et l'UNESCO. Les sources de financement potentielles pour l'exercice de planification ou de réalisation de ce projet incluent des subventions gouvernementales, des dons privés, des partenariats avec des entreprises locales et des initiatives de financement participatif.

VI. Mobilisation

Pour réussir notre plan de médiation, nous mobiliserons des acteurs ayant la même vision que nous tels que le Centre Culturel Artistik Africa, l'association Asán Ogàn, les musées locaux tels que le Musée Ethnographique de Porto-Novo pour en savoir plus sur leurs expériences passées et bénéficier de leurs expertises.

Nous ferons également appel à des partenaires qui partagent les valeurs de notre organisme ou celles du projet de médiation culturelle telles que l'Institut Français du Bénin, le Ministère de la Culture et du Tourisme, l'UNESCO.

Les outils de communication les plus efficaces pour rejoindre un plus grand nombre de personnes dans le cadre de notre projet sont entre autres les médias sociaux tels que Facebook et Twitter, les annonces dans les journaux locaux tels que Fraternité Matin et La Nation ainsi que les événements communautaires tels que les festivals.

VII. Plan d'action

Il est important de clarifier la filière hiérarchique pour assurer une coordination efficace de la mise en œuvre du plan d'action pour le musée Honmè de Porto-

Novo. Une seule instance de coordination sera responsable de la mise en œuvre du plan d'action et se chargera de communiquer clairement toutes informations à tous les partenaires et participants impliqués dans le projet. Il s'agit ici du musée Honmè. Si des modifications doivent être apportées sur le terrain, tous les partenaires et participants seront informés et acceptent que le musée soit responsable de l'application des modifications.

Pour assurer une communication efficace à l'interne, nous mettrons en place des stratégies claires et efficaces pour gérer les questions sur l'échéancier, les retards dans les tâches, les demandes de visite sur le terrain et autres demandes similaires. Il sera nommé une personne centrale qui sera responsable de recevoir et de faire le suivi des demandes, ou de désigner une personne attitrée à chaque tâche pour que les différents acteurs puissent s'adresser directement à elle. Il s'agit ici du Directeur du Musée Honmè.

Des outils de communication efficaces tels que des courriels, des appels téléphoniques ou des réunions régulières seront mis en place pour assurer une communication fluide et transparente entre les différents acteurs impliqués dans le projet. Pour faciliter la communication nous nous assurerons que tous les acteurs impliqués dans le projet sont informés des modalités de communication et qu'ils ont accès aux outils nécessaires pour communiquer efficacement.

L'autre avantage des réunions est de discuter des actions à entreprendre, des échéances et des responsabilités de chacun. Il sera fourni des documents clairs et détaillés sur ces différents points. Nous discuterons également avec les partenaires de leurs capacités et de leurs contraintes, et travaillerons ensemble pour trouver des solutions en cas de difficultés. En résumé, il est crucial de travailler en étroite collaboration avec les partenaires pour s'assurer que les actions envisagées sont bien définies et comprises par tous, et que les partenaires sont en mesure d'honorer l'agenda de réalisation.

VIII. Evaluation

Sur ce projet les partenaires du musée de Honmè au Bénin souhaitent réaliser

plusieurs objectifs avec ce projet. Tout d'abord, ils souhaitent préserver et promouvoir le patrimoine culturel et artistique du Bénin. Ils souhaitent également créer un lieu de rencontre et d'échange pour les communautés locales et les visiteurs, afin de favoriser la compréhension interculturelle et de renforcer les liens sociaux. Enfin, ils souhaitent contribuer au développement économique de la région en créant des emplois et en attirant des visiteurs.

Les partenaires souhaitent utiliser les résultats de l'évaluation pour améliorer le projet et pour s'assurer qu'il atteint ses objectifs. Ils veulent également utiliser les résultats pour communiquer sur le projet et pour attirer de nouveaux partenaires et des financements supplémentaires pour les prochaines éditions.

Le projet sera considéré comme un succès lorsque les objectifs spécifiques du projet seront atteints. Cela peut inclure l'augmentation du nombre de visiteurs, la création d'emplois pour les communautés locales, la préservation du patrimoine culturel et artistique, et la contribution au développement économique de la région.

