



# UNIVERSITE SENGHOR

Université internationale de langue française au service du développement africain.

**Kodjo Ameh GBOSSOU**

**Médiation Culturelle en Milieu Urbain : L'Exemple des Centres Culturels de Proximité à Lomé (Togo).**

Mémoire présenté pour l'obtention du Master en Développement

**Département Gestion du Patrimoine Culturel.**

**Alexandrie**

**Egypte**

**2005-2007**

**Jury.**

Président : M. Abdoulaye Camara

Membres : M. Vincent Négri,

Mme. Caroline Gaultier

*« La grandeur d'un métier est peut-être, avant tout, d'unir les hommes. »*

*Antoine de Saint-Exupéry*

## Table des matières

Table des matières .....	i
Dédicaces .....	iii
Remerciements .....	iv
Résumé.....	v
Les Sigles et Acronymes .....	vi
Introduction Générale.....	7
<b>Chapitre 1 : Approches sémantique et conceptuelle de l'analyse.....</b>	<b>12</b>
1.1- Cadre sémantique de la problématique : la revue de la littérature.....	12
1.2- Les bases conceptuelles de la réflexion : quelques précisions conceptuelles de la problématique.....	18
1.2.1- Loisir .....	18
1.2.2- Animation et médiation culturelle.....	19
1.2.3- Centre culturel et animation culturelle.....	22
1.2.4- Médiation culturelle et économique de la culture.....	22
1.2.5- Validité des centres culturels de proximité : dynamique et enjeux économiques.....	25
<b>Chapitre 2 : Analyse des centres culturels de proximité de Lomé.....</b>	<b>27</b>
2.1- Centres culturels de proximité de Lomé : Etude de cas des centres Dényigba et Espéra .....	27
2.1.1- Centre Culturel Dényigba .....	29
2.1.2- Centre Espéra .....	32
2.1.3- Ressources logistiques et humaines.....	34
2.1.4- Analyse critique : enjeux et impacts des centres culturels en milieu urbain .....	34
2.2- Méthodologie de l'analyse.....	38
2.2.1- Technique de collectes des données.....	38
2.2.2- L'échantillonnage .....	39
2.2.3- Analyse des données et résultats.....	40
<b>Chapitre 3 : Le programme clac de l'OIF.....</b>	<b>44</b>
3.1- Le contexte .....	44
3.2- Les objectifs du programme clac.....	45
3.3- Le fonctionnement du programme clac .....	48
3.4- Le groupe cible du programme .....	49
3.5- L'appui par la communication au développement dans les clac.....	49
3.6- Les perspectives.....	50
3.7- Le Concept .....	51
3.7.1- Le lieu.....	51
3.7.2- Les équipements.....	52
3.7.3- Les activités.....	52
3.7.4- Les ressources humaines .....	52
3.7.5- La formation .....	55
3.7.6- La gestion .....	56
3.8 - Les réseaux clac et leur suivi .....	56
<b>Chapitre 4 : Propositions de nouvelles approches pour améliorer la mise en place et le fonctionnement des centres culturels de proximité du Togo (ou Lomé).....</b>	<b>58</b>
4.1- Les préalables requis .....	58
4.2- La redéfinition des objectifs .....	59

