



**Université internationale de langue française
au service du développement africain
à Alexandrie d'Égypte**

Université Senghor

DÉPARTEMENT GESTION DU PATRIMOINE CULTUREL

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

LES MUSEES NATIONAUX ET LE
DEVELOPPEMENT CULTUREL DE LA
REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO
« Etude des stratégies d'animation »

MÉMOIRE PRÉSENTÉ
POUR L'OBTENTION DU DIPLÔME D'ETUDES PROFESSIONNELLES
APPROFONDIES
PAR

TSHOBI KAYOLO Fernand

MEMBRES DU JURY :
ABDOULAYÉ CAMARA
JEAN-YVES MARIN
VINCENT NÉGRI

Promotion 2003 - 2005

DEDICACE

***Dieu**, Tout Puissant, pour tes biens faits et pour la santé que tu m'as accordée durant mes études,*

*A vous mes parents, **Fernand TSHOBI Mavula** et **Cécile BALA-BALA Musamu**, pour votre grande affection, pour tant des sacrifices et privations occasionnées par mes études, que ce travail soit l'accomplissement de votre volonté ;*

*A toi mon épouse, **Mireille MENGA TUBILA**, très tôt juste après notre union, tu as été confrontée à une séparation brusque et douloureuse occasionnée par mes études. Pour ta sympathie témoignée durant ma formation, pour toutes les épreuves endurées, ce travail soit pour toi un symbole d'amour et de courage ;*

*A toi mon oncle, **Gérard MUTELA KiaLa**, pour tes conseils et ton encadrement ;*

A vous mes frères, sœurs et cousins pour votre éternel amour fraternel ;

Je dédie ce travail.

REMERCIEMENTS

Au moment où nous bouclons ce modeste travail, il est pour nous un impérieux devoir et un signe de profonde gratitude, de remercier Dieu, le Seigneur Tout Puissant qui nous a accordé sa grâce et une prompte santé pour réaliser ce travail.

Nos remerciements s'adressent au Professeur Fernand TEXIER, Recteur de l'université Senghor, pour son oreille attentive à nos sollicitations.

Qu'il nous soit permis en ce moment où nous présentons ce travail, de rendre un grand hommage à Madame Caroline GAULTIER, Directeur du Département Gestion du Patrimoine Culturel de l'université Senghor, pour son encadrement, ses conseils et son soutien morale, sans lesquels, nous ne saurions aboutir à ce résultat.

Nos profondes gratitudes s'adressent à tous les Professeurs de l'université Senghor, plus particulièrement, ceux du département Gestion du Patrimoine Culturel, qui, malgré leurs nombreuses occupations ont accepté d'assurer notre formation et ont donné le meilleur d'eux-mêmes.

A vous Professeurs Jean Galard, Abdoulaye CAMARA, Madame RACHIDA DE SOUZA AYARI et Madame Yannick LINTZ, pour vos lectures, corrections et orientations à ce travail, grand merci.

Nous témoignons notre reconnaissance aux Professeurs Bruno LAPIKA DIMOMFU, Directeur général du CERDAS et SHAJE TSHILUILA, Directrice Générale de l'Institut des Musées Nationaux du Congo pour leur implication personnelle à l'aboutissement de notre voyage d'études.

Nous remercions Mesdames Bernadette GOLDSTEIN et Margueritte MOQUET-SERINA, respectivement Chargée de Mission pour les études de public au Département des Publics à la Direction des Musées de France et Chef de Service de l'action culturelle et de la communication du musée des Antiquités Nationales à saint Germain-en-Laye en France qui ont bien voulu nous encadrer durant notre stage. Malgré leurs nombreuses obligations professionnelles, par des conseils, des analyses, elles ont guidé nos pas du futur Gestionnaire du Patrimoine Culturel et faciliter nos recherches.

Nous remercions très sincèrement nos frères, sœurs, cousins et amis, Berros MUTELA, MOSI NZUZI, Zéphirin TSHOBI, Jeremy SONG, Faustin KUBANZILA, Christian NZOLOKU, Roland MUMBALA, pour la vie partagée ensemble et leur soutien moral.

A vous, Placide MUMBEMBELE, François KIBOKO, René KUSONGISILA, Jean de Dieu MANENO et à vous tous mes collègues du département. Chers compatriotes et chers collègues, vaillants compagnons de lutte, pour tant de peine et de dur labeur consentis ensemble. Que ce travail soit le fruit de votre collaboration et de votre amitié.

Nous sommes également redevable à Madame Rania, secrétaire du département Gestion du Patrimoine Culturel et à l'ensemble du personnel de l'université Senghor pour leur collaboration et leur sympathie.

A tous ceux qui nous sont chers et ne sont pas cités, qu'ils veuillent trouver ici notre marque de sympathie.

LISTE DES SIGLES ET ACCRONYMES

ABA	: Académie des Beaux Arts
AFRICOM	: Conseil International des Musées Africains
CERDAS	: Centre de Coordination des Recherches et de la Documentation en Sciences Sociales desservant l'Afrique Subsaharienne
CICIBA	: Centre International des Civilisations Bantous
CNS	: Conférence Nationale Souveraine
DMF	: Direction des Musées de France
DRAC	: Direction Régionale des Affaires Culturelles
ICOM	: Conseil International des Musées
ICOMOS	: Conseil International des Monuments et Sites
IMNC	: Institut des Musées Nationaux du Congo
IMNZ	: Institut des Musées Nationaux du Zaïre
INA	: Institut National des Arts
NTIC	: Nouvelles Technologies de l'Information et des Communications
PNUD	: Programme des Nations Unies pour le Développement
RDC	: République Démocratique du Congo
RMN	: Réunion des Musées Nationaux
SONECA	: Société Nationale d'Editeurs, Compositeurs et Auteurs
UNESCO	: Organisation des Nations Unies pour L'Education, la Science et la Culture

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS -----	III
LISTE DES SIGLES ET ACCRONYMES -----	V
RESUME -----	X
INTRODUCTION GENERALE -----	1
1 .PROBLEMATIQUE-----	2
2 HYPOTHESE -----	5
3. METHODE -----	6
PREMIERE PARTIE : ETAT DES LIEUX DE LA POLITIQUE CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO -----	8
CHAPITRE PREMIER : LA POLITIQUE CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO -----	9
1.1. LES TRAITES DE LA POLITIQUE CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO10	
1.2. LES PERSPECTIVES D’UNE VERITABLE POLITIQUE CULTURELLE EN RDC-----	11
1.2.1. <i>MISSION</i> -----	12
1.2.2. <i>VALEURS</i> -----	12
1.3. LES GRANDS AXES DE LA POLITIQUE CULTURELLE -----	13
1.3.1 <i>L’AFFIRMATION DE L’IDENTITE CULTURELLE</i> -----	13
1.3.1.1. Valoriser l’héritage culturel.-----	13
1.3.1.2. Renforcer le dialogue des cultures. -----	14
1.3.2. <i>LE SOUTIEN AUX CREATEURS</i> -----	14
1.3.2.1. Promouvoir et garantir la liberté de la création artistique sous toutes ses formes -----	15
1.3.2.2. Améliorer les conditions de vie professionnelle des artistes.-----	15
1.3.2.3. Assurer la vitalité des organismes artistiques. -----	16
1.3.2.4 Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de développement des industries culturelles-----	16
1.3.3. <i>L’ACCES ET LA PARTICIPATION DES CITOYENS A LA VIE CULTURELLE</i> -----	17
1.3.3.1. Renforcer l’éducation et la sensibilisation aux arts et à la culture-----	18
1.3.3.2. Faciliter l’accès aux arts-----	19
1.4. DE NOUVEAUX LEVIERS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE CULTURELLE-----	20
CHAPITRE DEUXIEME : LE DEVELOPPEMENT CULTUREL EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO -----	22
2.1. FONDEMENT DU DEVELOPPEMENT CULTUREL-----	22
2.2. SITUATION DU DEVELOPPEMENT CULTUREL EN R. D. C -----	23
2.3. LES PERSPECTIVES D’UN REEL DEVELOPPEMENT CULTUREL EN RDC -----	24
2.4. LA CULTURE COMME MOTEUR DU DEVELOPPEMENT -----	25
2.5. LES ATTENTES DU DEVELOPPEMENT CULTUREL EN RDC -----	26
CHAPITRE TROISIEME : QUELQUES REPERES HISTORIQUES SUR LES MUSEES EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO -----	28
3.1. MUSEE: QUELQUES REPERES HISTORIQUES GENERAUX-----	28
3.2. LA DEFINITION DU CONCEPT MUSEE-----	29
3.2.1. <i>LA CONSERVATION</i> -----	31
3.2.2. <i>L’EXPLOITATION OU DIFFUSION DU SAVOIR</i> -----	32

3.3. L'INSTITUT DES MUSEES NATIONAUX DU CONGO : HISTORIQUE ET CADRE -----	32
3.3.1 OBJECTIFS DE L'INSTITUT DES MUSEES NATIONAUX DU CONGO -----	33
3.3.2 FONCTIONNEMENT DE L'IMNC. -----	33
3.3.3. PROFIL ET STATUTS DES COLLECTIONS -----	34
3.4. LES TEXTES DE LOIS ET LEUR TENEUR POUR LA PROTECTION DU PATRIMOINE -----	34
DEUXIEME PARTIE : LES ENSEIGNEMENTS DE STAGE -----	36
1. LA DIRECTION DES MUSEES DE FRANCE -----	37
1. 1. MISSIONS DE LA DMF ET LEURS EVOLUTIONS PAR RAPPORT A LA LOI DU 4 JANVIER 2002 SUR LES MUSEES. -----	37
1.2. MISSIONS ET ROLE DU DEPARTEMENT DES PUBLICS, DE L'ACTION EDUCATIVE ET DE LA DIFFUSION CULTURELLE -----	38
2. LE MUSEE DES ANTIQUITES NATIONALES -----	40
2.1. LE SERVICE DE L'ACTION CULTURELLE DU MUSEE DES ANTIQUITES NATIONALES -----	40
2.1.1. LES OBJECTIFS ET MISSIONS -----	40
2.1.2. LES RESSOURCES HUMAINES -----	41
2.1.3. LES DIFFERENTES ACTIVITES ORGANISEES -----	41
1. Les activités de découverte des collections -----	42
2. Les activités de pratiques culturelles d'initiation et d'approfondissement -----	43
TROISIEME PARTIE : PROPOSITIONS DES STRATEGIES D'ANIMATION POUR ENGAGER LES MUSEES NATIONAUX DU CONGO DANS LE PROCESSUS DU DEVELOPPEMENT CULTUREL -	45
CHAPITRE PREMIER : POUR UNE APPROCHE RENOUVELEE DE LA POLITIQUE MUSEALE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO -----	46
1.1. TENIR COMPTE DES ASPIRATIONS DES CITOYENS. -----	47
1.1.1. ACCROITRE L'ACCESSIBILITE DES COLLECTIONS -----	48
1.1.2. SOUTENIR LE RENOUVELLEMENT DES EXPOSITIONS -----	49
1.1.3. FAVORISER LE DEVELOPPEMENT DE PROGRAMMES EDUCATIFS -----	49
1.1.4. PROMOUVOIR L'ELABORATION D'ACTIVITES CULTURELLES ET D'EVENEMENTS SPECIAUX -----	50
1.1.5. ENCOURAGER LA MISE EN APPLICATION DES ETUDES, DES ANALYSES ET DES EVALUATIONS DES PUBLICS. -----	51
1.2. L'EXPERTISE -----	51
1.2.1. ENCOURAGER LA STABILISATION DES EMPLOIS -----	52
1.2.2. PRIVILEGER L'EMBAUCHE DE JEUNES DIPLOMES EN MUSEOLOGIE -----	53
1.2.3 FAVORISER LE PLAN DE PERFECTIONNEMENT POUR LE PERSONNEL -----	53
1.2.4. ENCOURAGER LES COLLABORATIONS AVEC DES RESSOURCES EXTERNES -----	54
1.3. UNE INSTITUTION MUSEALE DANS LA COMMUNAUTE -----	54
1.3.1. FAVORISER L'EMERGENCE DE PROJET VISANT DE NOUVEAUX PARTENAIRES -----	55
1.3.2. ENCOURAGER LE PARTENARIAT ET LA CONCERTATION ENTRE INSTITUTIONS DU MILIEU CULTUREL -----	56
1.3.3. FAVORISER L'INSERTION DE L'ACTION MUSEALE DANS LES ATTENTES DU DEVELOPPEMENT CULTUREL -----	56
1.3.4. INSCRIRE LE MUSEE DANS LE CIRCUIT TOURISTIQUE -----	57

1.4. LA CREATION DU RESEAU MUSEAL	57
1.4.1. SOUTENIR DES PROJETS LIES AU RESEAU MUSEAL	58
1.4.2. FAVORISER LA DYNAMISATION DU RESEAU PAR UNE PROGRAMMATION D'EXPOSITIONS ITINERANTES ET PRODUITES EN PARTENARIAT	58
1.4.3. IMPLIQUER ACTIVEMENT LES MUSEES D'ETAT AUX ACTIVITES DU RESEAU.	59
1.4.4. INSTAURER UN MECANISME DE RECONNAISSANCE DES INSTITUTIONS MUSEALES	59
CHAPITRE DEUXIEME : QUELQUES STRATEGIES D'ANIMATION ET D'ACTION CULTURELLES POUR LES MUSEES NATIONAUX EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO	61
2.1. DE L'ANIMATION CULTURELLE DANS LES MUSEES DU CONGO	61
2.2. QUALITES ET APTITUDES D'UN BON ANIMATEUR CULTUREL DANS LE MUSEE	63
2.3. L'ANIMATION CULTURELLE COMME DECODEUR DU LANGAGE ARTISTIQUE	63
2.4. L'ANIMATION CULTURELLE COMME ACCOMPAGNEMENT DE L'EXPOSITION DANS UN MUSEE	64
2.5. L'ANIMATEUR ET L'ORGANISATION D'EVENEMENTS CULTURELS AU MUSEE	65
2.6. LES CRITERES DE PROGRAMMATION DES ACTIVITES D'ANIMATION ET D'EDUCATION DANS LES MUSEES NATIONAUX POUR LA R.D.C.	67
2.6.1. LES PUBLICS	67
2.6.2. LE PRODUIT	67
2.6.3. LES OBJECTIFS	68
2.6.4. LA PERIODE DES ACTIVITES	68
2.6.5. LA CONSOLIDATION, L'INNOVATION, L'ORIGINALITE	68
2.6.6. LE PARTENARIAT	68
2.6.7. LES COUTS ET REVENUS	68
2.6.8. LES SUBVENTIONS ET COMMANDITES	68
2.7. LE MARKETING ET SON IMPACT SUR LA GESTION DES ACTIVITES D'ANIMATION POUR LES MUSEES NATIONAUX	69
2.7.1. LE PROGRAMME	70
2.7.2. L'ACCESSIBILITE	71
2.7.3. LES TARIFS	72
2.7.4. LA PROMOTION	73
1. Les relations publiques	73
2. La publicité.....	74
CHAPITRE TROISIEME : LES STRATEGIES DE FIDELISATION DES PUBLICS AUX DIFFERENTES ACTIVITES CULTURELLES DES MUSEES EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO	76
3.1 MIEUX CONNAITRE LE PUBLIC	77
3.2. FIDELISER LES PUBLICS ACTUELS	77
3.3. ATTEINDRE LES « NON-PUBLICS »	78
3.4. ADAPTER LES ACTIVITES AUX GOUTS ET AUX TYPES DES PUBLICS	78
3.5. RENTABILISER DES EXPOSITIONS	79
3.6. SENSIBILISATION DU PUBLIC SCOLAIRE A TRAVERS UN PROJET D'UNE EXPOSITION ITINERANTE DANS LA VILLE DE KINSHASA	80

<i>1. Choix du thème du projet</i>	80
<i>2. Titre de l'exposition : « mbonda, lokole, likembe... » : la culture congolaise en sons</i>	80
<i>3. Contexte et justification du projet</i>	80
<i>4. Objectifs du projet</i>	81
1. Objectifs généraux	81
2. Objectifs spécifiques	81
<i>5. Résultats attendus</i>	82
<i>6. Choix des lieux d'exposition</i>	82
<i>7. Préparation de l'exposition et collecte des objets culturels</i>	82
<i>8. Contenu de l'exposition</i>	83
<i>9. Partenariat envisagé</i>	83
<i>10. Budget prévisionnel</i>	84
<i>11. Déroulement, animation et calendrier de l'exposition</i>	84
<i>12. Animation et manifestation annexes :</i>	85
<i>13. Calendrier d'activités planifiées de l'exposition</i>	86
CONCLUSION GENERALE	88
BIBLIOGRAPHIE	90
ANNEXES	92

RESUME

Ce mémoire se propose de soulever des pistes de réflexion sur le développement culturel, la politique culturelle, la politique muséale et les stratégies d'animation dans les Musées Nationaux de la République Démocratique du Congo (RDC). Ces Musées Nationaux semblent coupés de leur public. En outre, la politique culturelle nationale s'avère insuffisante et ne favorise pas l'implantation, la gestion rationnelle et l'animation des activités des musées existants. La rareté des moyens financiers, humains et matériels limite la capacité d'action et d'animation et ne permet pas non plus aux musées nationaux de participer pleinement tant que partenaire à part entière aux échanges autour du patrimoine culturel. Ainsi, les stratégies d'animation dans les musées nationaux de la RDC pour un développement culturel rationnel et durable consistent à :

- concevoir et appliquer une politique culturelle et muséale qui suscite et prend en compte les intérêts et les aspirations du public,
- former des professionnels, capables de gérer et d'animer les musées,
- créer des liens étroits avec les ministères de l'éducation nationale et celui du tourisme pour des actions concrètes et concertées pour la visibilité des musées nationaux,
- développer des partenariats et coopération avec des organismes tant nationaux qu'internationaux pour le financement des différents projets culturels aux musées,
- élaborer des stratégies d'animation adéquates pour les activités des musées.

Les axes globaux de l'action culturelle s'articulent autour de la remise en question permanente de la culture, l'incitation à la vie culturelle, la valorisation de la démarche sur la protection et la valorisation du patrimoine culturel. Du moment où la culture est considérée comme un bien public, il est question de démocratisation culturelle. Les objectifs attribués se résument à l'accessibilité aux collections des musées et à la formation d'un public conscient, concerné par le patrimoine culturel et l'adoption d'une position active et critique vis-à-vis du produit culturel. Il est évident donc de susciter la participation du public Congolais aux activités des musées nationaux.

Mots clés

Politique culturelle, développement culturel, politique muséale, public, animation culturelle

AVANT PROPOS

La notion de patrimoine culturel, utilisée, à l'heure actuelle, dans le langage courant et dans les textes juridiques, recouvre l'ensemble des traces des activités humaines qu'une société considère comme essentielles, pour son identité et sa mémoire collective et qu'elle souhaite préserver afin de les transmettre aux générations futures.

Si la notion même du patrimoine s'est considérablement élargie, les fonctions qui s'y rattachent se sont simultanément diversifiées. La conservation du patrimoine reste évidemment l'objectif principal et essentiel. Elle exige une connaissance fine, plurielle, renouvelée ; elle suppose des interventions délicates et souvent audacieuses. Mais la communication et la diffusion du patrimoine deviennent actuellement une exigence.

De plus, la valorisation et la diffusion sont des facteurs de développement tant économique que culturel. En termes de stratégies d'animation et de développement culturel, la valorisation du patrimoine, la constitution d'une image de marque, d'un label de qualité pour un territoire est un élément tout à fait déterminant. Il s'agit alors de concevoir un ensemble global et cohérent d'opérations de valorisation, de diffusion et d'animation capable de faire rayonner l'image réelle d'un territoire, d'un pays, sur le plan culturel.

Aujourd'hui, le patrimoine culturel devient ressource. Ressource pédagogique, culturel d'abord disons- le, bien sûr : on ne dira jamais assez combien le patrimoine culturel est un facteur de dynamisme intellectuel, d'équilibre personnel et collectif, par l'identité qu'il contribue à fonder et à renforcer comme par le respect d'altérité auquel il conduit.

Les motivations de la diffusion du patrimoine sont nombreuses. D'abord, source d'histoire, un patrimoine enseignera aux hommes leur passé de manière plus authentique. Ensuite, création artistique, le patrimoine va au-delà de l'émotion esthétique. Il permet d'identifier une histoire de l'art, de montrer comment les enchaînements dans le temps peuvent traduire la recherche d'un progrès dans les formes, les couleurs, les matériaux. Enfin, le patrimoine est une manifestation du temps qui s'écoule. Nous pourrions y voir le fondement de ce qu'on appelle la valeur sociale du patrimoine, l'élaboration d'une conscience commune, basée sur les valeurs partagées.

Animer des activités, expositions temporaires, concerts, ateliers, visites guidées, visites libres, événements spéciaux et divers qui sont organisées par les musées ont un impact important sur les publics, qu'il soit un public de proximité, touriste, scolaire ou autres. C'est pourquoi, cette démarche exige une compétence réelle dans la profession.



INTRODUCTION GENERALE

1 .PROBLEMATIQUE

Les Musées nationaux de la République Démocratique du Congo (R.D.C) semblent visiblement coupés du grand public, ils restent encore léthargiques, stationnaires et retranchés de leur public. En outre, la politique culturelle nationale s'avère encore déficitaire. Pratiquement, l'Etat Congolais ne favorise pas encore l'implantation et la gestion rationnelle des institutions muséales qui puissent animer et diffuser la culture congolaise, gage d'un réel développement culturel. La place qu'occupe la culture dans le développement d'une nation n'est plus à démontrer. Lorsque le Technocrate et Expert en développement s'interroge sur les causes de l'échec d'un programme de développement, ils ont souvent recours à la notion d'obstacle culturel. Si le programme entrepris n'aboutit pas, si les gens n'y participent pas avec ferveur c'est que leur culture, sous-entendu les aspirations, s'y opposent. Le développement est un indicateur de la culture d'un peuple et la résultante de l'action culturelle. La culture est à la base presque des mutations sociales et économiques, elle fait référence aux valeurs de la vie, au mode de production, à l'organisation politique. Bref, une façon d'être, de percevoir et de se percevoir, une manière de sentir, de s'exprimer, de créer, qui caractérise les sociétés dans ce qu'elles sont de profondément original. Sous cet angle, nous pensons que le développement englobe une dimension qualitative visant à assurer le mieux être des sociétés, l'épanouissement de leurs cultures, le renforcement du sens des valeurs humaines et sociales. C'est la reconnaissance d'un « développement » qui n'est pas lié uniquement aux progrès technologiques et à la croissance économique, mais imprégné d'une dimension humaine qui fait de lui une vision globale sur les aspects social et culturel. Pour l'UNESCO, il s'agit de donner à la culture le rôle central qu'elle doit jouer dans tout processus de développement. Il s'agit également de renverser la problématique du développement en reconnaissant à la culture son pouvoir et son sens de l'approche globale des problèmes endogènes.

L'institution muséale est un outil qui favorise le développement culturel, éducatif et social, elle joue un rôle primordial pour l'accessibilité et la diffusion du patrimoine culturel. La floraison des genres de musées et de lieux d'exposition, la circulation des grandes expositions-événements, la multiplication des types d'espaces muséographiques, le nombre d'activités d'animation culturelle offertes par les musées dans leurs murs ou hors d'eux, enfin l'émergence de la muséologie elle-même en tant qu'une discipline de médiation culturelle, toute cette diversité des actions et d'animation sont des signes révélateurs de cette nouvelle fonction plus en vue des musées qui est la communication, la diffusion, bref la médiation culturelle.

Ainsi, comme dans les autres domaines des spectacles (théâtre, musique, cinéma...), une dynamique de diffusion et des stratégies d'animation impose de plus en plus ses contraintes et tend à former une hiérarchie des vedettes patrimoniales, un « palmarès » des valeurs dominantes, dont le critère réside dans le pouvoir d'attraction sur les visiteurs. D'où, l'avenir des institutions muséales de la RDC et leur participation au développement culturel de la nation repose sur la prise en compte des problématiques neuves qui émergent maintenant, tant localement que mondialement ; il faudra donc s'inspirer des pratiques culturelles d'excellence et des stratégies d'animation appropriées. Claude FABRIZIO, note que la notion du développement culturel s'applique aussi dans une certaine mesure aux fouilles archéologiques, considérées pendant longtemps comme une forme de conservation des cultures mortes et réservée en tant que telle à un public de spécialistes¹.

Disons que la force de l'économie d'un pays ne dépend pas seulement de la richesse de son sol et de sous-sol, mais aussi de la manière dont il exploite et gère son patrimoine culturel. Ainsi, les musées constituent un vecteur du tourisme culturel et contribuent également à l'économie du pays, tel est le cas de la France en Europe et de l'Égypte en Afrique. L'Afrique en général et la RDC en particulier, avec ses nombreux et importants sites archéologiques et naturels ainsi que ses musées n'accèdent pas à cette dimension du développement culturel et satisfaire les loisirs de la population et si possible bien que difficile de rentabiliser économiquement la culture. Nous pensons que le patrimoine culturel est une composante de la culture qui constitue elle-même la clé de voûte du développement. Dans ce même ordre d'idées, Francisco AYI D'ALMEIDA pense que les démarches particulières de préservation du patrimoine culturel ne se posent pas plus que les musées, la question des préoccupations économiques, sociales, spirituelles, artistiques de leurs contemporains. Cependant, leur existence est un paramètre favorable aux politiques de mise en valeur du patrimoine, en ceci qu'ils constituent tout à la fois un vivier de partenaires et un élément positif d'enracinement à partir duquel pourraient prendre appui des processus de développement local qui sont bien souvent fondés sur l'identité locale². Tout compte fait, le musée apparaît potentiellement comme un des lieux essentiels d'ouverture culturelle et sociale, comme outil de connaissance d'autant plus utile qu'il s'adresse à toute la population. Ceci nous permet de trouver les réponses aux problèmes actuels et nous permet également à

¹ FABRIZIO, C., « Le Patrimoine, élément du développement culturel » in Le patrimoine culturel, expériences régionales, Unesco, Paris, 1980, P.302

² Francisco AYI D'ALMEIDA, « Des musées de développement, espoir pour l'Afrique » in Patrimoine culturel Africain, éd. Maisonneuve & Larose, Paris, 2001, pp. 397-403

la fois de comprendre notre histoire et notre singularité, c'est-à-dire la diversité culturelle mais aussi notre environnement écologique, technologique et artistique...