Un évaluateur ou un conseiller externe sera sollicité pour apporter une perspective indépendante et pour aider à identifier les forces et les faiblesses du projet. Nous utiliserons des méthodes d'analyse appropriées et nous nous assurerons que les résultats sont interprétés de manière objective et impartiale. Enfin, il s'agira de s'assurer que les conclusions sont basées sur des preuves solides et que les recommandations sont pertinentes et réalisables. Pour cela, nous nous chargerons de mettre en place des procédures de vérification et de validation des données et des résultats, ainsi que des mécanismes de contrôle qualité pour s'assurer de la fiabilité et de la validité des conclusions.

VIII. Activités

Notre médiation culturelle se fera autour de plusieurs activités à savoir :

- Visites guidées adaptées : Des visites guidées adaptées à l'âge des enfants seront organisées pour leur permettre de découvrir les différentes expositions du

musée de manière ludique et interactive. Les visites seront accompagnées de jeux, de devinettes ou de quiz pour rendre la visite plus amusante.

- Ateliers de création : Des ateliers de création seront proposés pour permettre aux enfants de s'initier aux techniques artistiques traditionnelles de la région. Par exemple, des ateliers de tissage, de sculpture ou de peinture seront organisés. Les ateliers seront adaptés à l'âge des enfants et encadrés par des professionnels.

- Spectacles et performances : Des spectacles et des performances seront organisés pour permettre aux enfants de découvrir les traditions culturelles de la région. Par exemple, des spectacles de danse, de musique ou de théâtre pourraient être proposés. Les spectacles seront interactifs pour les rendre plus amusants.

- Rencontres avec les artistes : Des rencontres avec les artistes locaux seront organisées pour permettre aux enfants de discuter avec eux de leur travail et de leur technique. Cela permettra également de favoriser les échanges interculturels et de sensibiliser les enfants à l'importance de l'art et de la culture.

- Activités pour les plus jeunes : Pour les enfants de maternelle grande section, des activités spécialement conçues pour leur âge seront proposées pour leur permettre de découvrir le patrimoine culturel de manière ludique et interactive. Par exemple, des jeux de piste, des contes ou des ateliers de dessin seront organisés.

Ces activités de médiation culturelle permettraient aux enfants de découvrir le patrimoine culturel et artistique de la région de manière ludique et interactive, tout en favorisant les échanges interculturels et en contribuant à leur éducation artistique et culturelle.

1-1. Visites guidées adaptées

Les visites guidées adaptées pour les enfants de maternelle grande section jusqu'aux jeunes de 18 ans pourraient être organisées de manière à rendre la visite plus ludique et interactive. Pour les plus jeunes, des visites guidées pourraient être accompagnées de jeux de piste, de devinettes ou de quiz pour

leur permettre de découvrir les différentes expositions du musée de manière amusante. Pour les plus âgés, les visites guidées pourraient être plus approfondies et adaptées à leur niveau de connaissance. Les guides pourraient également utiliser des supports visuels, tels que des vidéos ou des images, pour rendre la visite plus intéressante et interactive. Les enfants pourraient également être encouragés à poser des questions et à participer activement à la visite pour rendre l'expérience plus interactive et enrichissante. Enfin, les visites guidées pourraient être organisées en petits groupes pour permettre aux enfants de mieux interagir avec le guide et de poser des questions plus facilement.

1-2. Ateliers de création

Les ateliers de création pourraient être organisés pour permettre aux enfants de s'initier aux techniques artistiques traditionnelles de la région. Les ateliers pourraient être adaptés à l'âge des enfants et encadrés par des professionnels pour garantir la qualité de l'enseignement. Par exemple, pour les plus jeunes, des ateliers de dessin, de peinture ou de collage pourraient être organisés pour leur permettre de s'exprimer librement et de développer leur créativité. Pour les plus âgés, des ateliers de sculpture, de tissage ou de poterie pourraient être proposés pour leur permettre de découvrir les techniques traditionnelles de la région. Les enfants pourraient également être encouragés à travailler en groupe pour favoriser les échanges et la coopération. Enfin, les ateliers pourraient être organisés en fonction des expositions en cours pour permettre aux enfants de mieux comprendre les œuvres exposées et de s'inspirer de celles-ci pour créer leurs propres œuvres. Les ateliers de création permettraient aux enfants de développer leur créativité, leur sensibilité artistique et leur connaissance des techniques traditionnelles de la région.