4.3-	La proximité dans la confiance.....	60
4.4-	Les compétences dans la mise œuvre des projets.....	61
4.5-	La planification ou la programmation des activités .....	62
4.6-	La participation communautaire .....	62
4.7-	Efficacité des services au public .....	64
4.8-	La sensibilisation et l'information.....	64
4.9-	Les Partenariats .....	66
4.10-	La Coordination des centres culturels.....	71
4.11-	La Gestion Administrative et financière .....	72
4.12-	La Contribution de l'Etat dans la nouvelle dynamique.....	72
4.13-	Les Actions .....	73
4.14-	Les Perspectives .....	76
	<b>Conclusion Générale</b> .....	78
	<b>Annexes</b> .....	80
	<b>Annexe1 : Schéma de la ville de Lomé : Population de la commune de Lomé par quartiers et arrondissements.....</b>	80
	<b>Annexe 2 : Répartition des zones enquêtées selon les quartiers et le nombre d'enquêtés .....</b>	81
	<b>Annexe 3 : Guides d'entretien et questionnaire .....</b>	82
	<b>Annexe 4 : Exemple de Plan d'organisation des ARQ .....</b>	85
	<b>Annexe 5 : Les étapes liées à la mise en œuvre du programme clac .....</b>	87
	<b>Annexe 6 : Coût d'implantation d'un réseau de 10 CLAC (montant en euros).....</b>	88
	<b>Annexe 7: Coût Annuel d'opération d'un réseau de 10 Clac (montant en euros)...</b>	89
	<b>Annexe 8 : Participation financière du pays d'accueil .....</b>	89
	<b>Annexe 9 : Equipements et fréquentation d'un réseau Clac .....</b>	90
	<b>Bibliographie</b> .....	92

## Dédicaces

*Tu allais à DIEU avec ta foi ; tu étais avec nous et avec tous ; tu nous as marqué par ton attention particulière, ton cœur et ton dévouement. A ta mémoire ma très Chère sœur **Edith Délali** ; que la vie m'a amèrement arraché, et qui chaque jour rien ne saura jamais me faire oublier.*

*À Feu mon père **Raphaël Loossou**, pour m'avoir un jour inscrit à l'école. Par cet acte tu m'as légué un indiscutable héritage, qui m'a permis d'échapper au poison de l'analphabétisme et de l'illettrisme.*

*À **Clémentine Adjoa EVEDJI** ma mère.*

*Pour ton amour, tous les sacrifices consentis à mon endroit, ta compréhension et ton immense patience à toute épreuve. Maman ! Si tu n'as pas le temps de lire ces lignes, y promener tes yeux et tes doigts suffisent à mon bonheur.*

*À Tonton **Xavier AMEMASSO**, pour tes conseils de père, tes encouragements, et toute la confiance placée en moi.*

*À mes frères **Jean Patrice Todéka, Jules Edem Amèvi, Marcel Elom Akoli, Jean BADAkou, Sostène Folly HOUESSOU**, pour les prières quotidiennes.*

*Affectueusement à **Edoh Kwawu** ; pour tout ce que tu m'as été.*

*À mes neveux **Raoul Prince, Kévin, Blaise** et à ma **Progéniture**. Trouvez ici un exemple de courage, d'abnégation et de réussite.*

## Remerciements

Que soit louée **La Très Sainte et Indivisible Trinité !**

Mes vifs et sincères remerciements à :

**Blandine ACKLA**, **Francine LOGOZO** et **Gauthier ASSOGBA** pour les soutiens sans cesse renouvelés.

Tous **Les Collègues** du département gestion du patrimoine culturel pour l'environnement et les échanges fructueux;

Monsieur **Ahmed Al Yassaki** le bibliothécaire pour toute sa gentillesse et sa disponibilité.

Tous les **Etudiants** de la **X<sup>ème</sup> promotion** ;

Madame la Directrice **Caroline GAULTIER**, ainsi qu'au collège de professeurs du département, pour l'encadrement et les conseils ;

Monsieur **Eric WEBER**, Chef de projets, Responsable du Programme d'Appui aux politiques nationales de Lecture publique à l'OIF, pour tous les échanges durant les stages.

Madame **Elizabeth RAGEAU**, Bibliothécaire documentaliste, Chargée des acquisitions pour les centres de lecture et d'animation culturelle, pour les conseils et le soutien.

Toute l'équipe du programme Clac à l'OIF.

Monsieur **Rémi SAGNA**, Chef de division, Langue Française, Diversité Culturelle et Linguistique à l'OIF.

Mesdames **Françoise PANNETIER** et **Brigitte MAURY**, respectivement Chargée de l'action culturelle, et Responsable de la Médiathèque Cœur de ville de la Municipalité de Vincennes (France).

Monsieur **Emmanuel AZIZA**, Directeur des Médiathèques d'Issy-les-Moulineaux (France).