L'objectif de notre étude est de favoriser l'accès du grand public aux musées. Cela suppose, outre les actions concrètes d'animation et des mesures réelles portant sur des points très pratiques : susciter l'intérêt et les aspirations du grand public. Ainsi, nous pensons que, pour les musées, outre la fonction prédominante la conservation, actuellement, accède à une nouvelle dimension, celle de la diffusion et de l'animation, de la présentation pédagogique des œuvres auprès du public. Ils deviennent ainsi des instruments d'action culturelle. Une politique d'animation ou de diffusion vise avant tout à renforcer les rapports du citoyen avec l'art et les institutions culturelles, à permettre la rencontre entre l'artiste qui invente une œuvre et le spectateur qui s'adonne à cette œuvre, se l'approprie et la réinvente à partir de son propre bagage émotif et culturel. Cette rencontre se produit souvent durant le temps de loisirs du citoyen, par la fréquentation des bibliothèques, des archives, des musées...

L'animation apparaît comme un cycle culturel qui relie les créateurs, les diffuseurs et le public, comme un appareil technique et idéologique qui sert à la fois à la diffusion des produits culturels, qui sert aussi à orienter ou à interroger les mentalités, qui se forment largement par la culture ou qui sert le développement réel des individus en augmentant leur capital. Jean Claude Gillet note que l'animateur est un facilitateur de relations, capable de comprendre les enjeux sociaux d'une association, d'un quartier, d'une collectivité locale, d'une ville et de faire en sorte que chaque acteur puisse jouer sur la scène sociale, dans les dynamiques préalables, et d'agir sur ces enjeux en fonction de ses intérêts, de ses désirs, et dans une perspective de promotion et de développement social³. Sous cet angle, l'animation dans les Musées Nationaux pourrait amener la population de la RDC à prendre conscience de son identité culturelle vis-à-vis de ses problèmes sur le plan social, économique, culturel et intellectuel. Ce devoir consiste en sa participation à la résolution de ses problèmes pour accélérer son propre développement. Comme on peut le voir, l'animation vise en définitive un seul objectif suprême : l'homme, c'est-à-dire l'homme comme moteur du développement. Mener une action aux musées nationaux de la RDC, revient ainsi à susciter, à éveiller et à développer la curiosité, le goût et l'initiative de la population culturellement défavorisée dans ce domaine. Ainsi, la finalité des stratégies d'animation est la démocratisation de la culture, c'est-à-dire le partage des privilèges culturels ; chacun doit donc pratiquer la culture et y avoir accès.

³ GILLET, J.C., Animation et Animateurs, le sens de l'action, éd. L'Harmattan, Paris, 2003, P.168

La valorisation du patrimoine répond à de multiples enjeux, d'ordre culturel, pédagogique, économique, touristique et social. La mise en valeur du patrimoine repose sur l'action d'accueil, d'encadrement et d'animation par divers agents du patrimoine tant institutionnels que bénévoles. Elle fait l'objet de diverses manifestations qui répondent à l'intérêt du public. Dans cette perspective, nous nous sommes préoccupé d'appréhender l'apport des musées nationaux dans le développement culturel de la RDC. Pour mieux cerner l'objet de notre étude, nous nous sommes posé des questions fondamentales suivantes :

- Quelle est la place des musées nationaux dans le processus du développement culturel ?
- L'Etat Congolais a-t-il intégré dans sa politique de développement culturel l'implantation des musées nationaux ?
- L'Etat Congolais dispose-t-il d'une politique culturelle adéquate servant d'orientation et de grands axes du développement culturel ?
- Le ministère de la culture et des arts, dispose-t-il d'une véritable politique muséale dans son programme pour susciter le développement culturel de la nation ?
- Quels liens développer avec les structures éducatives pour un public potentiel et averti des musées ?
- Quel est l'état d'animation dans les musées nationaux du Congo ?
- Quelles sont les actions à mener et les stratégies d'animation à utiliser pour susciter les aspirations et l'intérêt du grand public et de sa fidélisation aux activités des musées nationaux ?
- Le programme des activités de l'IMNC rencontre-t-il la préoccupation des publics ?
- L'IMNC dispose-t-il d'un personnel qualifié, capable de concevoir, d'exécuter et d'animer les activités culturelles ?

2 HYPOTHESE

La rareté des moyens humains, budgétaires et matériels limite la capacité d'action et d'animation et ne permet pas aux musées nationaux de la RDC de participer en tant que partenaire à part entière aux échanges autour du patrimoine culturel. Rendre les musées aptes au dialogue, c'est aussi les soutenir dans leurs efforts d'animation avec les différents publics afin qu'ils soient en mesure de communiquer au-delà des institutions qu'ils constituent. Permettre cette animation aux musées avec le public naturel, c'est aussi les renforcer dans leur capacité d'échange sur la longue distance avec la culture nationale. Ainsi, les musées nationaux sont des supports stratégiques pour le développement culturel de la RDC. Leur

faible apport au développement culturel national est fonction de l'inefficacité des stratégies d'animation utilisées et surtout d'absence d'une véritable politique muséale et d'une politique culturelle. Les stratégies d'animation dans les musées nationaux pour un développement culturel rationnel consistent à :

- innover et recréer à travers une muséographie adaptée aux attentes novatrices des communautés culturellement défavorisées,
- concevoir et appliquer une politique culturelle qui suscite et prenne en compte les intérêts et les aspirations de la population,
- former des professionnels de musée qui doivent être à l'écoute des communautés locales,
- construire une société culturellement harmonieuse dans laquelle les professionnels et les communautés locales seront totalement impliqués,
- créer un lien étroit avec le Ministère de l'éducation nationale et celui du tourisme pour des actions concrètes, de visibilité et de lisibilité de musées nationaux,
- prêter une attention particulière du côté social de la population pour qu'elle puisse bénéficier de son temps de loisir et visiter les musées.

3. METHODE

Pour mener à bien nos recherches, le fonctionnalisme comme méthode nous semble répondre à notre analyse, car elle se prête au fait social observé. Pierre BONTE et Michel IZARD notent que le fonctionnalisme consiste à traiter de tout fait social sous l'angle des relations qu'il entretient, dans la synchronie, avec d'autres faits sociaux à l'intérieur d'un ensemble qu'il n'est pas épistémologiquement nécessaire de penser comme entièrement structuré. La notion de fonction renvoie seulement à l'idée d'interdépendance relative entre les faits⁴. Ainsi, nous pensons que l'IMNC constitue une structure ayant en son sein différentes directions, nous estimons que ces dernières doivent travailler en étroite collaboration pour susciter l'intérêt et les aspirations du public, aussi atteindre les objectifs assignés. L'isolement de différentes directions serait un manque à gagner pour le musée. Au service de cette méthode, nous utiliserons la technique d'observation, documentaire, appuyé par notre expérience de stage à la Direction des Musées de France et au Musée des Antiquités nationales par le benchmarking.

⁴ BONTE, P. et IZARD, M., Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie, 3^{ème} éd. Quadrige/PUF, Paris, 2004, P. 286

Le benchmarking est une technique qui consiste à contextualiser et à adapter les différentes expériences acquises, selon son propre environnement social, culturel et économique⁵.

⁵ KARLOF, B. Pratiquer le benchmarking, éd. D'organisation, Paris, 1995, P.28

A decorative border resembling a scroll, with a vertical strip on the left and rounded corners on the right, framing the text.

**PREMIERE PARTIE : ETAT DES LIEUX DE LA POLITIQUE
CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO**

CHAPITRE PREMIER : LA POLITIQUE CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

Le statut dans lequel la culture a été confinée pendant l'époque coloniale et la deuxième république constitue l'un des aspects les plus lamentables de notre évolution nationale au cours de ces trois décennies d'indépendance. La culture fut un domaine totalement délaissée : parce que méconnue et minimisée, elle n'était évoquée que par conformisme pour faire plaisir à des individus ou pour être exhibée aux yeux de quelques étrangers. Aussi sera-t-elle incomprise jusqu'à nos jours, tant sur sa finalité véritable que pour son rôle au sein de la société. De la sorte, il n'y a eu aucune véritable politique culturelle. Toutefois, il existe déjà un certain nombre d'études et réflexions faites sur la politique culturelle en RDC. Nous retiendrons celles de BOKANGA⁶ et quelques réflexions de Norbert MIKANZA MOBYEM⁷, aussi les différentes recommandations de la sous commission sur la culture à la conférence nationale souveraine (CNS). Ces études et réflexions suffisamment riches, ont des traits très remarquables.

En ce qui nous concerne, ce chapitre a pour objectif de faire un état des lieux de la politique culturelle, aussi de proposer des grands axes normatifs pour une politique culturelle applicable en RDC en vue de favoriser un développement culturel durable et harmonieux. La politique culturelle repose sur la croyance fondamentale que la créativité sous toutes ses formes et exprimée par les personnes de tous âges est un indicateur de bien-être, qu'elle apporte un fort élan à la prospérité économique et sociale et qu'elle présente une composante essentielle de la culture de la paix. Qu'elle soit fondée sur les traditions, appuyée par des nouvelles technologies ou intégrée dans la culture contemporaine, la politique culturelle servira à l'avancement de la culture en RDC, d'où le développement culturel. Nous estimons que la politique culturelle doit être un outil qui permettra à tous les Congolais et Congolaises, au gouvernement, aux artistes professionnels, en passant par les professionnels du secteur du patrimoine culturel, les bénévoles, les organismes et les communautés locales de partager une vision commune pour le développement culturel dans le pays. Elle favorisera les caractéristiques uniques qui enrichissent le patrimoine culturel.

⁶ BOKANGA, E. B., La politique culturelle de la République du Zaïre, les presses de l'Unesco, Paris, 1975

⁷ MIKANZA, M., « Pour une politique culturelle nationale » in Quelles politiques culturelles pour la 3^{ème} République au Zaïre ? Bibliothèque Nationale, Kinshasa, 1993

1.1. LES TRAITS DE LA POLITIQUE CULTURELLE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

Chaque Etat possède une manière propre de concevoir et d'appliquer sa politique culturelle. BOKANGA, note que « il appartient à chaque Etat de déterminer et d'appliquer sa politique culturelle, compte tenu de sa conception de la culture, de son système socio-économique, de son idéologie politique et de son développement technologique »⁸. Disons que chacune de période de l'histoire de la R.D.C., possède sa politique culturelle, notamment la période coloniale et la période après la colonisation donc après l'indépendance. La politique de ces deux périodes se distingue par leur conception et leur application sur terrain. Ainsi, nous avons :

1. *Période coloniale*

- La promotion des belles lettres, des arts plastiques, de la musique et des arts du spectacle,
- La construction des infrastructures et des foyers culturels,
- L'organisation du système éducatif,
- La non prise en compte des aspirations et des intérêts des Congolais,
- Le colonisateur a étouffé la culture Congolaise en imposant au colonisé sa propre culture et surtout au profit du colonisateur.

2. *Période après l'indépendance*

- Absence d'une réelle politique culturelle,
- Négation des valeurs morales
- Discrimination dans le soutien à la création des artistes et à la promotion des arts suivant telle ou telle tendance,
- Non prise en compte des intérêts et aspirations de la population.

A notre avis, nous estimons que la politique culturelle devrait avoir un seul but, celui de permettre aux Congolais de reconstituer leur environnement culturel, leur histoire, leur passé, bref, leur identité culturelle. Dans ce ordre d'idée, VIANDA pense que « il est indispensable d'orienter le développement de la culture afin que celle-ci ait un impact positif sur l'ensemble du développement national, que soit sur le plan politique, économique et social »⁹. Quelle que soit l'orientation qu'on veut donner à une politique culturelle, il est évident de penser de la manière d'y parvenir. Ainsi, il est souhaitable de disposer d'outils et

⁸ BOKANGA, E. B., op. Cit. , P.35

⁹ VIANDA, K., « Les grandes orientations de la politique culturelle » in La politique culturelle en République du Zaïre, les presses de l'Unesco, Paris, 1975, P.45

de moyens humains, financiers et matériels pour atteindre les objectifs qu'on s'assigne ; tel que le soutien Père EKWA, « la promotion des institutions culturelles de base (Musées, Bibliothèques, Archives, Centres culturels, Ecole...) est une manière concrète de répondre à cette exigence »¹⁰. L'Etat pourra donc veiller à créer des conditions et des cadres appropriés pour l'exercice de la culture.

1.2. LES PERSPECTIVES D'UNE VERITABLE POLITIQUE CULTURELLE EN RDC

Au sens le plus large, la culture est tout ce qui définit notre rapport au monde et comprend de nombreux aspects de l'activité humaine. La culture renvoie au mode de vie d'un peuple. Elle intègre tous les traits et éléments qui distinguent une société dans son évolution, y compris son identité et sa vision du monde. La culture fait aussi référence aux valeurs, aux croyances, aux coutumes, à la langue, aux modes de vie et aux traditions. Elle permet aux membres d'un groupe donné d'échanger entre eux et avec le monde, de communiquer et de développer leur créativité. La culture est donc un ensemble complexe de solutions dont une communauté humaine hérite et qu'elle adopte ou invente pour relever les défis de son environnement naturel et social. Telle que définie de façon plus large, la notion de la culture touche la plupart des aspects de la vie quotidienne.

Au sens le plus restreint, la culture imprègne la vie des Congolais et des Congolaises de nombreuses façons : visiter des musées, des galeries d'art et des expositions d'art, assister à des spectacles de théâtre, de musique et de danse, participer à des festivals communautaires et aux fêtes du patrimoine, utiliser et apprécier des éléments du patrimoine culturel et naturel sont autant de manifestation de la culture dans nos vies.

Le développement et la promotion de la culture sont une responsabilité collective. Néanmoins, à titre de représentant de l'ensemble de la population, le gouvernement de la RDC a la responsabilité et le devoir de soutenir et de promouvoir la culture, d'assurer sa pérennité et de la préserver pour les générations à venir. Le succès de la politique culturelle dépend de l'engagement et du leadership du gouvernement, de la force et de la vitalité des partenariats. Plus spécifiquement, son succès repose sur les contributions importantes des artistes professionnels du secteur culturel, des bénévoles, du secteur privé et des groupes communautaires. Chaque jour, la vie culturelle de la population pourra être enrichie par l'apport des artistes et des professionnels du secteur culturel. En retour, la croissance et la

¹⁰ Père EKWA, M., cité par NDAWELL dans l'introduction de l'ouvrage intitulé Quelle politique culturelle pour la 3^{ème} République au Zaïre ? Bibliothèque Nationale, Kinshasa, 1993, PP 8-12

qualité des activités culturelles, des infrastructures et des programmes culturels sont sources de fierté pour les communautés locales et favorise son engagement continu et son développement culturel garanti.

1.2.1. MISSION

Le gouvernement de la RDC fera preuve de leadership et devra travailler avec les collectivités, les territoires, les provinces, les partenaires culturels et le secteur privé afin de favoriser l'essor de la culture dans le respect de différentes langues et cultures .Il appuiera le développement culturel en faisant la promotion de l'excellence artistique, du dialogue et des échanges interculturels. Il pourra investir ses ressources pour reconnaître et valoriser son patrimoine, encourager l'excellence artistique et faire la promotion de la diversité culturelle qui s'épanouit sur son territoire national. Il mettra surtout les moyens pour élargir le public visé par le secteur culturel et améliorer l'accès de sa population aux ressources culturelles.

1.2.2. VALEURS

Nous estimons qu'une véritable politique culturelle est basée sur un certain nombre de valeurs fondamentales auxquelles doit impérativement adhérer le gouvernement de la RDC. Ainsi, nous pensons que le gouvernement pourra souscrire aux valeurs suivantes :

- La culture est essentielle à la société car elle l'aide à se définir comme un peuple.
- Toutes les langues nationales (Lingala, Kikongo, Swahili, Tshiluba) sont des vecteurs culturels qui doivent être préservés et mise en valeur.
- La culture a un effet bénéfique profond sur le développement de la personne. Il est nécessaire de favoriser cette influence en l'intégrant à l'éducation et à la formation continue.
- Les compétences spécialisées des artistes et des agents du secteur du patrimoine culturel doivent être reconnues et valorisées.
- L'autonomie artistique, l'intégrité professionnelle, la poursuite de l'excellence et la liberté d'expression méritent d'être soutenues et encouragées.
- Les ressources patrimoniales sont importantes et leur gestion comprend l'environnement culturel et naturel, hérité du passé, enrichit par le présent et transmis de génération en générations.
- La culture y compris les industries et les entreprises culturelles, joue un rôle important dans la prospérité économique du pays.

- Le gouvernement de la RDC, en collaboration avec d'autres partenaires, a la responsabilité de protéger et de mettre en valeur le patrimoine culturel et l'expression artistique de la nation.

1.3. LES GRANDS AXES DE LA POLITIQUE CULTURELLE

Par cette étape, nous proposons des grands axes et des différentes orientations (pour chaque axe) qui soient généraux et normatifs que l'Etat Congolais peut mettre en œuvre pour une politique culturelle rationnelle en vue de favoriser le développement culturel.

1.3.1 L’AFFIRMATION DE L’IDENTITE CULTURELLE

Ce premier axe de la politique culturelle est orienté vers l'affirmation de l'identité Congolaise. Celle-ci doit se concrétiser par la valorisation de toutes les langues nationales (lingala, kikongo, swahili et tshiluba) comme moyen d'exprimer la culture et y accéder, par la valorisation de l'héritage culturel et par le dialogue des cultures, c'est-à-dire l'ouverture au dialogue interculturel au sein de la société congolaise et à l'extérieur de la RDC. Cet axe s'adresse à la société congolaise comme collectivité et fait appel à la préservation et au développement d'acquis originaux sur lesquels se fonde l'identité de la nation : les langues, les coutumes, les croyances, les fêtes et les rites, par exemple, créent des racines et lient les individus, ce qui leur permet de se reconnaître dans leur collectivité. Les langues nationales sont des fondements de l'identité culturelle ; leurs importances pour l'avenir des Congolais demeurent prépondérantes. La société bâtit également son identité sur son histoire. En ce sens, elle doit être consciente de la valeur de l'héritage culturel que lui ont laissé les générations précédentes, et accorder une grande attention à celui qu'elle léguera, à son tour, aux générations futures. Plus un peuple affirme son identité culturelle, plus il peut s'ouvrir au monde.

1.3.1.1. Valoriser l'héritage culturel.

La culture congolaise se construit depuis des siècles à partir des ressources puisées dans l'héritage culturel. L'héritage culturel congolais est formé par l'ensemble de biens matériels et immatériels, d'ordre culturel ou historique, transmis de génération en génération.

Ainsi, la conservation et la transmission d'éléments intangibles et d'objets culturels chargés de signification multiples sur ce que nous sommes, participent à la définition de l'identité culturelle congolaise. C'est pour ces raisons que la plupart des sociétés se dotent de musées, de centres d'archives ou de bibliothèques, d'édifices, et mêmes des arrondissements entiers, sont protégés par les lois.

1.3.1.2. Renforcer le dialogue des cultures.

« Toutes les cultures font parties du patrimoine commun de l'humanité. L'identité culturelle d'un peuple se renouvelle et s'enrichit au contact des traditions et des valeurs des autres peuples. La culture est dialogue, échange d'idées et d'expériences, appréciation d'autres valeurs et traditions ; dans l'isolement, elle se puise et se meurt »¹¹.

La position géographique de la RDC, au cœur de l'Afrique, et ses affinités culturelles et linguistiques avec plusieurs pays d'Afrique, la place en bonne position pour le dialogue des cultures. La RDC possède donc des nombreux outils qui peuvent en faire un carrefour culturel original et généreux. Aujourd'hui, la population Congolaise devra considérer que le contact accru avec l'ensemble des peuples et des nations est un facteur essentiel à son développement culturel et à la culture de la paix. Le gouvernement pourrait favoriser les échanges interculturels et aussi être présent dans les réseaux et grands forums internationaux.

Stratégies et objectifs du 1^e axe :

Pour atteindre les objectifs du premier axe relatif à l'affirmation de l'identité culturelle, nous pensons que le gouvernement congolais pourra s'engager à :

- gérer les ressources culturelles qui relèvent directement des différentes provinces et faire preuve de leadership dans cette gestion,
- faciliter pour les administrations locales et le secteur du patrimoine, l'application des principes et des pratiques d'une bonne intendance,
- réviser les législations et les règlements actuels, de manière à les rendre plus efficaces aussi applicables et à fournir des meilleurs outils pour la conservation du patrimoine culturel,
- élaborer un planning d'implantation des musées et des différentes institutions culturelles dans les différentes provinces du pays, mais également clarifier les rôles et les responsabilités de ces institutions,

1.3.2. LE SOUTIEN AUX CREATEURS

La création est au cœur de toute la politique dédiée au développement des arts et de la culture c'est-à-dire au développement culturel. Elle peut être vue sous cet angle très général, comme recherche d'authenticité, dépassement, expression d'émotions intimes, présentation symbolique de valeurs collectives ou quête de l'universel. Pour l'artiste ou le créateur, elle est une réalité quotidienne où doivent s'allier une démarche personnelle, l'atteinte des exigences

¹¹ Unesco, déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, 1982

de la profession et la nécessité de subvenir à ces besoins. Pour les organismes et les entreprises qui la rendent accessible au public, la création est le maillon indispensable qui justifie toute la chaîne de la production et de la diffusion. La création artistique exige des conditions favorables à son éclosion et à sa diffusion. Parmi les plus fondamentales, figurent la liberté et l'autonomie : La création doit se faire, libre de contraintes qui auraient pour effet d'en infléchir le sens ou la portée. Aussi, l'environnement est un facteur favorable et très important à la création.

1.3.2.1. Promouvoir et garantir la liberté de la création artistique sous toutes ses formes

L'Etat congolais s'assurera de garantir la liberté de l'artiste et favoriser la recherche en art. Il ne peut faire de choix pour le milieu et privilégier des tendances particulières. S'il est vrai que la culture participe au pouvoir et qu'elle s'inscrit dans le circuit de l'organisation socio-économique, les arts doivent garder une distance par rapport aux pouvoirs politiques et économiques. Distance garante de leur liberté et de leur fonction critique. Le gouvernement de la RDC pourra donc adapter davantage sa démarche sur un mode de partenariat qui confirme, à cette étape-ci, l'importance qu'il accorde à la création et à son autonomie. Il pourra soutenir de façon plus importante la création présente sur l'ensemble du territoire national et donc dans chacune des provinces de la Nation.

1.3.2.2. Améliorer les conditions de vie professionnelle des artistes

A l'instar des autres professionnels, l'Etat congolais pourra s'engager à assurer aux artistes et aux créateurs, le pouvoir de bénéficier d'une protection sociale liée au fait qu'ils exercent une profession et toucher les revenus découlant de leurs prestations ou l'exploitation de leurs œuvres. Les conditions précaires de l'artiste, largement rependue et vérifiable, confrontent directement le discours prônant l'excellence artistique. Telle est la nécessité de soutenir adéquatement la pratique artistique et accroître les revenus disponibles pour les artistes et les créateurs. Ainsi, nous souhaitons que l'Etat congolais pourra voter une loi sur le statut professionnel des artistes et sur leurs contrats avec les diffuseurs qui permettra de clarifier la notion de professionnalisme et de baliser les pratiques contractuelles de ces artistes (*repenser la mission de la Société Nationale des Editeur, Compositeurs et Auteurs, SONECA en sigle*).

1.3.2.3. Assurer la vitalité des organismes artistiques

En RDC, il existe presque dans chaque province des foyers de création, composés d'artistes professionnels qui ont le besoin, le goût et le désir de se réaliser au cœur même d'un territoire auquel ils s'identifient. La plupart de ces organismes sont à but non lucratif et se consacrent à la production et à la diffusion, sur une base professionnelle, des œuvres artistiques dans presque tous les domaines des arts (théâtre, musique, danse, littérature...). Ainsi, pour assurer la vitalité de ces foyers culturels et pour répondre aux besoins culturels du pays, l'Etat Congolais pourra assurer le financement de ces organismes culturels. Il est souhaitable que ce financement soit multi source et multiforme, notamment les revenus autonomes des organismes, les aides publiques, le mécénat tant privé que public et les dons. Les subventions gouvernementales sont une source stable et de pérennité des organismes artistiques. (*Repenser également la mission de fonds de promotion culturelle*, institution sensée soutenir les créations des artistes Congolais). Le gouvernement facilitera la consolidation et le développement des structures artistiques existantes, l'accès à des mécanismes de ressourcement, que l'intégration nécessaire des nouveaux artistes et organismes dans la dynamique d'ensemble.

1.3.2.4 Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de développement des industries culturelles

Il est grand temps que l'Etat reconnaisse l'importance économique de l'industrie culturelle et que à ce titre, cette dernière bénéficie des mêmes avantages que l'ensemble des industries du pays. Il peut procéder à la création des industries culturelles dans le secteur du livre, du disque, du spectacle, de l'audiovisuel, ... et des métiers d'art car les industries culturelles constituent un secteur stratégique pour le développement culturel d'une nation. L'Etat congolais pourra multiplier des efforts de coopération pour capitaliser le secteur des industries culturelles et développer les marchés.