1-3. Spectacles et performances

Les spectacles et les performances sont une excellente façon de permettre aux enfants de découvrir les traditions culturelles de la région. Les spectacles pourraient être organisés dans le musée. Les performances pourraient inclure des

danses traditionnelles, des chants, des musiques ou des pièces de théâtre. Les spectacles pourraient être adaptés à l'âge des enfants et interactifs pour les rendre plus amusants. Les enfants pourraient également être invités à participer à certains spectacles pour leur permettre de vivre une expérience plus immersive.

1-4. Rencontres avec les artistes

Les rencontres avec les artistes locaux sont une excellente façon de permettre aux enfants de discuter avec eux de leur travail et de leur technique. Les artistes pourraient être invités à venir dans le musée pour rencontrer les enfants et leur parler de leur travail. Les enfants pourraient poser des questions sur les oeuvres exposées et sur les techniques utilisées pour les créer. Les artistes pourraient également organiser des ateliers pour permettre aux enfants de créer leurs propres œuvres d'art.

1-5. Activités pour les plus jeunes

Pour les enfants de maternelle grande section, des activités spécialement conçues pour leur âge pourraient être proposées pour leur permettre de découvrir le patrimoine culturel de manière ludique et interactive. Les activités pourraient inclure des jeux de piste, des contes, des ateliers de dessin ou de peinture. Les enfants pourraient également être invités à participer à des activités de manipulation pour leur permettre de découvrir les différentes textures et matériaux utilisés dans les œuvres exposées. Les activités pourraient être organisées dans une salle spécialement aménagée pour les enfants, avec des équipements adaptés à leur taille et à leur âge.

Les photos qui suivent nous serviront de modèles dans le cadre de la mise en place de nos activités. Elles nous permettront de visualiser de d'améliorer les activités choisies



Photo 1 : Visite enfants dans la Galerie du temps, au musée Louvre-Lens, dans les Hauts-de-France

Source : <https://www.france.fr/fr/actualite/liste/aventures-culturelles-musees-enfants>



Photo 2 : Les enfants en plein atelier au musée Cercle africain

Source : <https://www.adiac-congo.com/content/peinture-les-ateliers-vacances-se-poursuivent-au-musee-cercle-africain-140042>



Photo 3 : Préparation pour le festival Hors pistes La Lune en 2019

Source : <https://journals.openedition.org/ocim/2327>



Photo 4 : La nocturne du Musée comprendra également des reproductions vivantes des œuvres d'art

Source : <https://www.adiac-congo.com/content/peinture-les-ateliers-vacances-se-poursuivent-au-musee-cercle-africain-140042>

Tableau I : Calendrier des activités

Période	1 an												
ACTIVITES		1 ^{er} trimestre			2 ^{ème} trimestre			3 ^{ème} trimestre			4 ^{ème} trimestre		
Activité 1.1	Visites guidées adaptées												
Activité 1.2	Ateliers de création												
Activité 1.3	Spectacles et performances												
Activité 1.4	Rencontres avec les artistes												
Activité 1.5	Activités pour les plus jeunes												

Tableau I : Estimation budgétaire des activités en FCFA

Résultats/Activités	Postes budgétaires	Total
ACTIVITE 1	Visites guidées adaptées	
	Frais de guide	70.000
	Frais de transport	20.000
	Matériel pour les jeux et les devinettes	25.000
Sous-total 1		115.000
ACTIVITE 2	Ateliers de création	
	Frais de matériel	50.000
	Frais de transport	20.000
	Frais d'encadrement par des professionnels	115.000
Sous-total 2		185.000

ACTIVITE 3	Spectacles et performances	
	Frais de transport pour les artistes	50.000
	Frais de location de matériel	80.000
	Frais d'encadrement	110.000
Sous-total 3		240.000
ACTIVITE 4	Rencontres avec les artistes	
	Frais de transport pour les artistes	50.000
	Frais de nourriture et d'hébergement pour les artistes	100.000
	Frais d'encadrement	115.000
Sous-total 4		265.000