Monsieur **Alain PATEZ**, Responsable de la bibliothèque numérique de l'Espace Landowski de la Municipalité de Boulogne-Billancourt (France).

Monsieur **Karl Maxime Adama**, pour son amitié et son dévouement.

## Résumé

La réflexion dans le cadre de ce mémoire se situe dans le contexte de médiation culturelle. L'animation culturelle des villes africaines, n'est certes pas la même qu'en occident. Cependant la culture n'a pas de frontière, car elle n'est pas une entité figée. Lomé présente un visage culturel divers, mais assez monotone dans son animation culturelle. Comment remédier à cet aspect, est l'une des questions qui ont motivé le choix de cette thématique. Pour y répondre, une revue de la littérature a d'abord permis de faire le tour des concepts d'animation culturelle, de loisirs, centre culturel et de médiation culturelle. Ensuite, elle a permis de ressortir des affinités conceptuelles sur lesquelles se sont basées les analyses sur l'animation culturelle de la ville de Lomé.

A ce point précis les centres culturels de proximité, nouveaux venus dans le milieu culturel urbain de Lomé ont été des exemples pour revoir la question de la médiation culturelle en milieu urbain. Dans le souci d'examiner, et de comprendre les causes de leurs difficultés de rentabilité une enquête de terrain a été menée. Elle s'est cantonnée sur les publics scolaires à titre d'exemple, pour ressortir d'une part la représentation que le public pourrait se faire des centres et d'autre part leurs attentes. Elle a ensuite permis de dégager quelques besoins des publics sondés en matière de culture. Ceci a permis de faire une analyse des centres culturels de proximité, notamment sur les prestations des services aux publics et sur la difficulté de leur rentabilité : une rentabilité purement sociale qui pourraient garantir, aux publics une grande accessibilité, sans tenir compte du prix exact du produit culturel. Cette investigation, a relevé les points faibles et forts des centres de proximité, au regards des activités qu'ils ont jusque là mené, et des résultats dont ils ont fait preuve. Tout cela a ouvert la voie à des recommandations qui permettront aux centres de proximité d'augurer un meilleur avenir. Elles ne sont ni exhaustives, et ni une panacée, dans la mesure où il est difficile d'uniformiser les consciences collectives. Mais une démarche s'impose. Celle qui consiste à bannir l'improvisation et à planifier toute activité de médiation qui répond aux besoins des publics, et à développer des partenariats afin d'amenuiser les problèmes financiers. Et en réponse au grand besoin du public scolaire, il est recommandé aux centres culturels de proximité, d'ouvrir un espace cinéma, et de développer la lecture publique et le multimédia, en essayant de créer des Espace Culture Multimédia (ECM).

## **Les Sigles et Acronymes**

APE : Association des Parents d'Elèves.

ASA PROGRAMM. Arbeit Und Stundens Aufenthalte.

ATBEF: Association Togolaise pour le Bien-Être Familial.

BTCI: Banque Togolaise pour le Commerce et l'Industrie.

BTD: Banque Togolaise pour le Développement.

CCF: Centre Culturel Français.

CET : Caisse d'Epargne du Togo.

CLAC: Centre de Lecture et d'Animation Culturelle.

CRDI: Centre de Recherche pour le Développement International.

FED: Fonds Européen de Développement.

FEMESCO : Festival des Meilleurs Spectacles Scolaires.

GTZ: die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit.

OIF: Organisation Internationale de la Francophonie.

PNLS : Programme National de Lutte contre le Sida.

PSIC: Programme de Soutien aux Initiatives Culturelles décentralisées

SODEC: Société de Développement des Entreprises Culturelles du Québec.

UTB: Union Togolaise des Banques.