Stratégies et objectifs du 2^e axe :

Pour atteindre les objectifs de ce deuxième axe relatif au soutien aux créateurs, nous estimons que le gouvernement congolais pourra s'engager à :

- chercher des investissements financiers et favoriser la création d'emplois par le développement stratégique des ressources patrimoniales et artistiques,
- investir dans le secteur culturel afin de permettre aux artistes et aux professionnels du secteur culturel de poursuivre leur carrière en RDC,

- promouvoir et commercialiser auprès de la population et des touristes les infrastructures liées aux arts et au patrimoine ainsi que les événements culturels,
- favoriser une plus grande visibilité des artistes au niveau local, provincial, national et international,
- appuyer les initiatives de formation et favoriser l'épanouissement professionnel des personnes qui travaillent dans le secteur du patrimoine culturel,
- consulter davantage les communautés culturelles et faire appel à leurs compétences spécialisées,
- augmenter l'appui aux artistes émergents (rôle de fonds de promotion culturelle),
- mettre des stratégies pour aider les artistes à toucher une rétribution juste et raisonnable pour leurs travaux de création et les droits de propriété intellectuelle qui y sont rattachés (rôle de la SONECA),
- élaborer un plan national pour améliorer ou créer les infrastructures culturelles, la production, la promotion et la diffusion des arts professionnels,
- accroître le nombre et la qualité des produits du tourisme culturel authentiques touchant les arts et le patrimoine.

1.3.3. L'ACCES ET LA PARTICIPATION DES CITOYENS A LA VIE CULTURELLE

« La culture appartient à toute la population. C'est elle qui en est à l'origine et c'est à elle qu'elle doit retourner »¹². Ainsi, pour être complète et efficace, une politique culturelle tiendra compte de l'accès et de la participation des citoyens à la vie culturelle, par exemple en organisant à la télévision, la radio, bref par les médias, les émissions culturelles sur la protection et la valorisation du patrimoine culturel, sur l'identité culturelle des communautés locales. Certes, un musée, une bibliothèque ou une œuvre ... ne peuvent pas exister sans public et ce sont, dans une large mesure, les citoyens qui donnent vie à la culture. Mais la culture est également indissociable de la population parce qu'elle contribue à la qualité de la vie en y faisant entrer le rêve de l'imaginaire.

Nous pensons que la fréquentation de lieux artistiques et l'acquisition de produits culturels sont des indicateurs pour évaluer les rapports entre une société et sa culture. La politique culturelle active constitue un autre signe du dynamisme et de la pénétration de la culture dans une société. De même la participation bénévole des citoyens dans diverses

¹² Ministère de la culture et des communications, La politique culturelle du Québec, notre culture, notre avenir, Bibliothèque Nationale du Québec, Québec, 1992, P.97

activités de soutien à la culture est une manifestation de leur intérêt pour la vie culturelle. Tous ces apports, qui se font à une échelle individuelle ou communautaire, représentent un mode d'accès unique à la connaissance et à l'expérience esthétique et contribuent grandement à l'enrichissement culturel de toute la société. Cependant, le rôle de l'Etat est de s'assurer que tous les Congolais, quelles que soient leurs origines et la province où ils habitent, puissent avoir accès à une vie culturelle et artistique saine. Autrement dit, il s'agit non seulement d'atténuer les obstacles qui risquent d'éloigner le citoyen de la vie culturelle, mais aussi de faire en sorte que nul ne se sente exclu, à priori, de la fréquentation des espaces de la culture et de la pratique culturelle.

1.3.3.1. Renforcer l'éducation et la sensibilisation aux arts et à la culture

Nous estimons que l'accès à la vie culturelle passe par le développement de l'éducation culturelle. L'école, les médias et le cadre quotidien de la vie sont les bases sur lesquelles se fonde toute tentative de sensibilisation à la vie culturelle. Ainsi, l'enseignement des arts constitue une base minimale dans la formation culturelle à l'école. Celle-ci, en effet, peut aussi inclure l'expérimentation, l'expérience esthétique et critique, l'exploration de la créativité et le contact direct avec les professionnels du secteur culturel, des objets culturels et aussi avec ceux qui les créent. Un programme scolaire qui encourage le développement artistique sous toutes ses formes inculque aux élèves les éléments de sensibilité aux arts pour toute leur vie. En outre, il assure pour l'avenir, un public averti en mesure d'apprécier le travail des artistes professionnels et de fréquenter les lieux culturels tels que les musées, les bibliothèques... Enfin, encourager les enfants dès leur jeune âge à créer est l'une des meilleurs garanties d'épanouissement, d'estime de soi et des autres, composantes essentielles d'une culture de tolérance et de la paix.

Le secteur audiovisuel congolais peut jouer un rôle très important et déterminant dans son identité culturelle. Particulièrement la télévision qui constitue le médium culturel ayant le plus haut taux de pénétration dans la population. La radio, la télévision et pourquoi pas la presse écrite, malgré un contexte économique difficile, doit arriver à séduire le public en produisant des émissions artistiques et culturelles de qualité. L'Etat Congolais pourra accentuer le rôle des médias en ce qui a trait à l'animation, à la sensibilisation et à la promotion des arts et de la culture.

1.3.3.2. Faciliter l'accès aux arts

Nous estimons que l'Etat pourra donc favoriser l'accès des citoyens à la vie culturelle en démocratisant la culture. L'Etat pourra favoriser le mécanisme à la fois de circulation de produits culturels divers et une très grande interaction entre les provinces, tel que le cas du théâtre national à travers leurs saisons artistiques. Pour ces raisons, nous pensons que le soutien aux organismes de diffusion tant public que privé sera au premier plan, l'appui devra permettre la coproduction, l'accueil des produits artistiques professionnels, et la mise en œuvre d'activités visant à développer les demandes. Les grandes institutions culturelles de l'Etat (les musées nationaux, le théâtre national, bibliothèque nationale, le fonds de promotion culturelle, la sonéca, l'observatoire des langues), pour leur part ont une responsabilité énorme à l'égard de la diffusion des produits culturels sur l'ensemble du territoire national. Elles ont pour rôle d'assurer le rayonnement de leurs activités à l'échelle nationale, en conformité avec les différentes orientations de la politique culturelle de la nation.

Stratégies et objectifs du 3^e axe

Pour atteindre les objectifs de ce troisième axe sur l'accès et la participation des citoyens à la vie culturelle, l'Etat pourra s'engager à :

- sensibiliser davantage le public à l'importance de la culture et améliorer l'accès aux activités culturelles,
- promouvoir et appuyer l'apprentissage continu et les expériences en matières de culture par le grand public,
- valoriser les divers domaines du patrimoine culturel,
- renforcer les capacités et appuyer le développement des associations et des organismes artistiques, patrimoniaux, culturels, communautaires et provinciaux,
- améliorer le programme d'études en arts de la maternelle jusqu'à l'université et fournir des ressources requises pour sa mise en œuvre dans l'ensemble de tout le territoire national,
- veiller à ce que les élèves étudient l'histoire et les cultures des différentes provinces, bref, l'histoire du pays.
- fournir aux écoles du matériel didactique additionnel qui offrira aux élèves des occasions d'avoir accès direct aux œuvres d'art et au patrimoine culturel du pays,
- signer un protocole entre le ministère de l'éducation nationale et celui des arts et de la culture pour le programme d'enseignement d'art.

1.4. DE NOUVEAUX LEVIERS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE CULTURELLE

Nous estimons que l'Etat pourra avoir une politique culturelle rationnelle, en plus concrétiser celle-ci par un programme d'action qui peut être pluri-annuel et un calendrier engageant. Conférer à la culture une place prépondérante implique un engagement soutenu et une volonté de responsabiliser l'ensemble des forces politiques et sociales par rapport à l'importance de la culture pour la société. C'est pourquoi, le gouvernement peut mettre en place un certain nombre de leviers et agir de façon à soutenir les arts et la culture en y associant le plus étroitement possible tous les milieux qui, à divers titres participent à leur essor grâce à :

- un Ministère de la Culture qui soit le principal responsable des orientations de la politique culturelle,
- un Conseil des arts et de lettres qui soit le garant de l'autonomie de la création artistique et de la participation de la communauté artistique,
- un partenariat privilégié avec les provinces par des ententes globales visant à rapprocher le plus possible, la culture du citoyen (décentralisation du pouvoir).

L'action publique dans le domaine de la culture engage la responsabilité de l'Etat dans son ensemble et concerne de nombreux départements ministériels (culture et art, éducation nationale, environnement, tourisme...). Au-delà de ses responsabilités propres, le ministère chargé des questions culturelles a donc aussi celle de proposer à l'ensemble du gouvernement des stratégies cohérentes au développement culturel. Une politique culturelle est donc un projet de société qui pose les lignes directrices d'un plan social et politique du développement culturel, de survivance et d'émancipation. Ceci implique que toutes les interventions gouvernementales, paragouvernementales, législatives et institutionnelles peuvent passer en concordance avec le plan et le programme mis en place. L'adoption d'une politique culturelle constituera un point de départ, un élan vers l'avenir, une ouverture sur un monde qui évolue sans cesse car la politique culturelle est un outil qui permettra au gouvernement de la RDC et aux autres partenaires du secteur du patrimoine culturel, d'avoir une vision commune par rapport au développement culturel et artistique de la nation.

Conclusion

Disons qu'une politique est un système de finalités, d'objectifs instrumentaux et de moyens voulus par un groupe et mis en œuvre par une autorité. Mais quel que soit l'acteur social, dès qu'on parle de « politique », il faut qu'il y ait à la fois un ensemble de finalités (à long terme et qualitatives), d'objectifs (à moyen terme et quantifiables) et de moyens (en hommes, en crédits et en dispositions juridiques) qui soient explicites et rassemblées dans une cohérence par une autorité qui a la légitimité d'agir. Au niveau d'un Etat comme d'une organisation locale, ce ne sont pas les mêmes hommes qui établissent les finalités, les objectifs (les experts et les professionnels) et les moyens (les administrateurs). Pour la RDC, nous estimons que décentraliser les actions et faire participer la population aux différentes décisions est un impératif fondamental pour une véritable politique culturelle car elle est l'une des règles d'or d'une politique culturelle qui soit démocratique. Pour atteindre un bon niveau de démocratisation, de l'accès à la culture, il est nécessaire que l'Etat central continue d'impulser la décentralisation des choix, des initiatives et des financements contre l'appel naturellement centralisateur des capitales, fussent-elles régionales. Quelle que soit la formule adoptée, toute politique culturelle choisie par une collectivité publique ou par une institution doit concilier trois exigences : la liberté des professionnels (artistes), le contrôle des administrateurs (responsable de la dépense publique) et enfin la participation de la population. Et donc trois pouvoirs dont aucun ne peut dominer les autres sans risque d'autoritarisme, de démagogie ou d'ésotérisme et dont l'équilibre fait l'objet des dosages subtils constamment renouvelés.

CHAPITRE DEUXIEME : LE DEVELOPPEMENT CULTUREL EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

2.1. FONDEMENT DU DEVELOPPEMENT CULTUREL

Pierre Moulinier affirme dans un document diffusé par l'UNESCO que la notion de « développement culturel » est apparue au cours des années 60, mais qu'elle a attendu, pour gagner de l'importance, la conférence intergouvernementale sur les aspects institutionnels, administratifs et financiers des politiques culturelles qui s'est tenue en 1970, où « le développement culturel a été notamment reconnu avec le développement économique et social ». Il pense que le développement culturel apparaît alors comme une tentative d'humanisation, un facteur d'équilibre face à la dimension quantitative et économique du développement¹³. Nous pensons que le développement culturel constitue une conséquence du lien « culture -développement », ainsi, il possède deux facettes dérivées de ces deux notions, qui vont se manifester tout au long des conférences organisées par l'UNESCO sur les politiques culturelles, faisant suite à la conférence de Venise. Ainsi, nous pouvons observer la tendance « culturelle » et la tendance « développement » dans la définition suivante : Selon la définition du Thesaurus international de développement, publiée en 1981 par l'UNESCO, « le développement culturel représente le progrès de la vie culturelle d'une collectivité, ordonné à la réalisation de ses valeurs culturelles et lié aux conditions générales du développement économique et social »¹⁴. Certes, le développement culturel dénote la vie culturelle prise dans son évolution et dans son rapport avec les autres formes de développement (économique, social, scientifique, etc.), on peut parler de niveau de développement culturel et chercher à le mesurer par des « indicateurs ». Il est certain qu' en pratique, le développement culturel amalgame une forme de développement qui a un caractère individuel (on parle du développement de la personnalité) avec d'autres formes de développement comme le développement économique relativement bien balisé, le développement social déjà plus qualitatif, et le développement scientifique avec leurs avancées linéaires et quantitatives, on pourrait même parler du développement de la démocratie à propos de l'émergence progressive des formes de gouvernance plus démocratiques¹⁵.

¹³ MOULINIER, P., Dimension culturelle du développement : vers une approche pratique, Unesco, Paris, 1990, P. 109

¹⁴ Idem, voir la préface.

¹⁵ Ministère de la culture et de la communication de la France, Dictionnaire des pratiques culturelles, documentation Française, Paris, 1995, P.510

Disons que une grande part du développement culturel indéniable que l'on constate dans certains pays occidentaux est simplement la conséquence de l'élévation du niveau de vie économiquement combinée au progrès technologique car le développement culturel peut être naturel ou provoqué. Mais, il est de nombreux aspects du développement culturel qui peuvent être provoqués ou accélérés : c'est le rôle de l'action culturelle, d'animation et de médiation culturelles. Ainsi, l'expression « action culturelle » est une formule opératoire qui associe deux mots « action » et « culture ». Toutefois, ces deux mots sont habituellement maintenus dans des catégories étanches, la culture restant le royaume de la belle âme et de vœux pieux, tandis que l'action relèverait seulement d'un prétendu réalisme et d'une *ultima ratio* qui serait économique. Ainsi en associant les deux mots à des fins opérationnelles, nous remarquons qu'il existe une forme d'action dont le besoin « imposé » par la technologie et les modes de vie, a un caractère culturel et dont les modalités ont pour but de permettre à l'individu de maîtriser, par la culture, la réalité qui l'environne et même ses rêves. L'action culturelle est donc celle qui est commandée par la nécessité d'accélérer le développement culturel : elle s'inscrit dans des plans et des programmes.

«Tant qu'il y aura clivage entre culture et action, la culture virera à l'élitisme et l'ésotérisme, tandis que l'action restera du côté exclusif de l'*homo economicus a culturel* ou anti-culturel, facteur de destruction de l'humain dans l'homme »¹⁶. Ainsi, nous pensons à notre avis qu'il serait souhaitable de favoriser un accord entre la société et la culture, entre l'art et l'économie, et c'est cet accord que l'action culturelle a pour but d'exploiter, à tous les niveaux de la vie sociale, dans un contexte technico-économique nouveau. Pour la RDC, cet accord doit se nouer autour des « maisons de la culture » c'est à dire une forme d'action fondée principalement sur la création artistique et la diffusion de la culture. Aussi, le développement culturel pour la RDC pourra être conçu dans les limites étroites de la conservation du patrimoine et de la création artistique, s'élargir ensuite à un ensemble de politiques liées incluant l'éducation, la communication, l'environnement..., pour être enfin perçu comme une composante essentielle du développement intégral.

2.2. SITUATION DU DEVELOPPEMENT CULTUREL EN R. D. C

Le faible pouvoir d'achat et économique de la population, le manque d'équipements culturels appropriés, capables d'accueillir les actions culturelles et le manque surtout du personnel qualifié qui pourra être à l'écoute des aspirations et des attentes des publics,

¹⁶ Idem, P.520

d'étudier, d'analyser, d'évaluer et d'orienter les actions culturelles et d'animation, constituent un véritable obstacle à l'éclosion d'un réel développement culturel dans cette grande nation au cœur de l'Afrique qui est la RDC. Cette situation est à la fois visible et lisible sur le fonctionnement même des quelques institutions culturelles existantes et encore opérationnelles sur le terrain. Aussi, le manque de moyens financiers entraîne ipso facto non seulement l'irrégularité des actions culturelles mais aussi la non participation de la population aux actions qui sont organisées tant bien que mal. Aussi, la concentration du pouvoir ne favorise pas l'éclosion des actions culturelles dans les différentes provinces.

2.3. LES PERSPECTIVES D'UN REEL DEVELOPPEMENT CULTUREL EN RDC

Compte tenu de l'immense territoire, les actions centrales du développement culturel ne touchent presque pas les différentes provinces du pays, c'est pourquoi nous pensons que pour un développement culturel digne de nom, il est souhaitable de décentraliser des pôles de création, de créativité et de diffusion de l'action culturelle. Ainsi, chaque province, territoire, district et village puissent avoir des meilleures conditions ainsi que des meilleurs équipements culturels pour la création et la promotion de l'action culturelle. A cet objectif de décentralisation géographique, il est nécessaire d'adjoindre aussi un nouvel état d'esprit, donner et démocratiser la parole, en un mot, promouvoir la culture de proximité ; faire de sorte que les actions organisées aillent au plus près de la population au lieu de voir la population courir derrière une culture insaisissable. Sur ce point, la création des coopératives ou des villages d'artistes s'avère très capital. Bref, créer des conditions de rencontre, d'échange culturel pour les publics et les artistes. Nous pensons également que la création des industries et des infrastructures culturelles, des espaces et des lieux d'animation constituent un facteur aussi essentiel pour un développement culturel. Ces infrastructures et équipements culturels favoriseront la visibilité et l'animation des actions culturelles tant sur le plan national qu'international. Tout ceci implique bien sûr une philosophie adéquate d'action et d'animation au sens de la démocratie culturelle, elle-même assise sur les grands axes de la politique culturelle du pays.

Certes, l'Etat Congolais pourra s'appuyer sur son appareil administratif, c'est à dire le Ministère de la culture et des arts ainsi que les différentes institutions culturelles nationales et les organismes étatiques, profiter également des possibilités de partenariat avec la coopération bilatérale et multilatérale, aux institutions internationales et régionales telles que l'UNESCO,

la Francophonie, l'ICOM, l'ICOMOS, le CICIBA, l'AFRICOM...pour asseoir sa politique du développement culturel.

2.4. LA CULTURE COMME MOTEUR DU DEVELOPPEMENT

Dans un rapport publié par l'UNESCO sur le développement, il s'avère que la culture peut constituer un apport à la conception intégrale, au même titre que les facteurs qui ont été intégrés pour battre en brèche l'acceptation purement économique. Et comme facteur de complémentarité, la culture suppose la matérialisation d'un équilibre entre la conception économique du développement et l'inclusion de facteurs humains. Nous pensons ainsi, dans cette perspective de complémentarité, la culture constitue la dimension qualitative qui s'ajoute à la vision quantitative du développement. Elle a la même importance que les autres secteurs : santé, logement, science, éducation, etc., dont l'ensemble constitue ce que nous appelons le « développement intégral ». La confiance culturelle semble être un facteur essentiel dans l'assimilation du développement. Elle semble avoir une influence sur le développement comme celle qu'exerce le climat de confiance dans le monde des affaires sur l'économie d'un pays. Ces éléments fondamentaux impossibles à quantifier et qu'on ne peut ni prévoir ni programmer mais qui en matière de confiance culturelle donnent une clé magique qui libère l'énergie culturelle d'un peuple¹⁷. Ainsi, dans sa fonction d'instrument, la culture est le garant de l'acceptation des valeurs, des identités culturelles. Elle a aussi une fonction de ressource, puisque non seulement elle absorbe l'élément de développement, mais aussi ses potentialités spécifiques sont mises en contribution. Elle est ainsi engagée dans le processus de développement afin de faciliter le chemin vers le changement. A partir de là, nous pouvons en déduire que la culture donne au développement une forte impulsion. Nous pensons également que l'acceptation de la culture dans son rapport avec le développement a évolué pour en faire un élément déterminant du succès ou de l'échec de l'action du développement. C'est pourquoi les facteurs culturels sont actuellement inclus dans les critères d'examen des projets de développement, ainsi que dans les phases de diagnostic, d'exécution et d'évaluation de ces projets. Nous pourrions ainsi constater que l'une des principales actions de la décennie mondiale du développement culturel a été de créer une méthodologie permettant d'inclure les facteurs culturels dans les projets de développement ; résultat d'une préoccupation humanisatrice dont l'objectif était de favoriser un développement centré sur le sujet. Ainsi, pour les institutions muséales de la RDC, cette approche suppose une valorisation de

¹⁷ UNESCO, Culture et développement, étude, Paris, 2000, P.57

l'élément endogène et la reconnaissance des aspirations des publics de proximité. Elle est indissociable d'une reconnaissance de la dimension qualitative ainsi que du contexte ou de la réalité à développer à partir du moment où l'indifférence vis à vis de ces éléments culturels est tenue pour responsable de l'échec des stratégies mises en œuvres. Aucun projet de développement véritable ne peut ignorer les caractéristiques essentielles du milieu naturel et culturel, les besoins, les aspirations et les valeurs mobilisatrices des populations concernées.

2.5. LES ATTENTES DU DEVELOPPEMENT CULTUREL EN RDC

Le développement culturel n'est donc plus désormais pour les sociétés et les individus un luxe dont ils pourront se passer, il est lié aux conditions même du développement général. Ses finalités ne sont pas décrétées à partir de telle ou telle conception philosophique de l'homme, elles découlent des besoins profonds des sociétés aux prises avec leur transformation car il n'y a pas de développement culturel sans dynamique forte et la vitalité artistique en partie tributaire de la rencontre et du dialogue avec la société. Ainsi, la finalité du développement culturel est d'offrir à la population, l'occasion de retrouver leur identité culturelle, leurs racines, leur autonomie et des raisons en son engagement de la vie. Disons que le développement culturel ne vise pas à transformer le système social mais à mettre les hommes en mesure de se situer de plus en plus consciemment par rapport à lui et de participer de plus en plus réellement aux grandes options qui engagent le présent et l'avenir de leur collectivité. Le développement fournit à la population les moyens de devenir de plus en plus capables d'assumer leurs responsabilités dans la cité des hommes. A ce titre, tout développement culturel œuvre en faveur d'un questionnement de la mentalité par le biais de la culture.

Ainsi, pour la RDC, le développement culturel pourrait être aussi considéré comme un contrat entre les principaux partenaires du secteur culturel (Etat, Artistes, Diffuseurs et professionnels du patrimoine culturel) qui fondent sur un partage des préoccupations et des objectifs respectifs et se veut un outil de planification, de gestion, de concertation, de collaboration souple et de regroupement. Le ministère de la culture et des arts veillera à se fonder sur les principes suivants :

- convenir d'objectifs communs en matière de culture (application rationnelle de toutes les orientations de la politique culturelle du pays) ;
- comporter un caractère structurant et durable basé sur la politique gouvernementale et de son plan d'action ;

- établir une collaboration souple favorisant une prise en compte des intérêts et particularités locales et développer des associations avec les tiers comme certains ministères, sociétés d'état, conseil...

Sous cet angle, le développement culturel en RDC pourra être une expression de volonté politique et des partenaires qui conviennent des actions convergentes et complémentaires dans les zones communes d'intervention. C'est aussi un outil de concertation dans la planification des besoins, des activités d'animation, des infrastructures et des moyens financiers. Certes, le développement culturel s'appuie sur une volonté de cloisonnement des activités, des acteurs majeurs en installant une complémentarité des rôles et en jetant des ponts entre leurs priorités respectives. Ainsi, pour atteindre le développement culturel, le ministère de la culture et des arts, responsable des questions culturelles, devra impérativement se doter d'une véritable politique culturelle, qui fournit des orientations claires et précises et d'un plan d'action réel et réalisable. Le menu possible des attentes au développement culturel pour la RDC pourra se reposer prioritairement sur les trois axes de la politique culturelle et les différentes orientations y afférant que nous avons évoqués au premier chapitre et d'un plan d'action en matière de la culture, soit :

- Axe 1. L'affirmation de l'identité culturelle congolaise par la conservation, la mise en valeur du patrimoine culturel, par l'amélioration du cadre de la vie, par la valorisation de l'interculturalisme et par le renforcement du rayonnement national et international ;
- Axe 2. Le soutien au dynamisme, aux arts congolais par un appui à la création et à la production artistique aussi par un appui à la mise au marché des produits culturels ;
- Axe 3. L'accès et la participation des Congolais à la culture nationale par la sensibilisation et l'animation de la population, par la promotion des activités culturelles et par un soutien à la diffusion des œuvres et des produits culturels.

Tous ces axes seront rendus possibles par la responsabilisation d'un véritable ministère de la culture et des arts ainsi que la performance des institutions culturelles nationales en jouant chacun pleinement son rôle.

En guise de conclusion, le développement culturel doit être compris, à la fois comme une action et un résultat de cette action sur le secteur culturel de la vie nationale. D'où, l'attention portée à une offre artistique équilibrée et équitable sur l'ensemble du territoire national, et un service régulier offert à la population, sont l'une des missions fondamentales qui justifie le soutien de l'Etat au fonctionnement des institutions culturelles.

CHAPITRE TROISIEME : QUELQUES REPERES HISTORIQUES SUR LES MUSEES EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

3.1. MUSEE: QUELQUES REPERES HISTORIQUES GENERAUX

Si l'on se réfère à la définition du petit Larousse, le musée est un « lieu où est conservée, exposée, mise en valeur une collection d'œuvres d'arts, d'objet d'intérêt culturel, scientifique ou technique ». Le goût de la collection est sans doute fort ancien (à l'âge paléolithique déjà, l'homme rassemblait des séries de coquillages, de cailloux, d'os d'animaux,...) mais on ne datera pas le début de musées à cette époque. En fait, les premières préoccupations muséologiques semblent être apparues à l'époque classique, quand les romains ont commencé à prendre des mesures de conservation pour protéger les statues des temples. Les Romains n'ont pas créé d'institutions publiques qui auraient rempli le rôle de musée, mais les trésors des temples et les collections rassemblées par les bienfaiteurs dans les thermes et sous les portiques, où se déroulait une partie de la vie antique, constituaient de véritables musées publics.

Pendant le haut moyen âge occidental, les rassemblements d'objets précieux se feront dans les trésors des églises et, à partir du XIV^e siècle, dans les trésors princiers. « C'est l'Italie de la renaissance qui, cherchant les témoignages de l'art antique, créera la notion moderne de musée, où les objets exposés prennent une valeur d'exemple pour les artistes et les humanistes »¹⁸.