ACTIVITE 5	Activités pour les plus jeunes	
	Frais de matériel pour les activités	75.000
	Frais d'encadrement	65.000
Sous-total 5		140.000
Total général		945.000

IX. Conception du système d'évaluation

Chaque équipe veillera au suivi et à la réalisation de son activité. Elles présenteront au cours et à la fin des activités des rapports d'évolution. Les médiateurs se chargeront de synthétiser les informations afin de produire à la fin des activités un rapport. Ce rapport permettra de constater les impacts du projet.

A sa suite sera mis en place le guide de médiation du musée Honmè. Ce guide aura pour but de montrer et d'améliorer le système de médiation. Il sera régulièrement mis à jour afin que les informations soient actualisées. Il sera également créé à base des boîtes à suggestions qui seront mises à la disposition des participants durant toute la durée du projet. Aussi, des sondages de satisfaction seront organisés afin de recueillir l'avis des participants sur le déroulement des activités et les observations des visiteurs.

Le système de paiement des médiateurs pour les activités de médiation culturelle organisées par le musée Honmè de Porto Novo se fera sur un système de paiement forfaitaire. Le musée proposera un paiement forfaitaire aux médiateurs pour leur travail sur une activité de médiation culturelle spécifique. Le montant du paiement varie en fonction de la complexité de l'activité et du temps nécessaire pour la préparation et l'animation de l'activité.



CONCLUSION

Le musée Honmè qui nous a servi d'étude de cas, dans le cadre de ce travail de recherche,

Par ailleurs, outre les propositions en lien avec les supports ou outils numériques ou informatiques, l'ensemble des autres suggestions mises en œuvre, pourront contribuer, à coup sûr, à promouvoir l'institution muséale, actuellement moins attractive en raison de l'inexistence, d'une part, d'une réelle politique orientée vers les TIC, et d'autre part, d'un plan de valorisation réfléchi.

Les autres musées publics du Bénin qui, dans leur majorité, sont assujettis presque aux mêmes difficultés, peuvent valablement s'inspirer de ce document pour sortir des sentiers battus, et s'inscrire résolument dans une nouvelle perspective de rentabilité. C'est le lieu de reconnaître les efforts faits dans le domaine des TIC au Musée d'histoire de Ouidah et à la stèle de Kaba qui disposent respectivement d'un site Internet et d'une borne interactive, facilitant ainsi la consultation et la visite en ligne.

A travers ces lignes, le présent document se propose d'éveiller la conscience des responsables en charge de la gestion de nos musées, attirant ainsi leur attention sur le fait qu'il faille impérativement changer d'approche pour faire des institutions muséales de véritables entreprises culturelles.

Il entend les orienter tout humblement vers la piste de la nouvelle muséologie, à savoir une institution muséale ouverte au grand public, une entreprise culturelle qui offre des produits d'accompagnement autres que les collections classiques à visiter. Ce qui nécessite des efforts d'innovations qui passent, entre autres, par les Technologies de l'Information et de la Communication en vue de répondre aux attentes du public, visiteurs et touristes qui sont, de plus en plus, exigeants.

REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE

AGONDANOU Jean Paul. (1972), « *Porto-Novo : Ville d'Hier et d'Avenir* », Imprimerie Sakram – Presse, Porto-Novo, Rép. Du Bénin.

BAUJARD, C. (2012), « *Musées du futur : à la recherche d'un cadre managérial* », TIC et Innovations organisationnelles-Presses des Mines, p. 99-114

Elisabeth CAILLET. (1994), « *Ambiguïté de la médiation culturelle* ».

GBAGUIDI T. Arnaud (2014), « *Informatique appliquée au patrimoine* », Cours-Master 2 / GPC, ENAM-UAC, Bénin.

GUICHARD Jacques. (1993). « *Visiteurs et conception muséographique la Cité des Enfants, Publics et Musées* », juin 1993, n3, p. 111-122.

HERITIER AUGÉ F. (2003). « *Les Musées de l'Education Nationale, mission d'étude et de réflexion. Rapport au Ministre de l'Education Nationale* ». Paris : La Documentation Française, collection des rapports officiels, 1990, 198 p.