## Introduction Générale

*« La culture d'une nation est le miroir où se reflètent ses connaissances, ses croyances et ses traditions originales. C'est (...) une clé à l'aide de laquelle on peut avoir la porte de la connaissance de son peuple et de ses institutions<sup>1</sup>. »*

La culture est vaste par sa diversité. Au sein des sociétés occidentales, le constat est clair et pertinent : la culture est indubitablement, une industrie génératrice d'emplois, et de plus-value. Avec la « culture de masse » bien défendu par Edgar Morin, le système de production envahit le domaine des oeuvres de l'esprit. Et, les techniques de rationalisation visant à la rentabilité et aux rendements maxima, s'implantent dans les grands journaux, la production des films, les émissions de radio et télévision, les musées, les spectacles. En France par exemple, Avec la politique culturelle d'André Malraux, les milieux urbains, ont pris de nouvelles ampleurs avec les maisons de culture. La culture, les loisirs, la lecture publique, le tourisme se développent. L'ambiance au sein des communautés présente de nouveaux visages. Il est désormais question de consommation culturelle, de pédagogie socioculturelle, d'action culturelle, de lecture publique et d'animation culturelle, puis de médiation culturelle au sein des musées, et enfin de médiation culturelle au sein des villes et d'accès des publics aux TIC. Le développement culturel a eu l'appui des politiques et du capitalisme financier. Ces derniers sont les initiateurs et les pionniers de l'envergure de cet engouement culturel que présente le monde occidental aujourd'hui en général, et la France particulièrement. L'on continue d'assister à de grandes réalisations culturelles accompagnées de fortes et puissantes volontés politiques. Beaubourg, le Grand Louvre, la Bibliothèque François Mitterrand, la cité des sciences, le musée du Quai Branly etc. Mais alors une rentabilité extraordinaire, tant financière que participative a entraîné une intégration rapide de la culture, des loisirs et du tourisme dans le grand capitalisme financier moderne de tendance bureaucratique. L'occident s'y est donc appuyé.

Les artistes contemporains, les arts plastiques, les arts du quotidien et de l'environnement, l'histoire de l'art, les domaines associés aux arts plastiques, ainsi que d'autres domaines de connaissances (marché de l'art, économie de l'art, bibliothéconomie, archivistiques classique et audiovisuelle, économie de la culture, politique culturelle, la pédagogie et la transmission, l'esthétique, l'histoire sociale, et la sociologie etc.). Ils ont donné naissance à un environnement de proximité avec des institutions et des partenariats

---

<sup>1</sup> Prince F. KONOYE, in *Grand dictionnaire des citations du monde entier*, Karl PETIT ; éditions Marabout, France Loisirs ; Paris 1995.

éducatifs, artistiques, culturels et socio économiques. Les avantages sont nombreux. Ils vont de la création de centres d'art contemporain, et de musées d'art contemporain, aux logithèques, aux espaces culture et multimédias et centres culturels publics et privés, en passant par les collectionneurs, les parcs d'attraction, les bibliothèques et médiathèques, les galeries et les écoles de formation et de diffusion. La division du travail qui, jusque là a fait la force de l'industrie en général, s'est donc emparée du monde de la culture par spécialisation des tâches ; la culture est devenue une industrie: industrie culturelle, métiers de l'art, ingénierie culturelle etc. *« La culture d'une société (ville, région, pays ou entreprise) se mesure au rayonnement, et non pas à la quantité des équipements et des manifestations culturelles et de loisirs qu'elle abrite et promeut.(...) La dissociation entre le politique, l'économique et la culture n'existe plus, même si aujourd'hui certains considèrent encore uniquement la culture comme beaux-arts, ou comme socioculture : chaque élément doit valoriser l'autre et participer à la notion de développement global aisément communicable. Les articulations entre le politique, l'économique et le culturel sont des systèmes que les discours et les définitions des besoins, reflets de préoccupations différentes voire divergentes, rendent complexes<sup>2</sup>.»*