Le mot « musée » dans son sens actuel, apparaît dans la seconde moitié du XV^e siècle à propos de collections de Médicis... Au XVI^e siècle, le champ des connaissances humaines s'élargit grâce au culte des hommes illustres et aux découvertes multiples. C'est ainsi que les musées de toutes sortes allaient être créés : musées d'histoire, d'art, d'histoire naturelle, musées de sciences....¹⁹

Au cours des XVI, XVII, et XVIII^e siècles se forment quelques unes grandes collections premières qui, nationalisées plus tard, constituent les fonds d'un certain nombre de musées aujourd'hui. Très tôt, la conception de « musée public » se développe. Le musée est là pour servir au progrès des connaissances humaines. Au XIX^e siècle, des musées publics se

¹⁸ Encyclopédie Universalis France, Le Musée et la Muséologie, Paris, 1995, P. 701

¹⁹ Idem, P.714

développent dans toute l'Europe, souvent à partir des collections des souverains. Les premiers seront de type « Beaux-arts » et « archéologique ».

Le musée commence aussi à servir les intentions des souverains, principalement les musées d'histoire (par exemple : le musée de Versailles, consacré aux gloires de la France). C'est également le développement industriel qui conduit à la fin du siècle à la création des musées destinés à préserver la création de l'art populaire, en voie de disparition rapide : les musées de folklores ; ce genre de musée connaîtra un grand rayonnement dans les démocraties populaires.

L'essor des sciences et des techniques fait naître des musées spéciaux, qui auront une grande faveur aux Etats-Unis d'Amérique. A la fin du XIX e siècle, tous les témoignages de la nature et de l'activité humaine ont trouvé ainsi leur place dans les musées. « A partir de 1870, les Etats-Unis montrent une particulière attirance pour ce mode de formation culturelle qu'est l'institution muséologique. Actuellement, il s'y crée un musée tous les trois jours environ. En ce pays, les musées sont pour la plupart des fondations privées, encouragées par les dégrèvements d'impôt qu'accorde le fisc aux donateurs ». En 1970, on peut compter entre 17000 et 18000 musées repartis dans le monde et plus particulièrement dans les pays occidentaux.²⁰

Au XX e siècle, le progrès des recherches muséologiques est dû au concours des différentes nations d'occident, et aussi des pays Anglo-saxons. L'utilité d'une organisation des musées sur le plan international est apparue après la première guerre mondiale. Ainsi, en 1926 est né l'Office International des Musées, qui sera remplacé en 1947 par l'international council of museums (ICOM), crée sous l'égide de l'UNESCO. Cette institution a son siège à Paris et son organe d'expression : la revue *muséum*²¹.

3.2. LA DEFINITION DU CONCEPT MUSEE

La définition que le Conseil International des Musées (ICOM), rattaché à l'UNESCO, a donné au mot « Musée », répond également au besoin ressenti de rassembler les organismes semblables, mais différents sous un autre vocable que « musée ».

Pour l'ICOM : « Le musée est une institution permanente, sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les

²⁰ Encyclopédie Universalis, op.cit., P.764

²¹ Idem, P.768

communiquer et notamment les exposer à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » Cette définition doit être appliquée sans aucune limitation résultant, soit de la nature de l'autorité du tutelle, soit du statut territorial ou soit du système de fonctionnement ou de l'orientation des collections de l'institution concernée. Ainsi, outre les « musées » désignés comme tels, répondent à, cette définition :

- Les sites et les monuments naturels, archéologiques et ethnographiques, ainsi que les sites et monuments historiques ayant la nature d'un musée pour leurs activités d'acquisition, de conservation et de communication des témoins matériels des peuples et de leur environnement ;
- Les institutions qui conservent des collections et présentent des spécimens vivants de végétaux et d'animaux, tels que les jardins botaniques et zoologiques, les aquariums et les vivariums ;
- Les instituts de conservation et les galeries d'exposition dépendant des bibliothèques et des centres d'archives ;
- Les parcs naturels ;
- Toute autre institution que l'ICOM considère comme ayant certaines ou toutes les caractéristiques d'un musée ou encore donnant à des musées et à des professionnels de musée les moyens de faire des recherches dans les domaines de la muséologie, de l'éducation ou de la formation »²².

Le ministère de la culture et des communications du QUEBEC note que « malgré les difficultés que peuvent représenter l'établissement d'une classification et la détermination des différentes catégories d'institutions muséales, le secteur muséal se divise en quatre groupes principaux, à savoir : le musée, le centre d'exposition, le centre d'interprétation, et les lieux historiques.

- Le musée accomplit l'ensemble des fonctions muséales : acquisition, conservation, recherche, éducation, action culturelle et diffusion. L'écomusée, selon la Direction des Musées de France, entre dans la catégorie « musée », mais se distingue du musée traditionnel en ce qu'il est une institution culturelle assurant, d'une manière permanente, sur un territoire donné, avec la participation de la population, les fonctions de recherche, conservation, présentation, mise en valeur d'un ensemble de biens naturels et culturels, représentatifs d'un milieu et de mode de vie qui s'y succèdent. Il est utile également de mentionner que l'écomusée, est une entreprise

²² ICOM, Code de déontologie de l'ICOM pour les musées, ICOM, Paris 2002, PP. 26-27

utilisant une technique ou un savoir-faire traditionnel pour sa production. L'écomusée ouvre ses portes aux publics afin de mettre en valeur des savoir-faire locaux et des artisans. Il intègre un lieu d'animation et d'interprétation de sa production et assure le financement complet de ses opérations par la vente de ses produits.

- Le centre d'exposition remplit essentiellement des fonctions de recherche, d'éducation d'action culturelle et de diffusion. Pour le ministère de la culture et des communications du QUEBEC, il se distingue des musées du fait qu'il ne possède pas de collections permanentes. Le mandat des centres d'exposition est généralement de promouvoir et de mettre en valeur des expositions, des événements et des activités portant sur l'art traditionnel, moderne, contemporain et actuel, l'histoire, la science et les technologies.
- Le centre d'interprétation vise à sensibiliser les visiteurs à une thématique liée à l'histoire, aux sciences, aux techniques et aux modes de vie. S'il est rattaché à un lieu patrimonial, le centre d'interprétation porte aussi sur la valeur du lieu et sur la nécessité de protéger son patrimoine naturel ou culturel.
- Le lieu historique, un site ou un bâtiment et son contenu, est conservé le plus intégralement possible afin de témoigner de façon tangible d'un fait historique, d'un personnage, d'un mode de vie ou d'une activité qui lui est associé »²³.

3.2.1. LA CONSERVATION

Il ne suffit pas de mettre des objets à l'abri dans un musée pour que ceux-ci soient totalement protégés des agressions extérieures, il faut aussi surveiller différents facteurs importants dans la conservation, à savoir : la température, l'hygrométrie, la pollution, la lumière, la sécurité contre le vol et l'incendie, les dangers de guerre... On le voit, la muséologie a fort à faire dans ce domaine. Les musées modernes sont équipés de laboratoire d'études des œuvres d'art par des moyens physiques ou chimiques, et d'ateliers de restauration. L'une des obligations déontologiques essentielle de chaque professionnel de musée est d'assurer une protection et une conservation satisfaisante des collections et des objets individuels dont l'institution employeur est responsable. Le but est d'assurer, dans la mesure du possible la transmission des collections aux générations futures aussi en bon état de conservation que possible eu égard aux conditions actuelles des connaissances et des ressources. La reconnaissance et le respect de l'intégrité, de l'authenticité culturelle et physique de chaque objet, spécimen ou collection représentent une valeur fondamentale du

²³ Ministère de la culture et des communications du Québec, Politique muséale, vivre autrement... la ligne du temps, éd. Direction des communications, Québec, 2000, PP. 2-3

travail de conservation. Il est essentiel d'inclure, pour tout objet ou spécimen, la documentation appropriée, une analyse de sa composition, le relevé de son état et d'une description de toute détérioration. Mais le plus grand obstacle que rencontre actuellement la conservation des objets des musées est leur exploitation intensive. La simple exposition au public est déjà un péril.

3.2.2. L'EXPLOITATION OU DIFFUSION DU SAVOIR

Au XIX^e siècle, les musées s'adressaient principalement à un public d'amateurs, de connaisseurs et d'artistes. A partir du XX^e siècle, on les utilise également pour seconder l'enseignement et pour participer à l'éducation populaire. Ceci va transformer le visage des musées sur plusieurs plans. Entre autres, celui du principe d'une exposition stable qui tend à disparaître au profit de la notion d'exposition temporaire, qui semble indispensable pour raviver l'intérêt du public des musées. Le style des musées s'est également transformé au cours des deux derniers siècles : initiation des décors des thermes et des palais, le style néo-grec ou « style temple », « le style palais » ou encore l'influence des nouveaux matériaux (fer, verre...).

Les expositions et d'autres installations doivent être physiquement et intellectuellement accessibles au public pendant un nombre d'heures satisfaisant et à des périodes régulières. Le musée doit également permettre au public, dans la mesure du possible, de rencontrer le personnel et d'accéder aux collections exposées, sur rendez-vous ou tout autre arrangement. En tant que détenteurs des témoignages essentiels, les musées sont tout particulièrement tenus de rendre les collections accessibles aux spécialistes et aux chercheurs aussi librement que possible. L'accès aux informations demandées sur les collections doit être accordé sous réserve de restrictions liées à des raisons de confidentialité ou de sécurité²⁴.

3.3. L'INSTITUT DES MUSEES NATIONAUX DU CONGO : HISTORIQUE ET CADRE

L'Institut des Musées Nationaux du Zaïre (IMNZ) actuellement Institut des Musées du Congo (IMNC) a été créé par l'ordonnance présidentielle n° 70-089 du 11 mars 1970 qui le dota d'une autonomie administrative et financière. Il fut rattaché à la présidence de la République du Zaïre. L'IMNC fut créé pour protéger le patrimoine congolais qui était victime d'un intense trafic illicite et exposé à des divers agents destructifs. L'IMNC a son siège à Kinshasa, dans l'enceinte du parc présidentiel, dans la commune de Ngaliema.

²⁴ Code de déontologie de l'ICOM pour les musées cité par le Ministère de la culture et des communications du Québec, Politique muséale...op.cit. P.7

3.3.1 OBJECTIFS DE L'INSTITUT DES MUSEES NATIONAUX DU CONGO

L'IMNC est une institution muséale nationale administré par le droit qui régit les organismes publics de l'Etat. Le prisme juridique confère à l'IMNC les caractères d'une institution administrative poursuivant globalement les objectifs suivants :

- assurer la protection des œuvres d'arts, des monuments ou des objets dont la conservation présente, au point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science un intérêt public, ainsi que les sites archéologiques ;
- administrer les musées appartenant à l'Etat. Et il est en outre, chargé d'inspecter, en vue d'en établir l'inventaire et d'assurer la conservation matérielle des objets qui les composent, les collections privées, permanentes et ouvertes au public, d'œuvres présentant un intérêt artistique, historique ou archéologique²⁵.

3.3.2 FONCTIONNEMENT DE L'IMNC.

Par l'ordonnance n° 72-148 du 11 mars 1972 portant sur le statut du personnel de l'Institut des Musées Nationaux, au chapitre 2, spécifiant les dispositions spéciales au personnel, en son article 3, l'Institut est administré et dirigé par un Directeur Général secondé par un Directeur Général adjoint. L'IMNC fonctionne avec quatre directions en son sein ; la direction de recherche, la direction du patrimoine et des services techniques, la direction financière et la direction administrative. Il a trois musées nationaux en son sein : le musée de Kinshasa, le musée de Lubumbashi et le musée de Kananga, dirigé chacun par un Directeur.

Les structures administratives de l'IMNC sont : Le conseil d'administration, ses membres sont désignés par les ministres de la culture et des arts et celui des portefeuilles de l'Etat ; le comité de gestion, ses membres sont nommés par le ministre de la culture et des arts, il gère non seulement l'Institut mais aussi coiffe les musées nationaux des provinces qui sont les filiales de l'IMNC.

²⁵ Ordonnance n° 70-089 du 11 mars 1970 portant création d'un Institut des Musées nationaux du Zaïre, art.2, alinéa 1 et 2

3.3.3. PROFIL ET STATUTS DES COLLECTIONS

La RDC « bien qu'elle soit une mosaïque culturelle et qu'elle ait produit des biens culturels d'une variété inestimable »²⁶ son IMNC a plus de 50.000 objets, ses collections sont conservées dans les entrepôts à Kinshasa. La plus grande partie des collections a été constituée pendant les années 1970-1976 grâce aux subsides largement suffisants de la présidence de la république, du PNUD et de la coopération bilatérale avec la Belgique dont a jouit l'Institut. Ces collections sont issues de plusieurs missions de récolte sur terrain à travers le pays et des achats organisés sur place à Kinshasa. Les objets achetés ont été répertoriés, fichés et rangés. Un fichier numérique, doublé d'un fichier analytique de ces objets est un outil scientifique de valeur. Le musée de Lubumbashi compte plus de 35000 objets tandis que le musée de Kananga n'a pas à ce jour d'inventaire fiable. Il convient de signaler que ce chiffre de 50.000 objets pour l'IMNC a connu depuis 1997 certains cas de vol. Ce désordre dans l'inventaire, demande une actualisation car beaucoup des fiches comportent des rubriques dépourvues de renseignements utiles à la compréhension du message.

Le statut des collections de l'IMNC, par l'ordonnance loi n° 77-016 du 15 mars 1971 relative à la protection des biens culturels, à ses articles 24 et 25 reconnaît seulement les conséquences de l'imprescriptibilité et de l'inaliénabilité. A notre avis cette ordonnance présente une faiblesse car cette loi ne reconnaît pas le régime de l'insaisissabilité des collections, d'où son actualisation s'impose à ce jour.

3.4. LES TEXTES DE LOIS ET LEUR TENEUR POUR LA PROTECTION DU PATRIMOINE

La législation en rapport avec les musées nationaux et les biens culturels en RDC, est ordonnée autour de quelques ordonnances lois que voici :

- Ordonnance n° 70-089 du 11 mars 1970 portant création de l'Institut des Musées Nationaux,
- Ordonnance n° 77-016 du 15 mars 1971 relative à la protection des biens culturels,
- Ordonnance n° 72-148 du 11 mars 1972 portant statuts du personnel de l'Institut des Musées Nationaux du Congo,
- Ordonnance n° 84-173 du 8 août 1984 portant modification de l'ordonnance n° 70-089 du 11 mars et plaçant l'Institut des Musées Nationaux sous la tutelle du ministère de la culture et des arts.

²⁶ Institut des Musées Nationaux du Zaïre, rapport d'activité 1972, Kinshasa 1973, P.1

Nous pensons que ces textes participent à la protection du patrimoine culturel du pays bien qu'il se pose actuellement un problème d'inapplicabilité et d'inadaptabilité compte tenu du contexte socio économique et politique du pays. Nous pensons que cela exige une actualisation aux vues des problèmes de l'heure.

Conclusion

Aujourd'hui, l'IMNC et ses musées nationaux, minés par un pillage chronique, au manque des ressources financières, matérielles et humaines bien qualifiées, présentent l'image d'un parent pauvre et essoufflé. Il est l'ombre de lui-même. Faute de moyens financiers, il ne peut assurer le financement des missions de collecte d'œuvres sur le terrain et la recherche, exige par conséquent une thérapie adéquate. A cela s'ajoute, la mauvaise gestion et la démotivation du personnel, jadis habitué à un traitement préférentiel.

L'on retiendra que les années antérieures, l'IMNC répondait aux objectifs lui assignés. Depuis 1990, les œuvres collectionnées sont soumises à un pillage systématique de la part des agents démotivés et même des personnes extérieures. Sur le plan organisationnel précisément, les musées du Congo souffrent d'un cadre structurel fonctionnel adéquat, ce qui l'empêche de remplir sa mission en dépit de moyens matériels, financiers et humains disponibles. C'est la démotivation totale du personnel, entraînant par le fait la léthargie de l'ensemble de services. Il y a absence totale des cadres qui puissent lui insuffler un souffle nouveau en vue de faire des biens culturels bref du patrimoine culturel du pays des véritables produits d'identification des Congolais et de leur développement culturel. Son rôle comme nous pouvons le constater, couvre tous les secteurs de la vie, tels que l'éducation, la recherche scientifique et le tourisme culturel. Et dans tous ses secteurs, l'apport des musées vise à satisfaire plusieurs besoins individuels ou collectifs : besoin de connaître, de vivre le plaisir esthétique, spirituel, le loisir. Le musée est l'une des plus importantes industries culturelles à condition qu'on lui prête l'attention qu'il mérite.

Le cas de la situation muséologique de la RDC nous rappelle que le pays renferme des richesses culturelles immenses qui ne demandent qu'à être explorées, étudiées et mises en valeur dans des conditions qui répondent aux exigences de la muséologie moderne. Cette dernière tâche devrait être pour nous, une nécessité, un devoir et par conséquent une urgence.

A decorative horizontal border with a scroll-like appearance on the left and right sides, containing the text.

DEUXIEME PARTIE : LES ENSEIGNEMENTS DE STAGE

1. LA DIRECTION DES MUSEES DE FRANCE

Etant donné que nous avons effectué la première partie d'un mois de notre stage à la Direction des Musées de France (DMF) qui est une des directions du ministère de la culture et de la communication, il est utile pour nous de présenter cette direction qui s'occupe de la gestion et de la promotion du patrimoine culturel de la France. Pour ce qui nous concerne, nous mettrons un accent particulier au département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle où nous étions affecté compte tenu de notre thème de recherche.

1. 1. MISSIONS DE LA DMF ET LEURS EVOLUTIONS PAR RAPPORT A LA LOI DU 4 JANVIER 2002 SUR LES MUSEES.

Compte tenu de l'importance de la DMF sur le plan culturel et patrimonial du pays, ses missions connaissent des évolutions régulières en fonction des différentes politiques ministérielles. Avant 1990, la DMF concevait et mettait en place des actions pour les musées nationaux ; après cette date, la DMF a des nouvelles missions qui ont été fixées par l'arrêté du 5 août 1991 et complété par un autre arrêté du 22 janvier 1992. Ainsi, par rapport à la loi du 4 janvier 2000 sur les musées, la DMF met en œuvre la politique de l'Etat Français en matière du patrimoine muséographique par :

- l'achat d'œuvres d'art (avec la possibilité d'exercer si nécessaire le droit de préemption de l'Etat dans les ventes publiques) ;
- la conservation, la protection, la restauration, l'étude et l'enrichissement des collections ainsi que le développement de la recherche ;
- la diffusion et la présentation des collections aux publics ;
- le suivi des programmes d'architecture et de muséographie, tant dans les musées nationaux que dans les musées de France ;
- la préparation et la mise en œuvre des politiques de formation des professionnels des musées ;
- le contrôle scientifique et technique sur la gestion des collections de plus de 1000 musées appartenant à des collectivités territoriales et à des associations ;
- l'observation de marché de l'art et de circulation des œuvres ;
- les collaborations internationales dans tous les domaines concernant l'activité des musées ;
- la définition et l'application du cadre législatif et réglementaire des musées et des collections publiques ;

- le contrôle de circulation des biens culturels dans le cadre de la loi du 31 décembre 1992 modifiée par la loi du 10 juillet 2000 ;
- l'autorité de la tutelle sur les musées nationaux.

La DMF exerce l'ensemble de ses missions compte tenu des règles générales de la déconcentration administrative territoriale et en liaison étroite avec les Directions Régionales des Affaires Culturelles (DRAC).

1.2. MISSIONS ET ROLE DU DEPARTEMENT DES PUBLICS, DE L'ACTION EDUCATIVE ET DE LA DIFFUSION CULTURELLE

Le département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle conçoit et met en œuvre la politique des publics de la DMF dans le respect des objectifs prioritaires définis par le ministère de la culture et de la communication. Le département des publics exerce également des missions d'expertise, de conseil, d'évaluation et de contrôle selon les trois axes suivants :

1. Mettre en œuvre la loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France.

Cette loi précise que « chaque musée de France dispose d'un service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelle ». Il s'agit à ce titre d'aider à la création ou au développement de services des publics et d'appuyer la construction de politiques des publics. Dans ce cadre, le département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle favorise et soutient :

- l'élaboration des projets scientifiques et culturels des musées nationaux et des musées des collectivités territoriales et d'organismes privés à but non lucratif,
- le développement des partenariats interdirectionnels et interministériels, notamment avec l'éducation nationale, l'éducation populaire, le tourisme, l'agriculture, les affaires sociales, la justice...,
- la mise en place des réseaux,
- le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outil de médiation et d'animation,
- la formation et la professionnalisation des personnels chargés des actions éducatives, d'animation et culturelles.

2. *Connaître, évaluer les politiques des publics, et favoriser la diffusion culturelle pour le grand nombre.*

Dans ce cadre, le département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle développe et soutient :

- la mise en place de dispositifs de connaissance des publics et de fréquentation (muséostat, observatoire des publics),
- la réalisation d'études qualitatives des publics, notamment en lien avec le département des études et de la prospective, ainsi que des évaluations d'exposition, d'outils technologiques ou multimédias,
- la mise en œuvre des politiques tarifaires spécifiques (mesures de gratuité, passeports inter-musées...),
- la mise en œuvre de groupes de travail, séminaires ou colloques permettant les échanges réguliers d'information et de la capitalisation des connaissances,
- l'édition et la diffusion de tous documents et publications s'y référant,
- la gestion des ressources et bases de données relatives aux actions menées par les musées.

3. *Suivre et évaluer l'action régionale et aménagement culturel du territoire en collaboration étroite avec tous les acteurs du développement*

Dans ce cadre, le département des publics, de l'action éducative et de la diffusion culturelle, assure et favorise :

- les relations avec les Directions Régionales des Affaires Culturelles et la coordination de l'action régionale,
- le soutien aux expositions temporaires organisées par les musées relevant des collectivités territoriales bénéficiant du label d'intérêt national,
- le développement des projets européens et internationaux.

2. LE MUSEE DES ANTIQUITES NATIONALES

2.1. LE SERVICE DE L'ACTION CULTURELLE DU MUSEE DES ANTIQUITES NATIONALES

La seconde partie de notre stage s'est déroulée au sein du service de l'action culturelle du musée des Antiquités Nationales soit deux mois. A ce titre, il est impérieux que nous puissions présenter ce service, ses objectifs et missions et décrire aussi les différentes activités qui y sont organisées pour l'intérêt du public et de rayonnement du musée. Signalons qu' en 2004, la Direction du musée des Antiquités nationales et la Direction des Musées de France (DMF) ont souhaité restructurer le service de l'action culturelle du musée, en regroupant notamment ce service et celui de la communication. Cette restructuration était liée à la volonté de mettre en place une politique de développement des publics afin de valoriser le potentiel touristique et culturel du musée.

2.1.1. LES OBJECTIFS ET MISSIONS

Pour fixer les objectifs de ce service, qui est le poumon des activités culturelles et éducatives du musée, le service a procédé d'une part à l'analyse des publics grâce aux études déjà réalisées par l'Observatoire Permanent des Publics en 1993 et d'autre part à l'analyse des collections présentées aux publics. Savoir à qui l'on s'adresse, c'est aussi définir le message, le contenu scientifique que l'on transmet. Ainsi, le service de l'action culturelle a défini ses objectifs en termes de publics et de niveaux de lecture des collections.

La programmation des activités accompagne ainsi le visiteur dans sa découverte du musée avec des objectifs didactiques et scientifiques. Les collections, tant par leurs diversités que par leur étendue chronologique, offrent la possibilité de décliner des thèmes qui ont trait à l'archéologie en premier lieu, mais aussi et plus largement, à l'histoire des mentalités et des modes de vie, l'histoire des sciences et techniques, et à l'histoire de l'art. Ainsi, après cette analyse des publics et des collections du musée, l'objectif du service de l'action culturelle est double et en ce sens, mobilisera des moyens différents :

1. Imposer le musée des Antiquités Nationales comme un lieu d'excursion culturelle

Objectif primordial et intrinsèque du service de l'action culturelle qui est avant tout un service des publics qui organise et met en œuvre toutes les activités culturelles du musée. L'accomplissement de cet objectif fait appel essentiellement aux conférencières de la Réunion des Musées Nationaux (RMN). Pour atteindre cet objectif, deux dispositifs sont mis en place :

- un dispositif d'accompagnement à la découverte du musée par les visiteurs ;
- un dispositif d'approfondissement de cette découverte, en mettant en place des médiations à même de fidéliser les publics.

2. *Faire du musée des Antiquités Nationales un lieu de diffusion et de la recherche archéologique.*

Cet objectif correspond à une politique de partenariat et de mise en réseau avec différentes institutions de recherche scientifique, d'unités de recherche ou de services archéologiques (départementaux et municipaux). Le musée des Antiquités Nationales à travers le service de l'action culturelle pense à constituer un réseau à même de développer des projets qui s'adressent à un public plus spécialiste qui trouvera au musée un centre de ressource à la hauteur des ambitions nationales. Cette orientation dirigée vers le public spécialiste, complète le travail de conservateurs qui accueillent régulièrement des enseignants, des chercheurs ainsi des stagiaires.

2.1.2. LES RESSOURCES HUMAINES

Les ressources humaines constituent un véritable créneau de réalisation et de l'accomplissement des objectifs qui sont assignés à un service ou à une entreprise. Ainsi, pour réaliser les objectifs assignés au service de l'action culturelle du musée des Antiquités Nationales, le service a comme compétences :

- un chef de service, responsable de l'action culturelle,
- trois assistants, qui assistent le responsable dans l'accomplissement de ses tâches,
- huit conférencières, affectées par la RMN, elles ont pour missions, la conduite de visites-conférences pour le public individuel et le public en groupe constitué.

2.1.3. LES DIFFERENTES ACTIVITES ORGANISEES

Conformément aux objectifs et missions assignés au service de l'action culturelle, cette dernière organise des activités de deux groupes qui tiennent compte évidemment de ses objectifs. Ainsi, nous avons des activités dites de découvertes des collections, qui font du musée des Antiquités Nationales , un lieu d'excursion culturelle et celles dites des pratiques culturelles (existantes et programmées pour 2005) et concourent à l'approfondissement des connaissances et à fidéliser les publics.