LUGEZ Adeline. (2004).« *La médiation dans les musées en France* »,Rapport de Recherche Bibliographique.

Non, mettez l'institution qui a émis la loi comme auteur, faites pareil pour tout ce qui est similaireLoi n°2002-5 du 4 janvier 2002. Loi relative aux Musées de France.

ICOM. 2003.La Lettre de l'ICOM, mai octobre 2003, n28 [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/icom-france/nos_activites/lettres/lettreicom28.pdf> (consulté le 30/12/2020).

MERLEAU PONTY. (20002). « *Les 25 ans du Musée en Herbe, un anniversaire pour parler de médiation* ». La Lettre de l'OCIM, 2000, n72, p. 3-9.

VERGARA BASTIAN. (2000), « *Les publics de l'art contemporain : le cas du Magasin de Direction des Musées de France. Les Musées en région :*

fréquentation, tarifs, horaires ». Paris : Direction des Musées de France, 1992Grenoble. Publics et Musées », n°16, p. 205-213.

ANNEXE

QUESTIONNAIRE

Je suis **CODJIA Josette**, étudiante en Administration Culturelle à l'Institut National des Métiers d'arts, d'Archéologie et de la Culture d' Abomey-Calavi (INMAAC- UAC).

Le présent questionnaire est élaboré dans le cadre de la rédaction de mon mémoire de fin de formation portant sur le thème : « **La médiation culturelle dans les musées nationaux du Bénin : cas du musée Honmè** ». Celle -ci me permettra de déterminer les causes réelles liées à la problématique de mon étude qui porte essentiellement sur le musée Honmè

Vos contributions me seront très utiles pour la réalisation de ce mémoire.

Je vous remercie très sincèrement d'avance, pour les réponses que vous voudrez bien mettre à ma disposition.

NB : Veuillez cocher la case correspondante à la réponse que vous jugez juste.

A- Renseignements facultatifs

Nom:

Prénom:

Service:

Email:

B- Renseignements nécessaires sur la gestion des archives

1) Combien de visiteurs recevrez-vous en moyenne ?

Par mois

dans 1 'année

2) Avez-vous des statistiques de ses visiteurs.....

.....

3) Quel est le public qui fréquente le plus le musée ?

.....

4) Recevez- vous régulièrement des groupes de classe dans le cadre d'un enseignement d'apprentissage ou d'une sortie pédagogique ?

Oui

Non

De quel niveau ?

- Maternel
- Primaire
- Secondaire
- Supérieur

5) Y a-t-il des statistiques ?.....
.....

6) Selon vous c'est quoi la médiation ?

7) Avez-vous des médiateurs dans le musée ?

8) Quels sont des stratégies de médiations qu'adopte le musée?

9) Pensez-vous que la médiation a apporté un de plus sur le taux de fréquentation du musée ?

10) A-t-elle permit d'être en contact avec un grand public ?

Oui

Non

11) Avez-vous un programme éducatif au musée pouvant contribuer à l'adoption de cette méthode ou stratégie de communication ?

12) Que faites-vous pour une bonne visibilité du musée ?

• Journée portes ouvertes

• Jeux concours

• Communication

• Autres

.....

QUESTIONNAIRE ADRESSE A LA POPULATION

1) Qu'entendez-vous par musée ?

.....

.....

2) Connaissez-vous le musée de Honmè?

Oui

Non

3) Avez-vous eu l'occasion de le visiter une fois ?

Oui

Non

Si oui par quelle occasion ?.....

.....

4) Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé au cours de cette visite au musée ?

.....

.....

.....

5) Quelles insuffisances faites-vous au cours de votre visite ?

.....

.....

.....

.....

6) Que souhaiteriez-vous que le musée améliore pour vous faciliter plus de fréquentation ?.....

.....

.....

.....

.....

.....

7) Quelle activité voudriez-vous que le musée mène de temps en temps en vue d'accroître son public ?

QUESTION AUX VISITEURS AU COURS DE NOTRE STAGE.

1) Quel âge avez-vous ?.....

2) Quel rôle joue-t-on un musée selon vous?