Cette approche est remarquable. Il ne s'agit plus du retour à la création collective anonyme, telles les fresques médiévales et les épopées anciennes, plutôt d'une division technique des opérations visant à la constitution de l'oeuvre. Le capitalisme initiateur du nouveau mode culturel, a été un capitalisme pionnier qui arborait de grands risques, mais en même lieu courait la chance de faire d'énormes bénéfices en cas de succès. Le divertissement, premier aspect de cette consommation culturelle, s'introduit par le loisir et pour le loisir, par la culture et le tourisme. Ensuite, le produit culturel est consommé sur le mode esthétique: la relation fondamentale entre culture et consommation, sera à la fois ainsi détachée et participante. A l'exemple, en comparant de façon banale, le spectateur et le fidèle, l'on remarque qu'ils s'opposent: le premier sait qu'il est à un spectacle, néanmoins, il y participe intensément, et le mystère de la consommation culturelle (de même que celui de la satisfaction du besoin) se trouve dans cette participation. Le spectateur agit à cet effet par procuration, et tend à projeter sur les héros et les situations des scènes d'un spectacle ou d'un film, par exemple, ses pulsions, ses aspirations ainsi que ses craintes, qui se réaliseront de manière imaginaire. Le second croit en la réalité immatérielle (ontologique) du récit sacré et de la relation mythologique. En somme le spectateur s'identifie aux

---

<sup>2</sup> Jean Loup PIVIN, PDG de BICFL Ingénierie, [www.bicfl.fr](http://www.bicfl.fr)

personnages qui vivent sur l'écran ou sur la scène ; il se projette dans les objets de représentation muséographique. Et dans cet état intermédiaire entre l'état de rêve et celui de la réalité, existe une relation de « projection/identification », qui opère une osmose entre le produit culturel et son consommateur. La culture dans ses objectifs établit une relation entre création et production culturelle. Le caractère de la culture est désormais lié à la consommation des biens culturels. Une culture proposée sur le marché, ne dispose d'aucun pouvoir de coercition politique. Par son caractère hédoniste, elle fait appel au plaisir et au désir.

Autour des années 70 en Europe, les quartiers des grandes villes, ont commencé par manifester leur identité, leur existence, en défendant leur cadre de vie par des actions. Ces dernières interpellent les responsables politiques (les élus) sur l'organisation des événements artistiques ou culturels. L'implication des politiques a concouru à la création d'espaces récréatifs, des bibliothèques, des théâtres etc. Ces actions culturelles animent les milieux urbains, et ont pour mission de resserrer les liens sociaux, en amenant les populations à prendre conscience de leurs particularités. La culture est portée vers l'individu, à qui on ne demande que la participation : la socioculture.

Plusieurs projets ont vu le jour. La participation des publics est de plus en plus sollicitée. La culture recouvre les activités culturelles des quartiers, des communautés, pour les habitants par les habitants, sur des thématiques qui les concernent, dans le but de favoriser les relations sociales, et leur appartenance à leur communauté.

Les actions culturelles, engagent les réflexions sur les problèmes inhérentes aux habitants, en les traduisant par des moyens artistiques : les arts visuels et du spectacle, les chants etc.

En Afrique, la vision est encore loin de ce que l'Europe en général présente. La pauvreté des populations, occupe plus les politiques que le culturel. Néanmoins elle a aussi été la scène de remous culturels. Les politiques d'alors ont axée la vision culturelle sur l'identité culturelle, l'unité nationale et l'authenticité. Durant ces périodes les traditions, les folklores et les langues nationales ont été le carrefour culturel. En plus les milieux urbains, surtout les capitales ainsi que les chefs lieux de préfectures ou de provinces, ont commencé par prendre une allure assez différente des autres villes d'une même nation, notamment par des constructions (Habitat à Louer Modéré dit « HLM », les hôtels, les écoles, les marchés, les routes, les stades, des centres de loisirs, les centres de conférences : maison du peuple par-ci, palais des congrès par là, maison du parti ailleurs). Des quartiers par l'apparition de bars et de petits endroits de détente ont acquis des réputations par leurs animations nocturnes.