1. Les activités de découverte des collections

Le service de l'action culturelle du musée des Antiquités Nationales organise des différentes activités au profit du public. Elles sont conçues pour la découverte des collections du musée. Ces activités se regroupent autour de différents thèmes à travers des visites-conférences. Ces activités sont :

- la visite générale des collections du musée
- les visites générales par département (le Paléolithique, le Néolithique, la Gaule romaine, la Gaule mérovingienne, l'archéologie comparée)
- les visites en familles
- les visites du site autour du château, de son histoire et la promenade sur les toits (cette dernière est programmée uniquement en été)

Ces activités sont conduites par des conférencières affectées par la RMN

Quelques thèmes des visites-conférences :

1. *Pour la Préhistoire*

- Les premiers chasseurs
- La vie quotidienne des chasseurs préhistoriques
- La naissance de l'art
- L'art des sculptures préhistoriques

2. *Pour le Néolithique*

- Les premiers villages
- La naissance de l'agriculture
- Inventer la céramique et polir la pierre
- La figure humaine

3. *Pour l'Age du bronze*

- La découverte du métal
- Des guerriers armés de bronze
- Les premiers orfèvres

4. *Pour la Gaule Romaine*

- Quand les Gaulois étaient Romains
- Les dieux de la Gaule
- Les langues et écriture en Gaule Romaine

5. *Pour la Gaule mérovingienne*

- A l'aube de la France
- De Clovis à Charlemagne

6. Pour l'archéologie comparée

- De l'Égypte préhistorique aux Pharaons
- Peuples de l'ancien et du nouveau monde
- Ailleurs dans le monde...

Le prêt d'une valise pédagogique sur le Néolithique

Le service d'action culturelle prête aux enseignants une valise pédagogique contenant des objets Néolithiques (originaux et moulages, livrets pour enfants et pour enseignants, cassette vidéo sur le Néolithique). Le prêt se fait généralement pour une durée de deux semaines. Le service d'action culturelle dispose aussi de fiches pédagogiques sur certains thèmes de visites-conférences qui peuvent être obtenus sur une simple demande.

2. Les activités de pratiques culturelles d'initiation et d'approfondissement

Disons que les activités de ce groupe sont organisées pour le jeune public (Enfants de 5/7 ans et 8/12 ans) afin de les préparer à la valorisation et à la protection du patrimoine culturel. Ces activités et ateliers sont :

1. L'utilisation de l'argile au Néolithique : La Céramique

Cet atelier est précédé par une visite et une enquête dans la salle consacrée au Néolithique (un questionnaire est remis à chaque participant). Puis, les participants découvrent dans la salle de l'archéologie comparée, d'autres vases d'Égypte, de Suse et du Sahara. Ainsi, dans l'atelier, le participant procède au montage d'une céramique selon l'une des techniques utilisées à l'époque : le montage au colombin. Chacun de participant partira enfin avec sa céramique.

2. L'art et la manière des Graveurs paléolithiques

Le but et le contenu de cet atelier sont d'apprendre à observer et à déchiffrer les figurations sur les objets d'art mobilier. Identifier les différents matériaux et les outils utilisés par l'homme préhistorique pour graver ces objets. Différencier les objets utilitaires et non utilitaires. De retour dans l'atelier, un moulage d'objet gravé est remis à chaque participant qui devra réaliser le relevé des gravures observées, selon les techniques employées par les préhistoriens (observation à l'œil nu, identification du matériau, mesures de l'objet, techniques de gravures utilisées, description des figurations, relevé de chaque figuration). Le participant partira enfin avec sa fiche de description et ses relevés.

3. Manipulation et dessin de matériel archéologique

La première approche des civilisations consiste à connaître leur culture matérielle. C'est ainsi que le matériel mis au jour lors des fouilles est enregistré, conservé, restauré, dessiné, photographié et étudié. Le contenu de cet atelier consiste à identifier et étudier les

techniques de fabrication, les différentes formes, les diverses utilisations, et l'évolution du matériel lithique (dans les salles d'exposition). De retour dans l'atelier, la manipulation des véritables outils en pierre permettra aux participants de différencier un silex taillé par la main de l'homme, d'une vulgaire pierre. Les nouveaux archéologues apprendront à dessiner un outil en silex selon les techniques utilisées par les conservateurs du musée pour leurs publications. Chaque participant partira enfin avec son dessin.

4. Vie urbaine en Gaule romaine

Des maquettes constituent le support de cet atelier. Maquette d'une ville Gallo-romaine « idéale » et maquette d'une *domus* (maison de ville) démontable et manipulable. Diaporama sur les monuments Gallo-romains encore visible en France. Visites des collections Gallo-romaines à la recherche des objets évoquant l'ameublement, l'architecture et l'éclairage. Observation des maquettes en liège de monuments Gallo-romains réalisés au XIX^e siècle qui restituent avec minutie des détails parfois disparus et témoignent de l'état de certains édifices avant les campagnes de dégagement et d'une restauration du XX^e siècle.

5. Atelier fouilles archéologiques

Les archéologues en herbe pourront s'initier aux différentes techniques des fouilles de terrain et mettre au jour de « vrais » objets préhistoriques.

6. Mimer des œuvres

C'est la première approche de l'art pour les petits enfants de 5/7 ans. Mimer une œuvre commence par l'observation des axes de l'œuvre, c'est-à-dire le mouvement général de l'œuvre. Les enfants ou les élèves pour la plupart de cas, peuvent prendre la pose et exprimer avec leur corps le mouvement, l'équilibre, ainsi que le sentiment, présents dans l'œuvre. Leurs mouvements, postures et mimiques rendent les œuvres remarquables. Se mettre dans la peau des personnages en prenant leur pose et en les imitant est un moyen de comprendre les sentiments qu'ils expriment ainsi que les problèmes techniques relatifs à l'équilibre qui ont été résolus par le sculpteur.

N.B. chaque atelier est précédé d'une visite des salles de collections correspondant au thème choisis, et une manipulation dans le local réservé aux activités manuelles.

En guise de conclusion, disons que toutes ces activités et ateliers sont conçus afin de satisfaire un certain niveau d'exigence des visiteurs qui n'attendent plus d'être accueillis au musée en néophytes mais qui s'y rendent avec un projet et l'intention de découvrir les collections du musée, d'enrichir et d'approfondir leurs acquis. Disons, cette offre correspond, d'une certaine manière, à un loisir culturel et scientifique.



**TROISIEME PARTIE : PROPOSITIONS DES STRATEGIES
D'ANIMATION POUR ENGAGER LES MUSEES NATIONAUX DU
CONGO DANS LE PROCESSUS DU DEVELOPPEMENT CULTUREL**

CHAPITRE PREMIER : POUR UNE APPROCHE RENOUVELEE DE LA POLITIQUE MUSEALE EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

La politique muséale pour la RDC peut se présenter comme un outil privilégié pour consolider, soutenir et stabiliser la profession. Cette politique devra se baser autour des réflexions préalables afin de l'identification des problématiques et des avenues de solution dans le but d'améliorer l'état de la situation des institutions muséales et les conditions de travail dans lesquelles oeuvrent les gens de ce secteur. Nous pensons que cette politique peut se reposer sur des principes de continuité et de partenariat. Elle pourra se situer dans la lignée de l'énoncé des orientations de la politique culturelle du pays et peut s'inscrire de façon cohérente dans le sillage du plan stratégique du ministère de la culture et des arts. Elle repose sur le modèle de la démocratie culturelle où l'intervention publique se veut au service des citoyens, répartie entre les divers paliers gouvernementaux et les milieux professionnels. En tenant compte des réalités sociales, économiques et culturelles, le ministère ayant les questions culturelles dans ses attributions songera résolument à opter pour une politique muséale fondée sur des actions « horizontales » touchant l'ensemble de musées. En d'autres termes, l'Etat pourra intervenir par des actions ciblées (subventions au fonctionnement de base, aide aux projets, fonds de stabilisation, etc.) visant l'ensemble des institutions pour assurer une muséologie vive et active. Avec la mise en œuvre d'une approche renouvelée de la politique muséale en RDC, les institutions disposeront d'un cadre de référence qui établira clairement des objectifs tout en leur permettant d'élaborer elles-mêmes leur plan stratégique d'action. Le ministère de la culture et des arts pourra préconiser une approche plus globalisante, avec des grands axes qui laisseront une marge de manœuvre suffisante aux institutions muséales pour prioriser elles mêmes certaines fonctions, cibler les moyens (choix de projets, type de gestion, des partenaires, des manières de faire...) et les mesures qu'elles entendent privilégier selon leur mission et leurs objectifs propres. De ce fait, la responsabilisation des institutions, suppose également l'implication des partenaires publics et privés et la concertation du milieu afin d'évaluer et de progresser sur base des grands axes définis dans la politique culturelle du pays. Le ministère de la culture et des arts, peut fournir au milieu muséal des outils nécessaires à la réalisation du plan d'action, favorisera également la concertation interministérielle pour accélérer le maillage entre divers intervenants et pour faciliter la concrétisation de projets essentiels au développement des institutions muséales et

aussi au développement culturel du pays. Tout en continuant à assumer ses contributions financières sous forme de soutien au fonctionnement ou grâce à l'aide aux différents projets, le ministère peut également réviser et actualiser certaines définitions et modalités associées au statut des institutions muséales en implantant de nouveaux mécanismes de reconnaissance des institutions muséales. Ainsi, la politique muséale pour la RDC, nous estimons qu'elle pourra reposer sur 4 grandes orientations. Sa mise en œuvre peut assurer l'accessibilité au plus grand nombre de citoyens aux institutions muséales d'excellence qui mettent en valeur une culture signifiante et diversifiée, facteur du développement culturel.

1.1. TENIR COMPTE DES ASPIRATIONS DES CITOYENS.

Les objectifs de cette première orientation consistent à :

- inciter les citoyens à une appropriation du patrimoine conservé et leur mise en valeur dans les institutions muséales,
- accroître la fréquentation des publics de tous âges et de tous les milieux.

Toute politique ministérielle sur le musée est basée, d'abord et avant tout, sur les bienfaits ou bénéfiques qu'en retireront les citoyens sur les activités ou les collections des musées. Selon le ministère de la culture et de la communication du Québec, dans le cadre d'une politique muséale, un meilleur service à la population se traduit par une fréquentation continue ainsi par l'accroissement et la diversification des clientèles²⁷.

A notre avis, nous pensons que cela va dans le sens d'un objectif d'appropriation du savoir et de la culture, de démocratisation, d'un élargissement des pratiques de loisir culturel au sein des musées. Par le passé, le musée était axé prioritairement sur des activités de recherche et de conservation, depuis un certain nombre d'années, il s'ouvre plus naturellement à l'hétérogénéité des expériences, des époques et de culture à travers une diversité d'activités qu'il offre non pas à une seule clientèle mais à une variété des publics. Son rapport avec le visiteur change. Ce parti pris est fondamental car les publics visiteurs sont bien plus que les visiteurs passifs. Il ne suffit plus que le musée conserve les objets et les sauvegarde ; mais à travers ses démarches répétées de diffusion et d'animation, il permet au citoyen de s'appropriier l'objet, voire de se le réapproprier, en l'investissant d'une valeur patrimoniale. Bref, les institutions muséales doivent situer les publics au centre de leurs préoccupations.

²⁷ Ministère de la culture et des communications du Québec, Politique muséale...op.cit. P.23

Investies depuis déjà quelques années d'une mission résolument tournée vers l'extérieur, vers la communauté, les institutions muséales de la RDC repenseront différemment leurs stratégies de diffusion et d'animation. Le but premier en est certainement d'accroître la fréquentation et la participation, mais l'objectif ultime est une appropriation au sens large. Tous les moyens préconisés visent à amener les citoyens à fréquenter une institution et à se sentir concerné par le patrimoine qu'elle détient et met en valeur.

Etant donné la sollicitation à laquelle est soumis le citoyen et les habitudes de consommation qui incitent à la prolifération et au changement, il est préférable que les musées, tout en proposant une variété de produits répondant à un large prisme d'objectifs (éducation, sensibilisation, récréation, loisir, etc.), attirent des visiteurs et les sensibilisent au patrimoine qu'ils conservent. Ils doivent les surprendre avec des activités près de l'actualité, des productions novatrices de même qu'avec des produits qui passent bien la rampe du temps, qui nourrissent leurs réflexions et enrichissent leurs valeurs sur des thèmes tels que la démocratie, la santé, l'environnement...

1.1.1. ACCROITRE L'ACCESSIBILITE DES COLLECTIONS

De par sa mission, le musée constitue un héritage pour des générations futures qu'il doit traiter et sauvegarder. Il doit également diffuser et mettre en valeur les richesses qu'il a accumulées pour que les citoyens en profitent.

En insérant dans sa programmation une ou des expositions reposant sur les collections ou encore en organisant des activités culturelles ou des projets éducatifs misant sur la sensibilisation des citoyens à leur patrimoine national, le musée concrétise auprès de la population le résultat de ce mandat spécifique de conservation. Il est entendu que les institutions mandatées comme dépositaires de ce patrimoine culturel doivent disposer des connaissances suffisantes (inventaire, politique de conservation préventive, documentation...) et se doter d'outils pertinents (numérisation des collections, réserves répondant aux normes) pour pouvoir les rendre accessibles adéquatement. Cette accessibilité, souvent résultat d'un important travail de recherche en amont sur les collections, traduit l'apport significatif de celles-ci à la compréhension de notre société et de son identité, et conscientise les citoyens à l'importance de constituer un patrimoine et de sauvegarder des traces de notre histoire. Ainsi, chaque musée pourra trouver le juste équilibre entre la conservation et la diffusion dont les programmes assureront une grande visibilité médiatique de l'institution et une augmentation de la fréquentation.

1.1.2. SOUTENIR LE RENOUVELLEMENT DES EXPOSITIONS

L'actualisation des expositions permanentes c'est-à-dire, dans une certaine mesure exposer aussi quelquefois certains objets puisés dans les réserves. Le renouvellement des expositions temporaires offre aux institutions muséales l'occasion de revoir leurs approches. Après quelques années de vie, la mise à jour de l'exposition permanente s'avère très bénéfique. Pierre angulaire de la programmation, occupant une superficie importante, l'exposition permanente est associée à des multiples activités éducatives et culturelles, et son renouvellement, tout en exploitant de nouveaux secteurs de collection, permet de stimuler l'intérêt et les aspirations du public local. Les touristes y trouvent également leur intérêt en y découvrant une facette identitaire du lieu qu'elles visitent ou encore en s'imprégnant de la mission spécifique de l'institution qui les accueille. Quant aux expositions temporaires, elles doivent être souvent rattachées à des thématiques d'actualité, à des thèmes de réflexion tels que la démocratie, la santé, l'éducation, l'environnement ou encore associées à des événements spéciaux tel que « la journée du patrimoine ». Leur diversité dans le contenu et leur renouvellement périodique constituent des outils privilégiés de relance et de fidélisation des publics locaux et d'attrait pour les touristes. Elles ont également un potentiel fort intéressant à exploiter, puisque la circulation des certaines d'entre elles, permet de dynamiser la programmation offerte sur l'ensemble du territoire, d'établir des partenariats dans les institutions muséales et de contribuer à l'enrichissement culturel d'un plus grand nombre de citoyens.

1.1.3. FAVORISER LE DEVELOPPEMENT DE PROGRAMMES EDUCATIFS

Le raccordement et la complémentarité entre les programmes éducatifs, les activités culturelles et les expositions rendent l'offre au visiteur plus alléchante. Les activités éducatives doivent être conçues et dispensées en fonction des différents publics. Les institutions muséales de la RDC pourront mettre l'accent sur les publics scolaires. Développer chez les jeunes, adultes de demain, l'habitude de fréquenter les institutions muséales peut garantir leur attachement futur en ce lieu de culture, de savoir et de mémoire. Cependant, dans le contexte actuel, le maillage avec le réseau de l'éducation nationale demeure pourtant une prémisses à la mise sur pied d'activités éducatives pertinentes pour attirer ces groupes de visiteurs. La politique muséale devra encourager l'organisation des activités éducatives (ateliers éducatifs, visites guidées et interactives, visites en milieux scolaires, trousseaux ou mallettes pédagogiques, etc.). Elles incitent le choix des sorties éducatives en milieu muséal et dont le succès auprès des jeunes entraîne souvent la reconduction de l'activité au fil de temps.

Cependant, pour qu'elles soient pleinement efficaces et réussies, celles-ci doivent étroitement s'arrimer aux programmes scolaires, et donc être revues périodiquement. Le ministère de la culture et des arts et celui de l'éducation nationale peuvent initier et parrainer des programmes tel que « Rencontres Culture-Education » et proposer annuellement un répertoire des sorties culturelles en vue de favoriser ce rapprochement entre les milieux culturel et scolaire.

Les institutions muséales, en conservant des produits et en organisant des activités adaptées, devront se préoccuper aussi de rejoindre d'autres publics parfois moins traditionnels tels que les familles, les associations, les comités d'entreprise, les adolescents, les personnes de troisième âge, bref, toute une gamme d'individus, de groupes, d'associations qui ne fréquentent pas naturellement les musées ou encore des publics l'on voudrait mieux fidéliser. De fait, pour atteindre ces objectifs d'ouverture et d'accessibilité au plus grand nombre de citoyens, la gamme des produits et des services éducatifs offerts devra être de qualité et constamment adaptée. Les institutions muséales, lieux de transmission du savoir, déploieront des différents moyens pour que la fréquentation muséale soit étroitement associée au plaisir de l'apprentissage et de la découverte.

1.1.4. PROMOUVOIR L'ELABORATION D'ACTIVITES CULTURELLES ET D'EVENEMENTS SPECIAUX

De part leur contenu, leur nature et leur diversité, les activités culturelles et les événements spéciaux dynamisent et relancent la fréquentation en faisant vivre des expériences différentes aux participants. Tout en favorisant une approche complémentaire aux expositions, ces activités proposent aux différents publics d'apprendre, de découvrir, de réfléchir, de compléter leurs connaissances en regard des thématiques exploitées dans la programmation de l'institution. Ainsi, une panoplie de moyens et des médias sont avancés (cinéma, conférences, événements artistiques, spectacles, concerts, ateliers, etc.) pour faciliter la participation des publics et susciter les échanges. Multiples et variées, ces activités doivent se déployer en fonction des publics cibles, et il est souhaitable qu'elles soient conçues en complémentarité avec celles élaborées par d'autres institutions du milieu culturel. Elles servent d'éléments déclencheurs à la découverte de l'institution pour certains nouveaux visiteurs, elles constituent des éléments de rappel auprès des habitués, elles interpellent des publics spécialisés tout autant que le grand public.

1.1.5. ENCOURAGER LA MISE EN APPLICATION DES ETUDES, DES ANALYSES ET DES EVALUATIONS DES PUBLICS.

Des outils d'évaluation et de mesure de divers secteurs d'activité des institutions muséales devront être mis au point en vue de maximiser l'impact des moyens et des produits proposés. Grâce aux résultats de ces études, l'institution peut se focaliser sur des publics plus circonscrits, répondre à des attentes mieux cernées et réagir en ajustant ou en modifiant ses offres. Outil important, le plan d'animation et de marketing facilitera la planification de l'événement, de l'activité culturelle. Il permet, dans certain cas, de créer un événement médiatique, de singulariser l'image ou l'approche qui déclenche l'intérêt du visiteur, celui de la communauté et, par conséquent, leur goût de le fréquenter, de s'y impliquer. Les activités culturelles et les produits se configurent alors dans une stratégie de rapprochement et de découverte auprès des visiteurs qui se laissent séduire et convaincre que leur institution muséale est un lieu de conservation, de diffusion, d'éducation et d'animation, riche et diversifié.

1.2. L'EXPERTISE

Cette deuxième orientation vise à :

- Stabiliser les emplois et poursuivre la professionnalisation du secteur.

Acceptons la nouvelle réalité : l'institution muséale bien que « producteur de savoir, producteur de sens », se présente de surcroît aujourd'hui, par son approche plurielle, comme un « producteur d'événements ». Ce fait, la démarque radicalement de l'ancienne institution qui se définissait d'abord comme un « espace de collection ». Si la fonction de conservation dans les musées demeure fondamentale, de nombreuses autres fonctions et compétences sont maintenant indispensables pour que les institutions muséales s'acquittent avec diligence de leur mission plus large d'accueil, de service, d'éducation, de diffusion et d'animation. On constate que ce nouvel horizon, plus étendu et plus complexe, crée des attentes élevées et des fortes pressions vu l'importance et le rythme accéléré et continu des changements qu'il suppose. La floraison des genres de musées et des lieux d'exposition sans collection, la circulation des grandes expositions internationales, la variété des approches muséographiques, l'implantation et l'appropriation des nouvelles technologies de l'information, enfin l'émergence de la muséologie elle-même en tant que discipline de médiatisation et de diffusion, tous ces phénomènes sont des signes révélateurs de cette position nouvelle qu'occupent les musées. Cette localisation plus centrale entraîne des conséquences, appelle des redéfinitions des pratiques et des adaptations constantes face aux milieux que le réseau

muséal est appelé à servir²⁸. Ainsi, nous pensons que cette évolution du monde de la muséologie a des répercussions majeures sur l'exercice de la profession. En RDC, qu'il est préférable de penser à une progression intéressante de la professionnalisation du secteur pour répondre adéquatement aux nouvelles exigences. Force est de constater que les institutions muséales de la RDC oeuvrent dans des conditions difficiles, avec un minimum des postes réguliers exigeant un niveau de polyvalence difficilement praticable. Or, il demeure que l'un des objectifs en termes de ressources humaines est de favoriser l'expertise professionnelle émanant du secteur. Les institutions muséales en RDC déplorent encore un manque flagrant du personnel qualifié. Ainsi, le personnel en place sur qui repose le bon fonctionnement de l'institution, doit pouvoir accéder à des ressources lui permettant de s'adapter et d'être à jour. Nous estimons que les institutions muséales peuvent impérativement adopter une politique de perfectionnement. Ces institutions doivent se préoccuper du renforcement des capacités professionnelles de leur personnel, en mettant en place, en matière de perfectionnement, des programmes réels. Elles doivent être en mesure de planifier des programmes de formation continue pour leurs employés, que ce soit par des stages, des séminaires ou autres formations spécifiques.

1.2.1. ENCOURAGER LA STABILISATION DES EMPLOIS

Pour qu'une institution atteigne son plein rendement et qu'un milieu professionnel puisse se développer et évoluer, il faut compter sur une main d'œuvre de qualité, expérimentée et stable. Certes, la plupart des institutions muséales de la RDC sont touchées par le renouvellement incessant de leur main d'œuvre dû aux bas salaires, au non paiement ou au paiement tardif des salaires, qui engendrent la démotivation, ne favorisent pas la stabilité du personnel. Par ailleurs, ces institutions sont confrontées à la lourdeur associée à la gestion des emplois et à l'inaccessibilité des programmes de perfectionnement et de formation. En offrant un soutien à l'emploi, l'objectif est d'endiguer le roulement de personnel et de permettre aux travailleurs d'accéder à des postes permanents, et ce, dans des meilleures conditions. En disposant à moyen et à long terme d'un personnel qualifié, formé et encadré, les institutions bénéficieront d'un apport supplémentaire de ressources contribuant à leur croissance et à leur excellence.

²⁸ Ministère de la culture et des communications du Québec, Politique muséale...op.cit. pp 28-29

1.2.2. PRIVILEGER L'EMBAUCHE DE JEUNES DIPLOMES EN MUSEOLOGIE

S'il est primordial de stabiliser les emplois, il convient également de poursuivre les efforts de professionnalisation du milieu. Nous savons que la RDC ne dispose pas d'une institution de formation en muséologie. Néanmoins les institutions muséales peuvent privilégier les jeunes diplômés sortant des départements d'anthropologie et de sociologie par exemple de nos universités ainsi que les diplômés de l'Institut National des Arts (INA) et de l'académie des Beaux-arts (ABA). Et sans oublier les professionnels issus de l'Université Senghor en Gestion du Patrimoine Culturel. En priorisant le recrutement de jeunes issus des universités, les institutions muséales accueillent des travailleurs formés adéquatement à leurs besoins. En plus d'apporter du sang neuf, ces jeunes professionnels assureront la relève dans leur milieu. Aussi, à long terme les ministères de l'éducation nationale et celui de la culture et des arts pourront créer une école de formation en muséologie.

1.2.3 FAVORISER LE PLAN DE PERFECTIONNEMENT POUR LE PERSONNEL

Un plan de perfectionnement, prévoyant cours, stages et séminaires, devrait être établi dans chaque institution ou, à tout le moins, être obligatoire pour toutes les institutions par exemple, l'adaptation du travail aux nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) car les nouvelles techniques de l'information et des communications offrent des avantages certains dont celui éventuellement de permettre aux institutions muséales de suivre des programmes de formation et de perfectionnement accessibles sans déplacement, tel que le programme « inforoute » du département Gestion du Patrimoine Culturel de l'université Senghor. Ainsi, le partage des savoirs et l'analyse des pratiques muséologiques enrichissent la réflexion critique et contribue à l'amélioration de l'organisation de ses produits et de ses activités. Quelle que soit la taille de l'institution, on y retrouve dans plusieurs cas des professionnels qui ont acquis au cours des années une grande expertise, souvent pertinente et applicable dans d'autres institutions. Des ententes de prêts de personnel ou d'échanges de services professionnels à durée limitée permettent d'accéder à ces spécialistes qui peuvent mener des projets, encadrer, former ou perfectionner le personnel, effectuer des travaux ponctuels dans des domaines tels que les inventaires, l'informatisation, la recherche sur les collections spécialisées, les plans d'action stratégiques, etc.

1.2.4. ENCOURAGER LES COLLABORATIONS AVEC DES RESSOURCES EXTERNES

Puisque l'institution muséale, vu sous l'angle de la production, est une organisation centrée sur des objectifs empiriques de performance, elle est amenée à puiser ponctuellement dans les ressources extérieures dont la contribution est de nature à oxygéner toute l'organisation, à nourrir sa réflexion sur la production et à participer sur le renouvellement de produits et d'activités. Le recours, souvent ponctuel, à l'expertise externe prend maintes formes : des contrats ou des ententes avec le réseau universitaire de chercheurs, des professeurs, de stagiaires. Pour les institutions muséales de la RDC, les partenariats peuvent parfois combler l'absence de personnel spécialisé, aideront aussi à soutenir des travaux de recherche et de documentation, de l'informatisation, tout autant que des études de publics, des évaluations, des plans de marketing, de la scénographie de l'exposition ou encore des programmes éducatifs, etc.