.....

• Centre de loisir

• Centre d'apprentissage

3) Avez-vous visité autres musées que celui-ci?

Si oui lequel ?

.....

Si non pouvons-nous savoir le pourquoi ?..

.....

.....

.....

4) Votre visite était dans le cadre d'une sortie pédagogique ou d'une visite ?

.....

.....

.....

.....

5) Avez-vous envie d'y retourner ?

Oui ☐

Non ☐

TABLE DES MATIERES

AVERTISSEMENT.....	ii
REMERCIEMENTS.....	iii
DEDICACES.....	iv
RESUME.....	v
ABSTRACT:	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTES DES SIGLESACRONYMES ET ABREVIATIONS UTILISES	vii
SOMMAIRE.....	viii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE ET REVUE BIBLIOGRAPHIQUE	4
I.1 Choix de la problématique	5
I.2 Justification et importance de la problématique.....	6
I.3 Objectifs et hypothèses de l'étude.....	7
I.3.1 Objectifs de l'étude	7
I.3.2 Objectif général	7
I.3.3 Objectifs spécifiques.....	7
I.3.4 Hypothèses de l'étude	7
I.2 REVUE DE LA LITTERATURE	8
I.2.1Approche conceptuelle de la médiation culturelle dans les institutions muséales...	8
I.2.2 Approche conceptuelle du musée.....	9
I.2.3 Aperçu de l'institution muséal au Bénin.....	9
I.2.4 Musée et rôles dans la société.	10
I.2.5La médiation culturelle dans les musées.....	11
I.2.6 La place du médiateur dans la médiation culturelle.	14
I.2.7 La diachronie des médiations reliées à la vie d'une exposition.	14
CHAPITRE 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE	16
II. Les outils de prospection	17
II.1 Choix de la méthodologie de l'étude : méthodes empiriques.....	17

II.1.1 Approches empiriques	17
□ Observation directe	17
□ L'enquête	17
□ Recherche documentaire.....	18
II. Analyse des informations	18
II.2 Mobilisation	18
□ Recherche documentaire.....	18
□ L'entretien.....	18
□ Le questionnaire	18
III. Présentation de la structure d'accueil pour le stage.....	19
III.1. Présentation du musée HONME de Porto-Novo	19
III.1.1 Localisation du musée	19
III.1.2 Contexte historique	19
III.1.3 Présentation de l'organisation spatiale et des collections du musée.....	21
III.2 Analyse de l'expérience	27
CHAPITRE 3 : RESULTATS ET DISCUSSION	28
III.1 PRESENTATION DES RESULTATS.....	29
Tableau 1 : Connaissance sur le musée Honmè	29
Tableau 2 : Connaissance sur la visite du musée.....	30
Tableau 3 : Connaissance sur la visibilité du musée Honmè	31
Tableau 4 : Connaissance sur les TIC.....	32
Tableau 5 : Les TIC peuvent-elles contribuer à rendre visible et valoriser le musée Honmè	33
Tableau 6 : Notion sur la médiation dans les musées.....	34
Tableau 7 : Connaissance sur la présence d'un médiateur au musée Honmè.....	35
Tableau 8 : Stratégie de médiation au musée Honmè	36
Tableau 9 : Importance de la médiation au musée Honmè.....	37
III.2 DISCUSSION	40
III.2.1 Proposition de médiation avant la visite	40
III.2.2 Pendant la visite, nous suggérons les applications suivantes :	44
III.2.3 Après la visite	44

III.2 : PROJET PROFESSIONNEL	46
I. Contexte et justification	46
II. Objectif principal.....	46
III. Objectifs spécifiques	47
IV. Résultats attendus	47
V. Diagnostic	47
VI. Mobilisation.....	48
VII. Plan d'action.....	48
VIII. Evaluation	49
VIII. Activités	50
1-1. Visites guidées adaptées.....	51
1-2. Ateliers de création	52
1-3. Spectacles et performances	52
1-4. Rencontres avec les artistes.....	53
1-5. Activités pour les plus jeunes.....	53
IX. Conception du système d'évaluation	61
CONCLUSION.....	62
REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE	a
ANNEXE.....	c
TABLE DES MATIERES	h