Les villes sont alors devenues des « *centres d'échanges commerciaux, de production artisanale ou industrielle, de gestion du pouvoir, un temple ou un foyer religieux et culturel etc.*<sup>3</sup> » A cet effet une interrogation s'impose : comment les villes se conçoivent-elles par les africains même ? Est-ce d'une façon identique à celle des européens ? « *L'Afrique d'aujourd'hui, comme celle d'hier, est fondamentalement un pays rural. Les statistiques démographiques, les activités économiques, la culture le montrent bien. Cependant, aussi loin que l'on puisse remonter dans le temps, le **fait urbain** se présente comme une donnée non négligeable de développement historique du continent*<sup>4</sup> », paraît être une réponse appropriée. Avons-nous de vocabulaires précis pour identifier nos villes de nos villages, mieux pour pouvoir les différencier ? Le nouveau paysage que présente les villes, avec leur envahissement par le truchement de l'exode rural, et les activités qui s'y déroulent, permettent au moins de lever cette équivoque : il y a une nette différence entre le milieu urbain et le milieu rural. La ville africaine est devenue, source de progrès et de modernité. Cela a changé à petit feu les habitudes des habitants, notamment avec les écoles, les fonctions publiques les activités économiques, et les médias. Les loisirs et la culture deviennent des éléments assez importants de la vie citadine. Le phénomène urbain, de facto est capital dans le développement des Etats, et devient très vite un élément attractif des campagnes.

Cependant, la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, a vu l'essor des initiatives culturelles partout sur le continent : Le festival des arts nègres à Dakar, la biennale de la photographie de Bamako, entre autres. Cela à imprimé une nouvelle vision des villes et de leurs habitants.

Le Togo, n'a pas échappé à cette messe. Déjà en 1972, par décret présidentiel est créé le musée national. Ensuite ont suivi la bibliothèque nationale, les semaines culturelles scolaires. En 1980 ont suivi les festivals des meilleurs scolaires. Puis, les avènements politiques de 1990, ont conduit à une libéralisation politique, ayant été le carrefour de nombreuses initiatives culturelles, surtout à Lomé la capitale. Le paysage culturel jusque là monotone, semble présenter un nouveau visage. Les projets culturels foisonnent certes, mais ne durent pas dans le temps, car ils sont soit mal organisés, soit mal conçus, soit mal gérés. Seul le centre culturel français de Lomé, était le seul pôle attractif, et la seule plaque véritablement tournante de la culture à Lomé. Il est le seul à pouvoir alimenter toute la ville en matière de lecture. Les bibliothèques sont plutôt rares ou inexistantes. De manière générale, les statistiques donnent « *29 bibliothèques de lectures publiques (BLP) ; 41 bibliothèques associées ; 10 Clac ; (...) Les bibliothèques scolaires (25 dans les années 80)*

<sup>3</sup> [http://www.africansocieties.org/n3/fr\\_dic2002/cissokod.htm](http://www.africansocieties.org/n3/fr_dic2002/cissokod.htm).

<sup>4</sup> Idem 3.

*sont aujourd'hui inexistantes et relèvent de la Division des bibliothèques scolaires et documentation. Une dizaine de collèges et lycées confessionnels ont des bibliothèques<sup>5</sup> ».* Ces données semblent difficilement vérifiables sur le terrain. Cela limite la participation des publics compte tenu de sa situation géographique par rapport aux habitations. Le seul coût du déplacement rend la consommation des prestations plus chère aux publics. Du coup, les publics se spécialisent.

En février 2000, le 7<sup>ème</sup> Fond Européen de Développement initie le programme de soutien aux initiatives culturelles décentralisées (PSIC) avec un budget global de 730 000 euros<sup>6</sup>, dans le but de rendre plus productible la culture. Dans cette foulée, les espaces culturels privés, dits Centres Culturels de Proximité, ont été entièrement réaménagés et équipés, en plus de la formation de leur promoteur à leur gestion.

Toutefois, les problèmes n'ont pas cessé d'émerger : faible rentabilité de ces structures, mauvaise fréquentations des publics entre autres. Ces centres semblent étrangers aux populations. La première des causes suppose le faible pouvoir d'achat des ménages. Qu'en est il exactement ? C'est ce à quoi, ce travail a tenté d'apporter une réponse.