1.3. UNE INSTITUTION MUSEALE DANS LA COMMUNAUTE

Cette orientation vise à :

- s'affirmer comme partenaire actif dans son milieu,
- intensifier l'interaction locale et régionale.

L'institution muséale se situe dans un vaste espace aux frontières du culturel, de l'éducatif, du récréatif. Pour remplir sa mission, elle doit conjuguer avec les forces locales et régionales. Elle doit s'intégrer au milieu et être un partenaire actif du progrès au sein de la communauté. Roland ARPIN note que « comment un musée peut-il prétendre servir la communauté et bien s'y enraciner, s'il ne se préoccupe pas de sa propre fonction sociale ? Une préoccupation qui s'exprime dans une grande ouverture à la communauté environnante, ses besoins, ses désirs et ses attentes »²⁹. Pour plusieurs, il devient donc manifeste que la qualité des services publics rendus par le musée, la densité de ses implications dans la collectivité et sa capacité de satisfaire ceux qui le fréquentent, est seules garantes de sa survie dans l'avenir.

Raymond MONPETIT pense que « le point focal du musée commence à se déplacer de la collection à la communication. Ce mouvement vers les visiteurs est vu comme le seul chemin possible dans l'avenir. Trop longtemps, les musées ont prôné les valeurs du savoir, de

²⁹ ARPIN, R. Des musées pour aujourd'hui, musée de civilisation, Québec, 1997, p. 168

la recherche et du collectionnement, au détriment des besoins des visiteurs »³⁰. Ainsi, il revient donc à l'institution muséale d'être à l'écoute de la collectivité, d'être un lieu d'expression de la communauté, un lieu de rencontre conviviale et une ressource pour ceux qui partagent ses objectifs de diffusion de la culture dont le milieu ne saurait se priver. D'autant que les institutions muséales sont des organisations qui disposent d'un capital humain, qui produit des activités entraîne des retombées économiques assez intéressantes et qui, par leur présence et leur participation, contribuent au développement local, régional et national, voire international. L'influence des institutions muséales dans la société, et l'expérience de certains organismes le démontre, sera d'autant plus grande que s'accroîtront les rapports de partenariat avec des diverses instances locales et régionales, notamment avec les villes, dans la concrétisation de projets moteurs issus du milieu et que se tisseront des liens avec d'autres organismes à vocation culturelle pour mettre en œuvre des projets communs.

1.3.1. FAVORISER L'EMERGENCE DE PROJET VISANT DE NOUVEAUX PARTENAIRES

Les institutions muséales peuvent intensifier leurs démarches pour obtenir plus de partenariats et de visibilité sur leur territoire. Elles doivent se faire valoir comme lieux d'échanges, d'écoute et de partage pour la collectivité afin d'être incluses dans une dynamique d'intégration sociale. Rappelons que la constitution d'un conseil d'administration issu du milieu et la présence de fondations ou d'amis du musée représente des bons indicateurs de l'intégration des institutions muséales dans la communauté, tout comme des donations pourront démontrer l'attachement des citoyens à leur musée.

En tant qu'outils culturels et pédagogiques, les institutions muséales de la RDC peuvent contribuer aux grands enjeux d'une culture partagée, ouverte dans une société informée. Elles doivent collaborer avec ceux qui œuvrent au développement culturel de la collectivité et se fera le reflet de leur milieu. Les partenaires du secteur de l'éducation, les instances politiques autant que les groupes d'intervenants sociaux et le monde des affaires pourront s'y associer en vue de maximiser leur implication et leurs efforts dans des projets éducatifs, sociétaux ou culturels.

³⁰ MONPETIT, R. Les musées : générateurs d'un patrimoine, éd. Diane Genest, Québec, 2000, p.26

1.3.2. ENCOURAGER LE PARTENARIAT ET LA CONCERTATION ENTRE INSTITUTIONS DU MILIEU CULTUREL

Les institutions muséales doivent être solidaires des autres secteurs culturels d'un même territoire (bibliothèques, centres culturels, centres d'archives, centres d'artistes, etc.) et travailler en concertation pour le bénéfice des citoyens Congolais. Elles peuvent mettre en place des projets ralliant les pairs de leur région afin que la force de leur regroupement devienne un agent de persuasion auprès des partenaires qui, bénéfice supplémentaire, profiteront des infrastructures existantes. Créer des associations de partenaires culturels qui auront des effets d'entraînement et de répercussions positives sur les conditions pratiques. Par exemple, des efforts de concertation entre artistes, producteurs et diffuseurs seront consentis sur la base de la reconnaissance du statut professionnel de l'artiste en RDC. Ils devront se poursuivre afin de contribuer à une plus grande clarté des rapports entre artistes et diffuseurs et afin que cette reconnaissance s'incarne dans les pratiques. Ainsi, en tablant sur une plus grande mise en commun et sur une meilleure harmonisation, le milieu maximisera la diversification des services et des produits offerts aux citoyens.

1.3.3. FAVORISER L'INSERTION DE L'ACTION MUSEALE DANS LES ATTENTES DU DEVELOPPEMENT CULTUREL

Les protocoles avec les provinces doivent exister pour favoriser l'engagement de la communauté à l'égard du milieu et de la réalité culturelle. Ce partenariat entre le ministère de la culture et des arts, les provinces et les territoires aussi bien que les municipalités sera constamment réactualisé selon l'atteinte des objectifs visés conjointement et là encore, la qualité de la vie culturelle des citoyens y sera toujours prioritaire. L'ensemble des provinces peut être sensibilisé aux avantages de collaborer avec les institutions muséales qui, rappelons-le, contribuent au développement culturel de la localité, de la région. Les institutions muséales, porteuses de notre identité, de notre mémoire collective, de notre histoire et de nos faits de société sont également pour la plupart le reflet de l'histoire et de la culture de la communauté. A ce titre, elles participent à la valorisation de la personnalité locale ou régionale. Nous estimons que les décideurs locaux qui misent sur les spécificités de leur territoire afin de stimuler non seulement le développement culturel mais aussi le développement socio économique pourront voir cette présence comme un atout additionnel et complémentaire.

1.3.4. INSCRIRE LE MUSEE DANS LE CIRCUIT TOURISTIQUE

S'il est reconnu que les institutions muséales bonifient la qualité de la vie culturelle de la population locale qu'elles accueillent, il est également admissible qu'elles apportent une contribution significative à l'activité touristique. Elles s'intègrent avantageusement à des stratégies communes de développement touristique de la localité ou de la région en faisant valoir qu'elles attirent ou retiennent les touristes, étant considérées comme des lieux d'enrichissement en termes d'expériences et des connaissances. A cet égard, de nombreux prix d'excellence en tourisme pourront être remis aux institutions muséales témoignant de leur potentiel et de leur impact dans ce secteur pour susciter l'émulation. L'incidence des institutions muséales sera encore plus forte lorsqu'elles s'allient à des partenaires afin de créer une expérience unique. Pour catalyser ce rôle de générateur de ressources touristique et économique, les institutions muséales pourront s'inscrire dans des stratégies de diversification économique et touristique. En outre, elles peuvent concevoir des stratégies promotionnelles pour attirer les visiteurs locaux et accroître leur sentiment d'appartenance à leur milieu socio culturel.

1.4. LA CREATION DU RESEAU MUSEAL

Cette orientation vise à :

encourager la création des musées dans les villes, les provinces,...

- militer pour la création du réseau muséal en RDC,
- enrichir l'interaction et les échanges entre les institutions culturelles et le réseau muséal.

La notion de réseau regroupe plusieurs réalités. Dans ce cadre, il s'agit du « réseau des institutions muséales » comprenant tout organisme à caractère muséal qui œuvre en RDC. Cependant, ce grand réseau sera alimenté par une sédimentation d'actions et de maillage fondées sur des besoins ou des objectifs diversifiés. Que ce réseau soit issu du mouvement associatif, qu'il s'agisse d'un regroupement territorial, d'une association territoriale ou encore d'un collectif de diffusion, tous ces ensembles participeront à la consolidation et à la dynamisation du grand réseau. Parallèlement à un réseau d'institutions, il est aussi utile de mettre en place un réseau de professionnels soit des associations de professionnels.

1.4.1. SOUTENIR DES PROJETS LIES AU RESEAU MUSEAL

Dans les musées, une large part des activités et des ressources sont consacrées aux collections, à leur gestion, leur conservation et leur mise en valeur. S'ils veulent développer et diffuser adéquatement ce patrimoine, les musées devront disposer au préalable de connaissances suffisantes à ce sujet et s'assurer de mettre en branle les mécanismes nécessaires à sa sauvegarde. C'est pourquoi entre autres, les actions de préservation et de conservation préventive devraient demeurer une préoccupation sous-jacente à l'ensemble des activités du réseau muséal d'autant plus que la diversification des usages qu'on fera des collections accroît les risques de dommages. Dans cette optique d'accessibilité au patrimoine, le ministère pourra soutenir des projets liés à l'inventaire des collections, à leur numérisation, leur préservation, leur documentation et leur gestion. L'un des objectifs à poursuivre par le ministère sera d'inciter en faveur des collections, une perspective de complémentarité et de consolidation. Et les institutions nationales, que sont les musées d'Etat, seront particulièrement interpellées afin de constituer et de sauvegarder une part importante de l'héritage collectif.

1.4.2. FAVORISER LA DYNAMISATION DU RESEAU PAR UNE PROGRAMMATION D'EXPOSITIONS ITINERANTES ET PRODUITES EN PARTENARIAT

L'itinérance apparaît comme un élément porteur du mouvement car les expositions qui sont conçues pour circuler ou encore celles qui sont produites grâce à des partenariats ou à des coproductions constituent un des leviers pour solidariser le réseau et la concertation entre institutions. Elles participent évidemment à la dynamisation du réseau grâce à une programmation plus variée et renouvelée tout en favorisant l'accessibilité des produits culturels sur l'ensemble du territoire national Congolais. Afin que cette dynamique de collaboration dans le réseau soit encore plus significative et soutenue, les intervenants en provinces aspireront à une diffusion bilatérale. S'ils prônent la diffusion interprovinciale ou intraprovinciale, ils insisteront sur le bien fondé d'une diffusion qui s'étend vers les grands centres et qui dans certains cas, s'ouvre à l'international.

1.4.3. IMPLIQUER ACTIVEMENT LES MUSEES D'ETAT AUX ACTIVITES DU RESEAU.

Les musées d'Etat sont des institutions structurantes du milieu muséal de par leur exemplarité et de leur expertise. Responsables au nom de l'Etat, du patrimoine culturel national du pays. Ces institutions doivent en principe être soumises à des attentes très élevées concernant leur rôle, leur performance, etc. Et de par leurs missions et leurs moyens, elles doivent assumer un leadership marqué et dynamique dans le réseau. Ainsi, le programme d'activités que les musées d'Etat pourront soumettre annuellement au ministère de tutelle devrait d'ailleurs faire état des efforts déployés pour le développement culturel national. Pour que l'interaction se développe toujours davantage, les musées d'état devront faire preuve d'adaptation, de souplesse et d'ouverture dans leurs échanges et leurs collaborations avec les autres institutions du réseau. Leur engagement peut se traduire grâce à la disponibilité d'expertise-conseil (prêt de service, mandat ou études spécifiques) ou par l'élaboration de projets en collaboration avec le milieu (coproductions d'expositions et d'activités avec les membres du réseau, réception de productions régionales) ou par l'élaboration des produits ou activités s'adressant au réseau (conception prioritaire de produits liés à l'itinérance, formation professionnelle, accueil de stagiaires, prêts d'équipement et d'objets de collections, etc.)

1.4.4. INSTAURER UN MECANISME DE RECONNAISSANCE DES INSTITUTIONS MUSEALES

Le ministère de la culture et des arts pourra instaurer un mécanisme de reconnaissance accessible à l'ensemble des institutions muséales indépendamment du fait qu'elles soient soutenues ou non financièrement par le ministère. Cette reconnaissance constitue un « sceau de qualité » ou « un label » directement associé à la performance de l'institution et non fonction d'un engagement financier du ministère envers l'institution. Ce sceau pourra garantir au public la qualité de l'établissement en question, et de plus, il pourra faciliter les représentations des institutions auprès des différentes instances.

Conclusion

La politique muséale pour la RDC misera à faire converger les énergies de tous les acteurs sur des cibles identifiées de façon consensuelle, à savoir le développement culturel des citoyens, la conservation et la mise en valeur des collections, la stabilisation des ressources professionnelles, le réseau pour les institutions, l'implication des communautés locales et la redynamisation du partenariat avec les institutions internationales. Cette approche de la

politique muséale met l'accent sur la programmation des activités qui a pour cible des publics tels que les citoyens, les écoliers, les touristes, les enseignants ou chercheurs. Comme postulat, la capacité des institutions muséales à participer à l'actualité culturelle, sociale, et pourquoi pas économique de leur milieu, représente un point d'appui essentiel, voir le sens de leurs activités fondamentales de conservation, de recherche, d'animation et de diffusion du patrimoine culturel.

CHAPITRE DEUXIEME : QUELQUES STRATEGIES D'ANIMATION ET D'ACTION CULTURELLES POUR LES MUSEES NATIONAUX EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

Une stratégie, c'est l'articulation d'un ensemble de buts autour d'une mission, elle-même fondée sur une vision. C'est un choix des ressources qui seront allouées pour atteindre ces buts. C'est aussi un ensemble d'indicateurs, dans le temps, qui permettent de vérifier que la stratégie est effectivement mise en œuvre. Dans l'élaboration de la stratégie, l'autre élément en prendre sérieusement en compte est la définition des services que nous pouvons rendre et surtout l'identification des utilisateurs et bénéficiaires de ces services. Ainsi, pour les musées de la R.D.C., il est évident de définir les publics et faire des études de public potentiel pour savoir ce que, pour chaque segment du marché et service rendu, on peut anticiper comme demande et comme retour sur la dépense, ce qui revient à se donner les moyens d'évaluer l'optimum de l'utilisation des différentes ressources (financières, humaines, matérielles et le facteur temps ou période). Dans ce cas, ce marché est vaste, ce sont les visiteurs des musées nationaux, ceux qui peuvent faire des donations aux musées, les autorités étatiques et locales, les mécènes qui peuvent être intéressés aux actions et à soutenir financièrement tel ou tel programme ou même investissement. Aussi, pour ces musées, il est également évident que les stratégies à mettre en œuvre, soient étroitement dépendantes du croisement entre leurs missions, leurs buts et les conditions du marché, c'est à dire les conditions socio-économiques du pays.

2.1. DE L'ANIMATION CULTURELLE DANS LES MUSEES DU CONGO

L'animation représente l'ensemble des démarches qui doivent faciliter aux individus et aux groupes l'accès à une vie plus active, en maîtrisant mieux les évolutions, en communiquant mieux avec autrui, en participant mieux à la vie des ensembles dont ils font partie tout en développant leur personnalité propre et en acquérant une plus grande autonomie. Elle couvre donc un ensemble de moyens spécifiques qui impliquent la communication à l'intérieur d'une collectivité, des individus entre eux et de l'individu avec la culture³¹. Le concept d'animation regroupe, en somme, les notions de communication, de participation et d'adaptation à un monde toujours en mutation. Jacques RIGAUD note que

³¹ GILLET, J.C., op.cit. p.171

« l'animation n'est pas faite pour délivrer un message, ni pour créer un conformisme. Elle suscite un éveil, la prise de conscience d'une communauté d'appartenance et d'une singularité des personnes. Il ne lui appartient pas d'imposer son chemin ; c'est à l'homme, une fois debout, de le choisir. L'animateur n'a qu'une mission de sensibilisation »³². De ce fait, l'animation implique le processus de dévoilement, de mise en relation, de créativité et de stimulation.

Ainsi, pour les musées nationaux du Congo, l'animation doit être une démarche de mise en tension créatrice d'une pratique et d'une théorie pour comprendre les différents programmes et les différentes activités à mettre en place pour s'attirer des publics, d'inciter les non publics et de fidéliser les publics habituels. L'activité d'animation contient une visée formatrice dans une direction, un sens, et, à ce titre, reste un enjeu pour les pouvoirs économiques, sociaux et culturels. Grâce aux activités d'animation à travers les musées du Congo, la population participera à une praxis qui la met en état de trouver des solutions nouvelles dans le but de transformer partiellement la société, de confirmer leur identité culturelle, de s'approprier leur culture au lieu seulement de subir les effets de la société. La participation et l'apprentissage sont donc les buts de l'animation ; les objectifs instrumentaux qui permettent de les atteindre pour les musées nationaux du Congo se résument par :

- intéresser les « non public »,
- sensibiliser et mobiliser les individus en petit groupe,
- communiquer les motivations,
- éveiller la conscience des publics,
- stimuler les capacités créatrices et critiques des individus et des groupes,
- découvrir le changement comme enrichissement et non comme mutilation.

En définitive, l'animateur dans les musées nationaux du Congo devra chercher à instaurer ou à créer des instances, des espaces et des temps permettant de médiatiser les relations entre diverses partenaires. Cette orientation va donc demander la mise en place de dispositifs de médiation culturelle, permettant : l'échange entre individus, groupes et institutions sur le territoire national, la communication, la circulation de l'information, la mise en œuvre d'actions communes ; à caractère symbolique telles que fêtes et manifestations culturelles et conviviales, et moments de créativité ; et enfin l'établissement de relations entre différents partenaires (populations, experts et décideurs) vers leur confrontation dans les négociations pour une prise de décisions.

³² RIGAUT, J., cité par GIRARD, A., développement culturel et politiques, éd. Dalloz-Unesco, Paris, 1982, p.59

2.2. QUALITES ET APTITUDES D'UN BON ANIMATEUR CULTUREL DANS LE MUSEE

Pour bien accomplir ses tâches d'animation et de l'action culturelle au musée dans le but d'éducation et de développement culturel, digne de foi, un bon animateur devra avoir les qualités et aptitudes ci après :

- avoir le sens de l'organisation pour planifier, organiser, coordonner et animer les différentes activités éducatives et récréatives dans les musées,
- avoir le dynamisme et le leadership pour bien encadrer et encourager les publics à participer aux activités et actions culturelles des musées,
- avoir l'imagination, la débrouillardise, l'ouverture d'esprit et de créativité pour développer de nouvelles approches d'action dans les musées,
- aimer travailler avec les différentes catégories des publics
- avoir le sens de responsabilité et de maturité,
- avoir l'esprit d'initiative et d'autonomie pour réussir à emmener les publics à participer aux activités des musées,
- être apte à communiquer pour bien animer les activités culturelles,
- avoir le sens de l'observation et de la vigilance pour être en mesure de détecter les limites de publics.

Toutes ces qualités et aptitudes doivent être, bien sûr, assises sur la connaissance des collections du musée et des publics où l'animateur mène ses actions.

2.3. L'ANIMATION CULTURELLE COMME DECODEUR DU LANGAGE ARTISTIQUE

Disons que l'animation culturelle lie la création artistique et le public. LAMIZET note que l'animation est « le ferment qui dynamise l'action et lui donne un sens »³³. Ainsi, ce n'est donc plus le processus de production artistique qui doit en lui-même, recherche un spectateur ou un récepteur actif. L'animation est conçue comme un prestataire de service du produit artistique et comme un support de communication avec le public. Nous estimons que l'animation est alors destinée à faciliter la rencontre entre le créateur, l'œuvre et le public. Elle se définit également comme une incitation à des activités qui permettent l'élucidation et l'expression de ce qui fonde et définit la collectivité humaine d'une époque. L'activité d'animation culturelle cherche à provoquer une relation expressive entre les individus, les

³³ LAMIZET, B., La médiation culturelle, éd.L'Harmattan, Paris, 2000, P.16

groupes, orientés par un projet culturel du patrimoine. Ainsi, la mise en place d'une action de sensibilisation aux langages artistiques souffre d'un défaut de pédagogie. L'animation au service immédiat de la diffusion se situe souvent sur le plan du contenu de l'œuvre. Souvent les lectures proposées considèrent l'art comme un langage dont il est utile de posséder le code. La sensibilisation au langage artistique s'identifie au « décodage », la recherche des significations formelles devient un décryptage du contenu de l'œuvre. Etant donné que le contenu de l'œuvre ne peut ni formaliser ni traduire l'expression artistique, réduire l'art à sa dimension communicative, on formule un discours sur l'objet artistique.

2.4. L'ANIMATION CULTURELLE COMME ACCOMPAGNEMENT DE L'EXPOSITION DANS UN MUSEE

L'animation s'effectue le plus souvent autour de l'exposition, qu'elle soit temporaire ou permanente. Dans chaque exposition, se côtoient différents types d'objets : artistiques (sculptures), objets de la vie quotidienne (vêtements), médias (photos, films, diapos, enregistrements sonores...). Le visiteur est ainsi sollicité de différentes manières : il peut contempler les œuvres ou les reproductions des photos, en savoir plus grâce à la lecture des panneaux explicatifs ou des cartels. Les oreilles sont autant sollicitées que les yeux. Le rôle du service des publics d'un musée, dans le cadre d'une exposition temporaire voire de la présentation permanente des collections est de construire une animation autour de l'exposition. Nous pouvons classer cette animation de deux sortes :

- Celle qui anime l'exposition, qui lui insuffle la vie
- Celle qui prolonge l'exposition

Disons que l'animation la plus classique de l'exposition est la visite guidée, que l'on trouve dans tous les musées. Parfois peuvent exister d'autres formes de découverte des collections. Par exemple des visites dansées, avec un groupe théâtral qui adapte une pièce de théâtre en fonction des collections exposées. Ces approches diversifiées sont extrêmement intéressantes : plus ou moins didactique que la traditionnelle visite guidée, elles posent d'autres paroles, d'autres regards, d'autres expériences, d'autres points de vue sur les objets créant ainsi un enrichissement. Une autre animation classique est celle de l'atelier : celui-ci est en général conçu en deux temps, celui de la visite de l'exposition et celui qui se déroule en salle d'atelier. Le musée peut proposer plusieurs visites qui se terminent par la réalisation d'un objet en relation avec le sujet abordé : par exemple visite des collections puis fabrication et manipulation d'un objet culturel ciblé. Cette approche sensible permet ainsi au visiteur (qui

est le plus souvent un enfant) de mieux comprendre le fonctionnement de cet objet. Ces ateliers permettent de pallier le problème de la frustrante interdiction de toucher les objets, ainsi que d'emmener chez soi un souvenir du musée.

Le second type d'animation autour d'une exposition consiste à la prolonger par des activités culturelles. Lors de l'exposition, le musée peut proposer à ses visiteurs une ambitieuse programmation culturelle : conférences sur des sujets variés (la santé, l'éducation, l'environnement, la pauvreté, le statut politique de la communauté locale...), projection de films et documentaires, concerts, contes, pièces de théâtre... Ces activités permettent de prolonger et de compléter l'exposition, dans laquelle on ne peut pas tout dire et tout aborder.

D'une manière plus globale, le foisonnement des activités pensées en lien avec l'exposition (temporaire ou permanente) peuvent modifier l'équilibre initial du musée : celui-ci n'est plus uniquement le lieu de conservation et de présentation des œuvres ou objets culturels, et l'exposition peut devenir presque une activité culturelle parmi tant d'autres, interrogeant par là même l'institution muséale et sa vocation.

2.5. L'ANIMATEUR ET L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS CULTURELS AU MUSÉE

L'animateur culturel dans le musée a des nombreux rôles à jouer dans le cadre de l'organisation d'événements culturels. La fonction de l'animateur culturel entre en jeu plus lors de l'organisation même de l'événement. Par exemple, élaborer une programmation d'activités qui rencontre aux mieux les attentes et les intérêts des différentes catégories des publics (jeunes, adultes, scolaires, famille, groupe, touristes...) ; mais surtout mettre en place des événements qui permettent une plus grande interactivité entre lieux, activité proposée et public. Être capable de mettre en place des événements qui ont plusieurs facettes est un bon moyen de sensibiliser et de fidéliser les visiteurs au musée à des objectifs diversifiés et variés. A titre d'exemple, le musée national de Kinshasa, qui, pour les journées du patrimoine organise des concerts de musique au musée ; cela permet aux publics désireux d'assister au concert de découvrir le musée et vis versa. L'enjeu de l'animateur culturel dans ce type d'organisation est de parvenir à satisfaire ce pourquoi le public est venu en lui offrant de nouvelles perspectives. Il est intéressant de trouver des interactions entre « activité organisée » et le patrimoine culturel. Ce patrimoine est un matériel pédagogique de premier choix pour l'appréhension des mécanismes de notre société. La mise en place des événements qui se réfèrent au patrimoine culturel est une demande « socialement significative »

puisqu'elle ouvre la voie à l'appropriation ou à la réappropriation de ce patrimoine culturel, matériel et immatériel, noble et prestigieux, par l'ensemble des citoyens Congolais. Il est aussi important pour l'animateur d'être attentif à mettre en place des événements qui soient accessibles au plus grand nombre, que cela soit par exemple au niveau de la diversité de la programmation proposée ou encore du prix demandé. Tout un travail au niveau de la recherche de sponsors et / ou de partenaires est ici primordial. Etre aussi attentif à la qualité de l'accueil et à l'accessibilité pour tous.

Quelques activités types à organiser :

Nous savons que « organiser » une activité dans un musée dépend principalement des ressources en présence et surtout du public auquel l'activité est destinée et des collections. Néanmoins à titre indicatif, ces activités peuvent être organisées au musée en tenant bien sûr compte tous les paramètres et des ressources en présence.

A Pour les adultes :

- **En groupe :** visites-conférences principalement, programmes de spectacles et audiovisuels,
- **Individuels :** visites-conférences, spectacles, débats, ateliers ;
- **Enseignants :** formations spécifiques, réaliser les dossiers pédagogiques
- **Milieus professionnels :** rencontres et débats

B. Pour les enfants :

- **En groupe :**

Temps scolaires : aide aux programmes scolaires, visites guidées.

Hors temps scolaires : centres de loisirs : visites-conférences, ateliers, spectacles, cinéma, audiovisuel, multimédia ;

- **Enfants accompagnés de leurs parents (famille) :** ateliers, spectacles, visites-conférences, visite guidée.

Les thèmes de toutes ces activités doivent être d'actualité, attrayant pour attirer les publics.

2.6. LES CRITERES DE PROGRAMMATION DES ACTIVITES D'ANIMATION ET D'EDUCATION DANS LES MUSEES NATIONAUX POUR LA R.D.C.

La préoccupation constante des activités d'animation et d'éducation dans les musées nationaux doivent faire en sorte que ces activités répondent mieux aux besoins des publics. Quoi qu'il en soit, les critères de programmation des activités d'animation et d'éducation dans les musées tiendront compte à la fois des besoins des publics et des objectifs du musée autant sur le plan de contenu que des exigences financières. Cette programmation devra être aussi mieux planifiée et passe par un processus d'approbation de la direction comme celle des expositions. Ainsi, les critères de programmation des activités d'animation et d'éducation dans les musées et pour une meilleure visibilité doivent prendre en compte les aspects suivants :

2.6.1. LES PUBLICS

Une étude préalable sur l'analyse du profil des différentes catégories des publics, l'analyse des besoins et des attentes des publics à l'égard du musée, de l'image du musée, de son contenu et de ses activités s'avère très importante. L'intégration des études et recherches effectuées par les chercheurs en éducation sur les visiteurs du musée si possible. L'identification de partenaires qui rejoignent les groupes intéressés par les activités, avec qui, la direction pourra planifier celles qui se tiendront au musée. L'identification des publics cibles visés par les activités, la segmentation des publics, la conception d'un plan d'activités diversifiées pour les différents publics d'une même activité (groupes scolaires, familles, individuels, touristes...); groupe témoin pour expérimenter le concept des activités, expérience et connaissance des publics sont des éléments à exploiter initialement pour une bonne programmation et une bonne réussite des activités au musée.

2.6.2. LE PRODUIT

Il est souhaitable de définir les activités d'animation en fonction de la mission du musée, du lien avec la thématique du musée et des expositions, de l'expérience et des intérêts du concepteur-éducateur, de la diversification des moyens et du meilleur médium de communication pour transmettre le contenu.

2.6.3. LES OBJECTIFS

Il est évident de définir les objectifs des activités à animer en fonction des objectifs du musée, des objectifs éducatifs et culturels, des objectifs d'apprentissage et de divertissement des visiteurs de même que des objectifs spécifiques à atteindre pour chacun des publics ciblés.

2.6.4. LA PERIODE DES ACTIVITES

Il est évident de définir les activités en fonction de la période de l'année, des événements extérieurs ou des besoins du public et de l'intérêt de certains groupes liés à la saison ou à la température tels que les scolaires et les touristes. En R.D.C., il existe des périodes propices tels que pour les groupes scolaires (du septembre en juin) ou pour les sorties en famille (juillet et août)...

2.6.5. LA CONSOLIDATION, L'INNOVATION, L'ORIGINALITE

Il convient pour le musée, de maintenir l'équilibre entre les activités nouvelles et les activités intéressantes que le musée offre déjà et qu'il peut consolider. Les critères de nouveauté et de l'originalité sont aussi importants dans la planification des activités afin de positionner le musée dans l'ensemble de la concurrence, sans avoir peur de prévoir des activités garantes de succès et de grande fréquentation si la capacité d'accueil du musée le permet.

2.6.6. LE PARTENARIAT

Les partenaires économiques, institutionnels nationaux et internationaux, de même que les associations qui collaborent de diverses façons aux activités donnent souvent du rayonnement à l'activité, de la notoriété au musée et placent avantageusement ce dernier au sein des organismes existants dans la région.

2.6.7. LES COUTS ET REVENUS

Se soucier des revenus que génère une activité ne présuppose pas que les activités éducatives et culturelles soient génératrices des profits ou qu'elles doivent automatiquement s'autofinancer. Quant aux activités à caractère commercial, elles ont pour objectif le financement. Cependant, les activités éducatives et culturelles ne doivent pas nécessairement être déficitaires ; on devra avoir une préoccupation de rentabilité et en estimer la fréquentation.

2.6.8. LES SUBVENTIONS ET COMMANDITES

Les activités peuvent être planifiées en tenant compte de l'intérêt que pourrait avoir un commanditaire ou un organisme subventionnaire. Cela pourrait affecter le type d'activités, le contenu ou l'approche de communication sans toutefois perdre de vue les objectifs et la mission du musée. Il appartient donc au musée de bien définir sa mission et de se doter d'une politique rationnelle de commandes pour éviter les dérives.

En guise de conclusion, un animateur culturel est responsable de l'action culturelle et éducative au musée. Il adoptera une réelle approche de programmation des activités culturelles. Cela implique que la planification de ces activités s'appuie sur des critères multiples, axés sur les besoins et intérêts des publics (scolaires, familles, adultes, jeunes, individuels, touristes...), sur le contenu à transmettre, sur les revenus et sur les partenaires potentiels, sans perdre de vue les objectifs éducatifs et culturels de cette planification. C'est une démarche qui est susceptible d'enrichir la programmation dans la mesure où elle est appliquée par les responsables en éducation et en action culturelle. Bien qu'elle se relève exigeante, cette démarche fera de l'institution muséale Congolaise, un organisme plus vivant et qui s'intègre en lien étroit avec son milieu.

2.7. LE MARKETING ET SON IMPACT SUR LA GESTION DES ACTIVITES D'ANIMATION POUR LES MUSEES NATIONAUX

Comment transposer les principes du marketing au milieu muséal ? Quels éléments faut-il considérer pour appliquer cette technique à la clientèle des visiteurs de musées ? Nous pensons que aux musées, les services éducatifs, d'animation, de diffusion et d'exposition, les relations publiques ainsi que l'administration sont directement touchés par le marketing. En marketing commercial, il s'agit de choisir les éléments les plus appropriés pour satisfaire les clientèles visés. Ainsi, le marketing repose sur quatre variables. Ce sont les quatre « P » : le Produit, la Place, le Prix et la Promotion.

Maryse VAILLANCOURT note que dans l'entreprise, le marketing se définit comme « un système d'activités interreliées, qui cherche à comprendre avec précision la clientèle actuelle et potentielle ainsi que le fonctionnement de l'entreprise. Le marketing permet de développer des produits et des services adaptés aux besoins de la clientèle et aux ressources de l'entreprise que celle-ci implante grâce à une stratégie de communication, de distribution

et de prix »³⁴. Toutefois, le même auteur continue en disant que « la transposition de quatre « P » dans le domaine muséal donne ceci : le produit=programme est le facteur le plus important de la stratégie. Il touche l'ensemble des activités publiques du musée. La place=accessibilité physique et psychologique est un élément primordial pour atteindre les clientèles. Le prix=tarifs concerne le prix d'entrée et ses modalités. La promotion vise l'essor du musée et ses activités par les relations publiques et la publicité »³⁵. Nous pensons que le marketing, traduit en termes muséaux, se veut une attitude de préoccupation à l'égard des besoins du public actuel et potentiel qui tient compte également de la spécificité du musée. Le marketing peut faciliter le développement de programme d'activités muséologiques et une stratégie globale d'accessibilité, de tarification et de promotion qui pourrait satisfaire les attentes des deux parties (visiteurs- musée).

Ainsi, le marketing comme technique aidera les musées nationaux de la R.D.C. à réaliser plusieurs de leurs objectifs. Aussi, une vision intégrée de l'organisation permet de parfaire leur gestion et de maximiser l'utilisation des ressources en présence. Un programme mieux adapté et d'une plus grande notoriété développent la fidélité, élargissent le bassin des visiteurs et étendent l'achalandage sur une plus longue période. Ainsi, la satisfaction des visiteurs ne peut qu'augmenter. En outre, une fréquentation plus élevée accroît le nombre de membres et les revenus, aide à justifier les subventions et attire les donateurs, les mécènes tant publics que privés, les commanditaires et pourquoi pas les politiciens. Pour les musées nationaux du Congo, le marketing pourra les aider à préconiser une formulation des stratégies cohérentes qui vont faire converger de façon fructueuse les objectifs, les rôles et les ressources des musées, les attentes des marchés cibles et les quatre « P ». Ainsi, voyons comment chacune des quatre variables du marketing peuvent s'appliquer aux musées pour augmenter et fidéliser les différentes catégories des publics et participer à la gestion rationnelle des ressources des musées.

2.7.1. LE PROGRAMME

En marketing, le produit concerne un bien tangible ou un service acheté par un consommateur. Le produit peut se définir par sa qualité, par son utilité, par sa valeur symbolique, par sa nouveauté, par sa clientèle ou par sa réputation. On l'achète parce qu'il satisfait un besoin. Ainsi, pour le musée, le facteur le plus important de réussite ou de l'échec

³⁴ VAILLANCOURT, M., Musées et marketing : un mariage de raison, université Laval, Québec, 1991, p.55

³⁵ Idem, p.50

de son programme est sa qualité intrinsèque. Certes, l'image de marque des musées nationaux devra reposer sur la qualité, sur l'originalité, sur la nouveauté, sur l'approche éducative et sur le bénéfice psychologique. Il est évident toutefois de se rappeler que la meilleure des stratégies est impuissante à transformer un mauvais programme en un bon. Pour sa réussite, nous pensons que les musées nationaux peuvent chercher à diviser leur programme en quatre parties : les expositions, l'animation, l'éducation et la diffusion. Les expositions constituent le produit de base du musée. L'animation concerne les activités complémentaires aux expositions : conférences, films, rencontres avec les artistes et avec des spécialistes, concerts, démonstrations des techniques, ateliers de participation et de création, etc. L'éducation est reliée aux programmes scolaires, aux visites guidées et à l'interprétation. La diffusion développe des produits dérivés de l'exposition : affiches, dépliants, catalogues, livres, diapositives, reproductions d'objets, vêtements, cartes postales... Nous dirons qu'un programme est réussi lorsqu'il suscite chez le visiteur une motivation pour revenir au musée et pour approfondir ses connaissances sur le sujet qu'il vient de découvrir. Certes, chacun des visiteurs a des besoins et des intérêts différents que les musées nationaux devront considérer lors de la planification du programme. Tels que les professeurs s'intéressent à ce qui enrichit leur programme d'enseignement ; les touristes apprécient les explications qui les aident à comprendre le contexte de l'exposition et ils sont des bons consommateurs de produits de diffusion ; les groupes adorent les expériences sociales ; rencontre avec artiste, démonstration, ateliers, etc. ; enfin les visiteurs de la région répéteront leur visite si le programme change régulièrement.

2.7.2. L'ACCESSIBILITE

En milieu muséal, l'accessibilité est de deux ordres : psychologique et physique. Elle peut être considérée comme un attribut du programme. Ainsi, l'accessibilité psychologique démontre une attitude d'ouverture du musée face à ses visiteurs : on peut dire de façon générale, que l'accessibilité est facilitée lorsque aucune « dissonance cognitive » n'est déclenchée chez les visiteurs. Pour permettre une meilleure accessibilité aux musées nationaux de la R.D.C., l'accueil doit être un élément stratégique, car un contact chaleureux sécurise le visiteur, lui donne une bonne impression et l'aide à s'informer et à s'orienter. De même, les titres des expositions devront être plus éloquentes et attrayants. L'accessibilité physique pour les musées nationaux du Congo, pourra commencer par la signalisation à des endroits stratégiques (aéroport, hôtels, ports, centres culturels, le centre ville, les universités, les bibliothèques...) et en même temps par la localisation du musée. Aussi les espaces de

stationnement pour les voitures et pour les autobus sont très importants. Les jours et les heures d'ouverture sont une autre facette très importante de l'accessibilité du musée. A l'intérieur du musée, les salles de toilette, le vestiaire, les aires aménagées pour circuler, pour se reposer, pour boire et manger peuvent être bien pensées. L'atmosphère ambiante s'ajoutera au confort du visiteur. L'accès physique, c'est aussi toute l'image que renvoie le bâtiment par sa localisation, son échelle, sa façade et son style, ses collections et son type d'activités. Disons que les visiteurs ont des attentes particulières vis à vis de l'accessibilité. Les groupes scolaires par exemple sont disponibles pour des visites en semaine, les professeurs apprécient les programmes qui enrichissent leurs enseignements, les touristes apprécient une signalisation routière adéquate, la proximité du musée avec les lieux d'hébergement, le bilinguisme des expositions et l'aptitude du personnel à répondre à leurs problèmes d'orientation dans la ville. Il est normal cependant d'être conscient que l'accessibilité connaît certaines limites attribuables aux ressources limitées et à l'architecture du bâtiment. Néanmoins, des formules qui rapprochent le musée de ses visiteurs peuvent être exploitées pour les musées en R.D.C. : expositions itinérantes, trousse ou mallettes pédagogiques pour les écoles, etc.

2.7.3. LES TARIFS

Fixer le prix d'entrée semble au premier abord une opération simple, mais plusieurs questions doivent être résolues avant d'afficher ces tarifs. Disons que les billets d'entrée représentent une large part du revenu autonome, mais pour les organisations déficitaires, ils deviennent un facteur très important. Certains veulent être accessibles à tous et offrent la gratuité ou exigent des prix modiques. Doit-on voir en cela une technique d'attraction efficace ou tout juste une association avec une activité de moindre qualité ? Le prix élevé représente-t-il une barrière ou un attrait ? En R.D.C., nul n'ignore que le pouvoir d'achat de la population est très faible, ainsi pour que les musées attirent les publics et encouragent les visites, leurs tarifs doivent être raisonnables et surtout attractifs. Ainsi, pour favoriser les visites et augmenter la fréquentation, certaines solutions peuvent être envisagées telles que :

- instituer la carte de membre,
- gratuité pour les enfants de moins de 18 ans,
- tarifs réduits et préférentiels pour des groupes constitués d'enfants, d'élèves ou d'étudiants,
- Association avec les intermédiaires peut s'avérer profitable : agences touristiques, chaînes hôtelières et même les entreprises de transport. Car certains d'entre eux bénéficient d'un

réseau national ou mondial et sont en mesure d'offrir des forfaits incluant le transport et l'hébergement,

- Des intermédiaires extérieurs au milieu culturel et touristique peuvent aussi devenir des partenaires intéressants pour les musées nationaux ; prenons le cas des associations de jeunes, les scouts, les équipes sportives, etc. En échange de leur service, ces organismes peuvent recevoir un pourcentage du revenu des ventes, ce qui les aideront dans le financement de leurs propres activités et au besoin bénéficier des visites au musée et à d'autres activités organisées par le musée.

2.7.4. LA PROMOTION

La promotion touche deux activités de communication : les relations publiques et la publicité. En général, la première cherche à présenter le musée lui-même et ses activités régulières, tandis que la seconde mûsse la vente d'activités spéciales. Disons que leurs stratégies sont similaires. Elles ont toutes deux, un caractère d'information et de suggestion. Elles se différencient par le type de relations qu'elles entretiennent avec les médias et avec les individus. Par exemple, la publicité paye ses annonces, tandis que les relations publiques cherchent la publicité gratuite. Cependant, leur finalité est unique : la promotion.

1. Les relations publiques

Les relations publiques ont pour but de créer ou de développer une atmosphère d'intérêt et de sympathie autour d'une entreprise ou d'une collectivité. Elles n'ont pas un but immédiat et nécessairement lucratif. Le préposé aux relations publiques incite les publics à visiter le musée et il aide ce dernier à atteindre les visiteurs d'une façon efficace et harmonieuse. Ainsi, pour les musées nationaux, l'une des tâches les plus importantes du service des relations publiques devra être d'évaluer les réactions et les demandes des publics et d'en faire part aux conservateurs, aux services éducatifs et d'animation ainsi que d'autres et compléter notamment le cycle de communication à l'extérieur et à l'intérieur du musée. Compte tenu des ressources moindres dont disposent les musées nationaux de la R.D.C., les actions des relations publiques dans les médias peuvent les permettre de profiter d'une visibilité sans avoir payé le prix réel. La conférence de presse est un autre moyen utile pour attirer des journalistes dans le musée. Toutefois, la nouvelle doit être particulièrement intéressante pour justifier leur déplacement par exemple l'inauguration d'une nouvelle exposition. Les contacts personnels sont primordiaux et ils s'établissent avec les responsables d'organismes, soit les directeurs d'écoles, les conseillers pédagogiques, les professeurs, les

agences touristiques, les responsables de club, de sociétés et d'association de loisirs. Ainsi, les moyens sont nombreux : lettre d'invitation incluant un laissez -passer, présentation orale, visite spéciale pour ces agents « multiplicateurs ». La participation du musée aux activités de ces organismes peut aussi s'avérer fructueuse : prêt d'une salle, d'un conférencier, de films, exposition des travaux d'étudiants, rédaction d'articles pour le bulletin de l'organisme, lancement de livre, etc.

2. La publicité

La publicité constitue une forme de communication impersonnelle, payée et ponctuelle, destinée à encourager la participation des publics à une activité. Elle est plutôt réservée à la promotion de nouvelles expositions ou d'activités spéciales, car elle s'avère très coûteuse. Une bonne campagne publicitaire repose sur des objectifs clairs et sur un public bien ciblé. Le musée dans l'ensemble offre un excellent potentiel publicitaire. Les annonceurs n'hésitent pas à utiliser le musée comme image de marque. Pourquoi le musée n'en fait-il pas autant ? Le développement d'une stratégie de promotion implique la comparaison entre les médias au plan de leur efficacité-coût. D'abord, la presse écrite ; les journaux ont une diffusion locale, régionale ou provinciale, le tirage influe sur les tarifs publicitaires. Pour leur part, les revues spécialisées touchent une clientèle beaucoup plus ciblée. La radio rejoint un auditoire de masse. Il faut alors choisir la bonne station et la bonne émission afin d'obtenir l'audience de la bonne clientèle. Les annonces à la télévision rejoignent rapidement un public de masse ; le procédé est toutefois très coûteux dans sa préparation et dans sa diffusion.

Compte tenu des difficultés d'ordre financières, les musées nationaux de la R.D.C. peuvent développer d'autres moyens publicitaires hormis la presse écrite, la radio et la télévision bien que ces moyens ne soient pas aussi moins coûteux , ces moyens sont notamment : l'affichage, les panneaux à l'intérieur et à l'extérieur des autobus ainsi que dans les stations, les envois postaux, le recours à la publicité commune avec d'autres musées et partenaire du milieu touristique pourra être envisagée : journée internationale des musées, promotion touristique, forfaits, etc. Disons que une adéquation parfaite entre le public, le message et les médias assure le succès d'une campagne de promotion, ce qui est certainement plus facile à annoncer qu'à réaliser. Il est évident tout de même reconnaître que la promotion a ses limites et que les caractéristiques sociales et culturelles du public restent à peu près constantes quels que soient les moyens mis en œuvre pour l'attirer

En guise de conclusion, une stratégie de marketing réussie, s'appuie sur la cohésion entre les objectifs du musée et les attentes des marchés cibles vues à travers le filtre des quatre

« P ». Le marketing est un outil de gestion et de communication. Il ne règle pas tous les problèmes, mais il propose une vision différente des relations. La même approche peut être utilisée à profit pour les levées de fonds, les campagnes d'abonnement et la recherche de commandites surtout de mécènes. Par cette approche de marketing, les musées nationaux de la R.D.C. pourront faire preuve de la bonne gestion afin d'inciter le monde des affaires à soutenir leurs actions. Mais avant que ce mariage ne soit véritablement consommé, il y a encore un long chemin à parcourir, de préjugés à abattre, de nouvelles idées à mettre en application et surtout, il reste à faire du marketing un art pour les musées nationaux.

CHAPITRE TROISIEME : LES STRATEGIES DE FIDELISATION DES PUBLICS AUX DIFFERENTES ACTIVITES CULTURELLES DES MUSEES EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

Disons que la politique des publics est destinée à faire du musée, un outil de citoyenneté, un lieu pour apprendre à vivre ensemble, un vecteur de découverte, de transmission de savoir, de prise de conscience mais aussi du respect de l'autre, de sa culture et de son héritage, bref, un lieu de dialogue des cultures. Elle contribue à l'épanouissement des esprits et, pour cela, rendre le musée accessible physiquement et intellectuellement. La relation au public, sa prise en compte dans la définition du projet d'un musée doit donc être réaffirmée comme essentielle. Michel Colardelle note que « il va de soit qu'un public satisfait revient ; des incitations d'ordre économique pourront faciliter cette attitude avec, par exemple, la mise sur pied des cartes de fidélité, cartes annuelles ou mensuelles donnant accès à l'ensemble des activités du musée, des tarifs préférentiels. D'un public à acquérir, on passe à un public conquis, en sachant qu'une déception met longtemps à cicatrizer. C'est de la qualité de l'ensemble des services offerts par le musée, de l'adéquation entre une stratégie culturelle et une demande que dépendra la fidélisation du public »³⁶. Ainsi, face à la turbulence et à l'incertitude, bref à la dynamique de l'environnement, les musées de la RDC pourront commencer par évaluer leurs capacités d'action et élaborer des stratégies d'animation et de fidélisation des publics. Ces stratégies pouvons nous le dire sont essentiellement des tentatives. Ces stratégies peuvent être :

- **Proactives**, c'est-à-dire, maîtriser les conditions de l'environnement dans lequel on se situe, elles concernent essentiellement la consommation des produits ou activités culturelles organisées aux musées, donc le public du musée, de l'exposition. Ce public, il a à la fois une fonction de générateur direct de revenus mais il a aussi un rôle de caution morale, en quelque sorte, qui témoigne de la nécessité de l'action du musée dans une collectivité et constitue un indice de sa popularité. Ce dernier rôle va être aussi indirectement générateur de revenus, puisqu'il constitue la justification de l'institution dans la recherche du mécénat tant public que privé. D'où l'importance de conserver les publics, d'atteindre les « non publics » donc les nouveaux publics.

³⁶ COLARDELLE, M., Réinventer un musée, le musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille, éd. Dominique Royer, Paris, 2002, p.60

- **Réactives**, c'est-à-dire agir sur le fonctionnement même de l'institution, elles peuvent être également une réponse à l'action visant à modifier les conditions de l'environnement.

3.1 MIEUX CONNAITRE LE PUBLIC

Pour mieux connaître leurs publics, les musées nationaux peuvent nécessairement organiser des enquêtes et études minutieuses ainsi que des évaluations auprès de ceux-ci pour découvrir :

- les circonstances et les mobiles de leur visite ;
- l'appréciation sur les différentes collections visitées ;
- le niveau de satisfaction et de leurs attentes ;
- les dispositions à revenir et les mobiles éventuels ;
- les caractéristiques socio démographiques et enfin l'origine géographique du visiteur.

Ainsi, ces éléments permettront aux musées notamment d'infléchir le choix en matière tarifaire et de communication et surtout de mieux adapter l'offre culturelle ou des activités d'animation en fonction bien sûr des besoins exprimés et des aspirations du public. Aussi, le musée pourra créer un service permanent d'évaluation des publics, afin de disposer d'un outil « sur mesure ».

3.2. FIDELISER LES PUBLICS ACTUELS

Compte tenu de l'environnement, les goûts des publics changent à tout moment, avec la concurrence des autres institutions ou industries culturelles, la fidélité du public est moins assurée. Ainsi, pour conserver son public, les musées peuvent par exemple entretenir des relations très suivies avec les écoles, de même que développer des programmes annexes tels que le cinéma, le concert de musique, des débats à thème...pour les adultes. De même, ces musées peuvent se rendre à l'école, soit par des personnes spécialistes du musée, donc des professionnels, soit par la mise sur pied de trousseaux ou mallettes didactiques au profit des enseignants. Aussi, des programmes de formation peuvent être offerts aux enseignants qui désirent se recycler. Il est important de remarquer que l'action muséologique ne fait pas que s'adapter aux goûts du public, mais qu'elle les modèle également. Le musée doit arriver à détecter de service potentiel, agissant de la sorte sur son environnement et son public, tels que les fiches pédagogiques pour les écoles.

3.3. ATTEINDRE LES « NON-PUBLICS »

Laetitia AEBERLI note que « notre ignorance est grande à l'égard des publics potentiels et des moyens à mettre en œuvre pour les faire venir. C'est en direction de ce « non-public » que nos efforts devraient se mobiliser³⁷. Pour le cas de la RDC, nous pensons que la familiarisation, bien évidemment, pourra commencer dès l'école, se rattraper en matière d'enseignement, de sensibilisation et des pratiques artistiques en milieux scolaires. Mais pour tous ceux qui n'ont plus l'âge d'aller à l'école, ou n'ont jamais pu tirer profit de ses enseignements, les musées pourront prendre le relais par des actions de grande envergure notamment : les tarifs préférentiels, les guides, les cartes de fidélité, l'aide à la visite et les informations des visiteurs aussi bien de prévoir des actions sur mesure, susceptibles de dédramatiser la relation à l'institution et d'aider celui qui s'en sent exclus à apprivoiser les œuvres et à se familiariser avec des références historiques, des critères esthétiques, des systèmes symboliques qui lui sont étrangers. Les différentes associations de jeune, des associations d'amis et les comités d'usagers des musées, par lesquels la relation au public et la conquête de « non-public » sont une priorité, peuvent être d'un grand secours pour l'organisation des actions forcément ciblées et ponctuelles.

3.4. ADAPTER LES ACTIVITES AUX GOÛTS ET AUX TYPES DES PUBLICS

Il est à noter que le musée n'est plus affaire d'experts seulement tourné vers ses propres objets, il est aussi une organisation au service de son public, et qui désire adapter les expositions, les différentes activités c'est-à-dire en tenant compte des goûts et des aspirations des publics, des heures d'ouverture du musée... Ainsi, la politique de musée doit être claire en matière de public : parmi un éventail de thèmes retenus pour des expositions, le critère de succès escompté auprès du public aura un poids majeur dans le choix final des thèmes attrayants et d'actualité. Pour organiser des activités qui rencontreront les goûts des publics, les musées pourront prendre en compte, outre les goûts et aspirations du public, aussi le critère âges pour s'adapter à des publics pluriels. Nous pouvons distinguer ces âges comme suite :

- **Les petits (5-12 ans)** : cet âge est très favorable à la découverte. Les enfants sont alors très curieux, réceptifs et perméables. Des programmes spécifiques leur seront proposés en tenant compte d'impératifs : fatigabilité (durée de la visite par exemple), faculté de

³⁷ AEBERLI, L., Les musées et les publics : diagnostique d'une non-rencontre entre l'institution muséale et les adolescents, université du Québec à Montréal, 2003, p. 32

concentration limitée (présentation d'un nombre restreint d'objets). Aussi permettre des activités ludiques extérieur.

- **Les adolescents** (12-17 ans) : cette tranche d'âge est assez généralement réfractaire à la venue au musée. Il est important de créer des expositions spécifiques « jeunes », dont le discours soit soutenu par des manipulations et expérimentations techniques et scientifiques, dans des registres tenant compte des valeurs des adolescents et de leur monde : la rue, la musique, la danse, les relations entre les jeunes...
- **Les adultes** (18-50 ans) : c'est l'âge de l'activité professionnelle et familiale maximale, celui où le temps de l'activité culturelle en dehors de la maison et de l'entreprise est chichement compté. Pour cette catégorie d'âge, il est souhaitable donc de travailler avec le secteur socioprofessionnel (comité d'entreprises, différentes associations de jeune, etc.) et s'adresser aux parents désireux de donner à leurs enfants une formation culturelle complémentaire de celle de l'école.
- **Les seniors** (50-75ans) : il est utile de répondre à une demande forte de convivialité et de curiosité de leur part. C'est souvent d'avantage le fait de partager des moments chaleureux que l'activité elle-même qui importe. Des ateliers « mémoire » permettront la mise en commun d'expériences personnelles. Une activité culturelle sera en principe suivie d'une activité plus sociale, voire récréative peut bien répondre à cette demande. Bien sûr, tenir compte de la fatigabilité, et préférer les accompagnements personnalisés avec des conférenciers spécialistes de cette tranche d'âge.

3.5. RENTABILISER DES EXPOSITIONS

Si le goût du public est important dans l'organisation des activités du musée, c'est que le nombre de visiteurs est, tel que mentionné précédemment, gage parfois de revenus mais toujours de légitimité, pour le musée. Ceci veut dire que les musées nationaux devront adapter leurs expositions de façon à s'assurer qu'elles soient rentables. Le rapport coûts-bénéfices doit être analysé : ainsi, si les grandes expositions de prestige sont coûteuses, elles permettent cependant d'accroître le nombre de visiteurs et elles fournissent de la publicité au musée, laquelle à son tour peut attirer de nouveaux visiteurs ou publics, plus permanents. Certes, les musées devront établir par exemple une nette distinction entre les « projets générateurs de revenus » et les « projets découlant de sa mission ».

3.6. SENSIBILISATION DU PUBLIC SCOLAIRE A TRAVERS UN PROJET D'UNE EXPOSITION ITINERANTE DANS LA VILLE DE KINSHASA

1. Choix du thème du projet

Pour toute exposition, le thème reste primordial : il délimite, précise ou oriente le sujet à traiter dans l'exposition. Le thème aura évidemment un lien étroit avec les collections ou les objets culturels à exposer bien sûr en tenant compte des aspirations et les goûts des publics. Le thème de notre projet porte sur la musique en République Démocratique du Congo. Ce thème se justifie au public visé qui est constitué des jeunes. Cette catégorie d'âge exige un thème attrayant, capable de les attirer. Ainsi, nous avons jugé utile d'organiser une exposition itinérante à travers les écoles de la ville de Kinshasa, un thème qui ne laisserait indifférent les jeunes.

2. Titre de l'exposition : « mbonda, lokole, likembe... » : La culture congolaise en sons

Sous thème : Les instruments de musique traditionnelle en République Démocratique du Congo.

3. Contexte et justification du projet

Le Musée National de Kinshasa semble visiblement coupé et retranché de son public. En plus, force est de constater que le public préfère assister à d'autres manifestations culturelles comme les concerts musicaux, les spectacles de théâtre et le match de foot ball qui coûtent plus cher (équivalent de 3 à 8 Euros) que le droit d'entrée dans un musée qui coûte par contre (équivalent de 0,5 Euro) même gratuit de fois. Cet attachement du public aux activités susmentionnées en l'occurrence la musique moderne, fait que la musique traditionnelle et ses instruments soient méconnus du public et surtout prédisposés à la disparition. D'ailleurs, la plupart des activités artistiques organisées et les différentes institutions culturelles sont concentrées dans un seul coin de la ville de Kinshasa, nous citons la commune de la Gombe qui est le centre ville. De surcroît, les musées, les galeries d'art, les différentes salles d'exposition se trouvent toujours concentrés dans ce même coin. C'est pourquoi, le Musée National de Kinshasa détenteur des nombreux instruments musicaux traditionnels voudrait faire connaître ses collections à travers une exposition itinérante dans les écoles de la ville de Kinshasa afin de sensibiliser la jeunesse à la protection et valorisation de ce patrimoine. Ces instruments, symboles de l'identité culturelle des différents groupes sociaux se manifestent à travers des cérémonies spécifiques comme le mariage, l'investiture

de chef coutumier, les funérailles, et d'autres cérémonies d'initiations méritent une attention particulière de la part des professionnels du patrimoine, des scientifiques, des publics et du pouvoir public. Ainsi, notre projet vise les écoles de la ville de Kinshasa, afin de sensibiliser les élèves, les atteindre dans leurs quartiers, les préparer pour qu'ils soient un public réel et averti des musées en République Démocratique du Congo.

4. Objectifs du projet

1. Objectifs généraux

- Présenter au public Kinois (habitant de Kinshasa) en général et les élèves en particulier, le patrimoine culturel du pays, proposer ce riche passé avec un maximum d'informations, stimuler leur désir de connaître et de comprendre leur histoire, leur origine et leur identité culturelle.
- Protection du patrimoine matériel (instruments musicaux) et immatériel (chants, danses...).
- Sensibiliser les publics à la valorisation du patrimoine culturel.
- Diffuser des savoir-faire traditionnels sur la musique
- Vulgariser et véhiculer la pratique des expositions en vue de susciter l'intérêt du public à ces genres d'activités : susciter le goût aux expositions et par conséquent, créer une habitude des visites des expositions et à la fois fréquenter les musées.

2. Objectifs spécifiques

Etant donné que notre exposition s'adresse au public scolaire, nous visons comme objectif principal de sensibiliser des élèves à participer aux activités des musées et surtout de les visiter, faire de ces élèves un public réel du musée.

- Conserver le patrimoine musical de la RDC,
- Objectif pédagogique pour les cours de : Esthétique, Dessin, Tradition orale et Africaine et de Musique.
- Faire connaître les variétés des instruments musicaux des différents groupes sociaux du pays.
- Faire des scolaires un public réel du musée.
- Encourager et valoriser l'artisanat traditionnel.
- Sensibiliser l'Etat à renforcer et à appliquer la loi sur le patrimoine culturel congolais
- Constituer une collection de référence en vue de la création d'un musée national « musée national d'art et de musique traditionnelle congolaise » à Kinshasa.

5. Résultats attendus

A travers cette manifestation culturelle, nous envisageons :

- organiser une exposition itinérante à travers 4 écoles de la ville de Kinshasa,
- atteindre plus au moins 10.000 élèves de 7 à 20 ans,
- augmenter le nombre des visiteurs au musée,
- faire connaître le musée du public scolaire,
- rédiger un répertoire des instruments de musique au profit de programme scolaire.

6. Choix des lieux d'exposition

La ville de Kinshasa est divisée en quatre districts dont Funa, Lukunga, Mont-amba et Tshangu. Pour atteindre toute la ville, nous choisirons une école pilote par district, l'école sera choisie en fonction de ses infrastructures pour accueillir l'exposition et de sa localisation, c'est-à-dire une école située au centre du district par rapport à d'autres écoles pour offrir la possibilité aux élèves d'autres écoles environnantes à visiter l'exposition. Disons que les écoles en République Démocratique du Congo sont regroupées et gérées en fonction des réseaux notamment le réseau catholique, le réseau protestant, le réseau officiel et le réseau privé. Nous retiendrons une école par district et par réseau :

District	Réseau d'enseignement	Ecole retenue
Funa	Protestant	Institut Mgr Bokeleyale
Lukunga	Officiel	Institut littéraire de Selembao
Mont Amba	Privé	Institut Cardinal Malula
Tshangu	Catholique	Collège Bonsomi

7. Préparation de l'exposition et collecte des objets culturels

Les objets culturels conservés à l'Institut des Musées Nationaux du Congo, depuis plusieurs années, restent presque inconnus du grand public, en raison de son cloisonnement et du manque de la bonne politique de diffusion et de d'animation de la plupart des musées nationaux du Congo. Pour réunir les instruments de musique traditionnelle de la culture Congolaise, les costumes, les photos, les cassettes vidéo des différentes cérémonies de musique traditionnelle, nous mettrons en contribution les Musées Nationaux du Congo, sans oublier la section Musique de l'Institut National des Arts, une institution de formation supérieure qui dispose d'une réserve importante des instruments de musique traditionnelle, d'une bibliothèque et d'une phonothèque bien garnies.

Les textes de l'exposition doivent être bien aérés, courts, clairs, précis et concis. Ces textes seront rédigés en français, langue d'enseignement au niveau secondaire et en lingala, langue d'enseignement au niveau primaire, aussi bien langue nationale. Les textes fourniront les informations telles que : nom de l'instrument, l'origine, la matière de fabrication, les circonstances d'utilisation de l'instrument, la fonction. Bref, toute information susceptible de renseigner les visiteurs.

8. Contenu de l'exposition

Le contenu de notre exposition sera les produits de la sculpture en ce qui concerne les instruments de musique et de l'artisanat quant aux costumes qui accompagnent la danse. Tous ces objets culturels permettront la transmission du message selon l'événement et les circonstances d'utilisation. Par souci de simplification, notre exposition se contera de présenter les instruments de musique sous l'angle de 4 familles des instruments de musique, en tenant compte de toutes les provinces du pays bien sûr. Ainsi, nous aurons :

- les Membranophones : tambour ou tam- tam, tambour de bois à friction...
- les Cordophones : arc musical, pluriarc, lyre, cithare...
- les Aérophones : flûtes, clarinettes, trompes...
- les Idiophones : xylophones, sanza ou likembe, hochet...

Tous ces instruments tiendront compte des différentes variétés en fonction des différentes provinces du pays. Pour les costumes, nous aurons des tissus traditionnels en raphia, en peau d'animaux selon l'événement et la fonction de la danse.

Accessoires

Pour animer notre exposition, diffuser les images de certaines cérémonies des danses et les sons des différents instruments de musique, nous aurons besoin d'un appareil vidéo, d'un appareil radio cassette, des bandes cassettes vidéo et cassettes audio sur les différentes cérémonies de la musique traditionnelle.

9. Partenariat envisagé

Pour réussir notre projet, il est nécessaire de chercher des partenaires capables de financer le projet, les mécènes publics et privés. Ainsi, nous pensons solliciter :

Pour les partenaires publics :

- Le Ministère de l'éducation nationale
- Le Ministère de la culture et des arts
- Le Ministère de la communication et de presse

- Hôtel de ville
- L’Institut des Musées Nationaux du Congo
- L’Institut National des Arts
- La Banque centrale du Congo

Pour les partenaires privés

- Les sociétés brassicoles de Kinshasa (Bracongo et Bralima)
- L’Usine Textile Africaine du Congo (Utexafrica/Congo)
- Union des musiciens Congolais
- Union des musiques folkloriques du Congo
- Fondation Werrason

10. Budget prévisionnel

Nous pensons que à ce stade, nous présentons juste la logique qui va guider les différentes rubriques de notre budget :

- Recherche, études et préparation de l’exposition : 10%
- Conservation et acquisition des objets : 20%
- Scénarisation, graphisme et design : 5%
- Réalisation de l’exposition : 25%
- Promotion et communication: 15%
- Animation de l’exposition : 10%
- Frais d’administration : 15%

Nous pensons que ces postes budgétaires ne sont pas statiques, ils seront adaptés selon les réalités du terrain et les circonstances économiques.

11. Déroulement, animation et calendrier de l’exposition

Notre exposition, comme nous l’avions dit plus haut, vise à sensibiliser les élèves de la ville de Kinshasa, afin de préparer un public réel et averti pour les musées nationaux, à ce titre, elle se voit itinérante à travers les écoles de quatre districts de la ville. Signalons que dans chacune des écoles retenues à accueillir l’exposition, trois enseignants à savoir celui de Musique, d’Histoire et d’Esthétique seront formés pour animer l’exposition bien sûr sous la supervision du conservateur.

12. Animation et manifestation annexes :

- La veille du vernissage de l'exposition, une conférence de presse sera animée par un professeur de l'Institut National des Arts, Ethnomusicologue, et le Directeur de l'Institut des Musées Nationaux du Congo,
- Pendant l'exposition, des animations audio-visuelles seront organisées sur les différentes cérémonies et événements de la musique traditionnelle,
- Dans chaque école accueillant l'exposition, deux musiciens Congolais seront invités pour donner leurs expériences professionnelles à l'ouverture comme à la clôture de l'exposition

Calendrier

Signalons que dans chacune des écoles retenues, l'exposition aura une durée d'un mois maximum, ceci compte tenu des préparatifs de montage et démontage de l'exposition étant donné que celle-ci est itinérante, aussi tenir compte des différents congés pendant l'année scolaire, période que nous comptons organiser notre exposition. Signalons que la période correspondant à l'année scolaire en République Démocratique du Congo commence au début du mois de septembre et se termine au début du mois de juillet.

Horaire d'ouverture :

- L'exposition sera ouverte du lundi au samedi de 9 heures à 17 heures 30,
- Le dimanche : opération « Elève emmène ta famille à l'exposition » de 11 heures à 16 heures.

Ainsi, le calendrier d'activités planifiées se présente comme suite :

En guise de conclusion, Il est plus que temps pour que les musées nationaux de la République Démocratique du Congo sortent de leur isolement. Ils doivent assumer non seulement le rôle de collecte, de protection et de conservation des objets culturels mais aussi celui de transmission, de diffusion et d'animation du patrimoine qu'ils détiennent jalousement. Ainsi, ces musées deviendront un outil de citoyenneté, un lieu pour apprendre à vivre ensemble, un vecteur de découverte et de transmission de savoir faire, de prise de conscience aussi de respect de l'autre, de sa culture et de son héritage, bref, un lieu de dialogue des cultures et de paix. Ainsi organisée, nous osons croire faire l'essentiel, pour que les élèves et les musées nationaux trouvent leur compte ; les premiers seront sensibilisés et découvriront une nouvelle réalité du musée et les seconds verront leurs publics augmentés par cette catégorie de personne très importante pour les musées.

CONCLUSION GENERALE

Il nous semble audacieux sinon prétentieux de parler d'une conclusion sur une question qui se prête aux diverses interprétations selon la position de chaque chercheur qui l'analyse et l'apprécie. Les idéologies et les époques façonnent la perception du chercheur. Il nous semble ensuite mal venu pour un chercheur de prétendre conclure le débat sur une question donnée, car cela suppose qu'il propose une réponse ou une solution unique, définitive, irréfutable et valable pour toutes les sociétés et pour toutes les époques. Or le processus de la recherche scientifique demeure interrompu. Il évolue sous le coup de nouvelles découvertes et de la remise en question des anciens résultats qui suggèrent de nouvelles recherches. Ainsi, ce que nous appelons conclusion à ce niveau n'est qu'une synthèse, une récapitulation de l'ensemble des résultats auxquels notre étude a abouti.

Notre travail avait pour préoccupation majeure, « les musées nationaux et le développement culturel de la République Démocratique du Congo : Etude des stratégies d'animation ». Par ce sujet, nous avons voulu comprendre cet aspect du problème au regard des difficultés auxquelles sont confrontés les musées en RDC et proposer quelques solutions concrètes pour le développement culturel du pays et quelques stratégies d'animation des musées pour permettre aux publics d'avoir l'accès à la culture, aussi à la protection du patrimoine culturel.

Pour vérifier nos hypothèses, le recours à la méthode fonctionnalisme et la technique de benchmarking nous a paru très indispensable. Notre propre expérience de stage à la DMF et au Musée des Antiquités Nationales de France a été d'une importance capitale dans la rédaction de notre mémoire. Aussi, l'analyse documentaire et l'observation nous ont permis respectivement de collecter les informations enfouies dans les documents écrits et de prendre connaissance des problèmes quotidiens auxquels sont confrontés les musées et de certains faits recherchés.

Disons que l'adoption d'une politique culturelle n'est pas une fin en soi, mais elle constitue un point de départ, un élan vers l'avenir de la culture. Ainsi, la politique culturelle pour le RDC pourrait constituer un cadre politique, juridique et normatif qui définira les grands axes d'intervention ou d'action. Elle est mise en application par un programme d'action qui peut être pluri-annuel. Elle permettra au gouvernement et aux autres partenaires du secteur du patrimoine d'avoir une vision commune par rapport au développement culturel et artistique de la nation.

Ainsi, le développement culturel représente le progrès de la vie culturelle d'une collectivité, ordonné à la réalisation de ses valeurs culturelles et lié aux conditions générales du développement tant économique que social. Le développement culturel pourrait être conçu dans la limite étroite de la conservation du patrimoine culturel et de la création artistique incluant l'éducation, la communication, l'environnement, la science, etc.

Certes, pour la RDC, une véritable politique muséale tiendra compte des aspirations et des intérêts des citoyens et des collections des musées nationaux dans la programmation des activités culturelles. Privilégier une expertise professionnelle, sachant que le musée est considéré comme un lieu de conservation et de diffusion de la culture qui s'adresse au grand public, un agent de développement culturel.

L'animateur culturel dans le musée est un facilitateur de relations entre les publics et les collections du musée. L'animateur culturel fera en sorte que chaque acteur puisse jouer son rôle, d'agir en fonction des intérêts respectifs, dans une perspective de promotion et de protection du patrimoine culturel. L'animation dans le musée pourrait être considérée comme une démarche de mise en tension créatrice d'une pratique pour comprendre les différents programmes et les différentes activités à mettre en œuvre pour intéresser les « non-public », sensibiliser et mobiliser les individus en petit groupe, communiquer les motivations, éveiller la conscience des publics, stimuler les capacités créatrices et critiques des individus et des groupes. Bref, conserver les publics habituels, atteindre les non-publics et les fidéliser aux différentes activités du musée et surtout les sensibiliser à la valorisation et à la protection du patrimoine culturel Congolais.

Les stratégies d'animation dans un musée consistent de souder une fracture entre une finalité et un produit, c'est-à-dire parvenir à combler la distance entre un produit artistique et les publics qu'on cherche à atteindre. Bref, l'animation culturelle est destinée à faciliter la rencontre entre créateur, l'œuvre et le public. Aussi, les objectifs de ces stratégies se résument à la formation d'un public conscient, concerné à la valorisation et à la protection du patrimoine culturel.

BIBLIOGRAPHIE

I. DOCUMENTS SPECIFIQUES

1. **AEBERLI, L.**, *Les musées et leurs publics : diagnostic d'une non-rencontre entre l'institution muséale et les adolescents*, université du Québec à Montréal, Montréal, 2003, 185pages.
2. **ALLARD, M. et LEFEBVRE, B.**, *Le musée, un lieu éducatif*, musée d'art contemporain de Montréal, Montréal, 2001, 253 pages.
3. **ARPIN, R.** *Des musées pour aujourd'hui*, musée de civilisation, Québec, 1997, 286pages.
4. **ARPIN, R.**, «Les musées entre les traditions et l'adaptation, » in *perspectives nouvelles muséologiques, patrimoine Canadien*, ICOM, 1997, pp24-36.
5. **AYI D'ALMEIDA, F.**, « Des Musées de développement, espoir pour l'Afrique » in *Patrimoine culturel Africain*, éd. Maison Neuve & Larose, Paris, 2001.pp 397-403
6. **BOKANGA, E., B.**, *La politique culturelle de la République du Zaïre*, les presses de l'Unesco, Paris, 1975, 162 pages.
7. **COHEN, C.**, *Eléments pour la création d'un modèle didactique de construction d'animations muséales*, Bruxelles, 1999, 102 pages.
- 8 **COLARDELLE, M.**, *Réinventer un musée, le musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille*, éd. Dominique Royer, Paris, 2002, 159pages.
- 9 **De SOUZA Ayari, Rachida**, « Musée et publics scolaires, l'expérience du musée de Porto-Novo » in *Quels musées pour l'Afrique ? Lomé, 1991, pp350-358*
- 10 **DIRECTION DES MUSEES DE FRANCE**, *Musée et service des publics*, Paris, 2001, 291 pages.
11. **DIRECTION DES MUSEES DE FRANCE**, *Musée et intercommunalité*, Paris, 2002, 95 pages.
12. **GILLET, J.C.**, *Animation et Animateurs, le sens de l'action*, éd. L'Harmattan, Paris, 2003, 362 pages.
13. **ICOM**, *Code de déontologie de l'ICOM pour les musées*, ICOM, Paris, 2002,27pages.
14. **JOURDAIN, C.**, *Le musée national du Niger , un instrument de culture populaire largement ouvert aux analphabètes*, Museum n° 165, vol. XLII, n° 1, 1990

- 15 LAMIZET, B., *La médiation culturelle*, éd. L'Harmattan, Paris, 2000, 310 pages.
16. MAKAGIANSAR, M., *Musée d'aujourd'hui et de demain : une maison culturelle et éducative*, Museum 141, Vol.XXXVI, n°1, 1984.
17. MINISTERE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUEBEC, *La politique muséale, vivre autrement la ligne du temps*, éd. Direction des communications, Québec, 2000, 66 pages.
- 18..MINISTERE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUEBEC, *La politique culturelle du Québec, notre culture, notre avenir*, Bibliothèque Nationale du Québec, Québec, 1992, 150 pages.
19. MIRONER, L., *Cent musées à la rencontre du public*, France édition, Paris, 2001, 459 pages.
20. MONPETIT, R., *Les musées : générateurs d'un patrimoine*, éd. Diane Genest, Québec, 2000, 49 pages.
21. RAYMOND, M., *Les musées : générateurs d'un patrimoine pour aujourd'hui*, éd. Diane Genest, Québec, 2000, 49pages.
22. SITALI, M., « Comment organiser des expositions attirantes pour un vaste public » ? in *Quels musées pour l'Afrique*, Ghana, 1991, pp 99-101.
- 23 VAILLANCOURT, M., *Musées et marketing : un mariage de raison*, université Laval, Québec, 1991, 101 pages.

II. OUVRAGES GENERAUX

1. BONTE, P., & IZARD, M., *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, 3^{ème} éd. Quadrige/PUF, Paris, 2004, 842 pages
2. KARLOF, B., *Pratiquer le Benchmarking*, éd. D'organisation, Paris, 1995, 283pages.
3. ENCYCLOPEDIE UNIVERSALIS FRANCE, « *Le musée et la muséologie* », documentation Française, Paris, 1995, 1228 pages.
4. GIRARD, A., *Développement culturel, expériences régionales et politiques*, éd. Dalloz-Unesco, Paris, 1982, 148 pages.
5. MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION DE LA FRANCE, *Dictionnaire des pratiques culturelles*, Documentation Française, Paris, 1995, 1050 pages.
6. MOULINIER, P., *Dimension culturelle du développement : vers une approche pratique*, Unesco, Paris, 147 pages.

7. UNESCO, *Culture et développement*, Etude, Paris, 2000, 120 pages.

III. REVUES

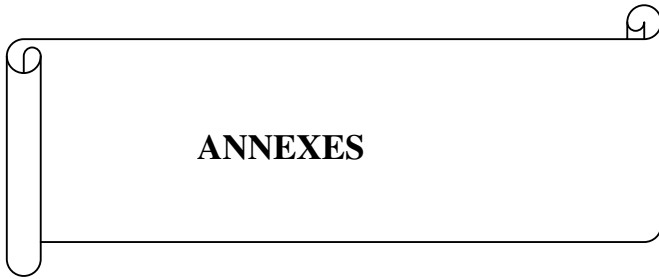
1. FABRIZIO, C. « Le patrimoine, élément du développement culturel » in *Le développement culturel, expériences régionales*, Unesco, Paris, 1980, 450 pages.
2. MIKANZA, M., « Pour une politique culturelle nationale » in *Quelles politiques culturelles pour la 3^{ème} République au Zaïre ?*, Bibliothèque Nationale, Kinshasa, 1993.
3. VIANDA, K., « les grandes orientations de la politique culturelle » in *Politique culturelle en République du Zaïre*, les presses de l'Unesco, Paris, 1975.

IV. AUTRES DOCUMENTS

1. Institut des Musées Nationaux du Zaïre, Rapport d'activité 1972, Kinshasa, 1973.
2. Ordonnance n° 70-089 du 11 mars 1970 portant création d'un Institut des Musées Nationaux au Zaïre.
3. Ordonnance-loi n° 77 -016 du 15 mars 1971 relative à la protection des biens culturels en République du Zaïre.
4. Ordonnance n° 72-148 du 11 mars 1972 portant le statut du personnel de l'Institut des Musées Nationaux du Zaïre.

V. SITE WEB

1. www.unesco.org
2. www.culture.gouv.fr
3. www.culture.fr
4. www.artsculture.education.fr
5. www.louvre.fr
6. www.mcc.qc.ca



ANNEXES

Les Instruments de musique



Cordophone, type pluriac « Pende »



Cordophone, type pluriac « Longombo »



Tambour de bois à fente « Yangere »



Tambours royaux ou « Regalia » des Kuba et Luba



Tambour des « Vili »

Hochet ou Maracasse « Suku »



Sifflet « Luba »