Après un tour d'horizon de la littérature, une analyse des centres culturels a été menée, en essayant de comprendre leurs fonctionnements, et la perception que les publics en font, à travers les fréquentations et la représentation des populations. De ce fait, quelques recommandations non moins exhaustives, sont proposées, en tenant compte des insuffisances de moyens et les besoins pressentis des populations.

---

<sup>5</sup> QUINONES Viviane, (dir.) ; *Faire vivre une bibliothèque jeunesse: guide de l'animateur*, Edition La joie par les livres. Hors série TAKAM TIKOU. P.44.

<sup>6</sup> Dossier de presse du PSIC.

## Chapitre 1 : Approches sémantique et conceptuelle de l'analyse

Une recherche n'est jamais tout à fait nouvelle ; l'affirmer revient à afficher une ignorance, et faire preuve de malhonnêteté intellectuelle. L'examen de la littérature, a éclairé le chemin de la pensée, et a fourni une base à la réflexion. Pour les investigations, une panoplie de documentations aussi restreintes que sélectives, ont été très utiles pour cerner le problème. Il s'avère indispensable de préciser le concept d'animation culturelle et de médiation culturelle, celui de diffusion culturelle et quelques principaux comme le loisir entre autres, qui cohabitent dans la médiation culturelle, dont on se servira au cours de cette réflexion.

### 1.1- Cadre sémantique de la problématique : la revue de la littérature

Le loisir, met en situation, l'individu, qui devient consommateur à qui le produit culturel est prédestiné.

En effet, le loisir et le divertissement sont le premier apanage du champ culturel. Selon Karl Marx, « *le temps libre - qui est temps de loisir et temps pour une activité supérieure - transforme celui qui en bénéficie en un autre Sujet.*<sup>7</sup> ». De plus, « *travail et loisirs étant complémentaires, ils peuvent et doivent se qualifier mutuellement* »<sup>8</sup>. Le sociologue Joffre Dumazedier en synthétisant ces deux aspects, renchérit que, « *le loisir est la partie la plus étendue du temps libéré par la réduction du temps de travail professionnel et familial. Cette partie s'étend au détriment des pratiques et valeurs socio-politiques et socio-religieuses qui sont en interaction avec celles du loisir. Ces dernières sont orientées vers une libre expression de soi, une spontanéité plus grande dans les relations sociales et une pratique plus désintéressée de la nature. Sans doute sont-elles les sources majeures du renouveau de la sociabilité y compris dans les temps socialement contraints*<sup>9</sup> ». Il en ressort, que c'est autour des loisirs que se développe la créativité artistique dont la médiation est l'intermédiaire. Gérard Mermet, propose de ce fait, une autre typologie des fonctions de loisir qui sont, les fonctions utilitaires (sports, bricolage, jardinage, associations), les fonctions culturelles (théâtre, musique, danse...), les fonctions identitaires (développement personnel), enfin les fonctions ludiques (jeux, sport)<sup>10</sup>. Il en décrit une

<sup>7</sup> 1 Marx, Karl, *Fondements de la critique de l'économie politique* Paris, [1ère édition 1867], Gallimard, La Pléiade, 1965, p. 599.

<sup>8</sup> Citoyens, chiche ! *Le livre blanc de l'éducation populaire*, Paris, Editions Ouvrières, 2001, p. 51.

<sup>9</sup> Joffre Dumazedier in Geneviève Poujol, *Guide de l'animateur socioculturel*, Paris, Dunot, 1992, p. 166.

<sup>10</sup> Gérard Mermet, *Francoscopie* 2001, Paris, Larousse, 2000, p. 382.

animation du social et du communautaire. Ce qui justifie le rôle de la médiation culturelle au sein des communautés.

Cet aspect, est de façon plus connexe, traité par Jean-Claude Gillet. En effet, dans son ouvrage, « *Animation et Animateurs : le sens de l'action*<sup>11</sup> », il analyse le phénomène de l'animation non seulement comme un fait social (c'est-à-dire sous son angle socioculturel), surtout comme une pratique, à partir d'une problématique nouvelle faisant appel aux sciences de l'action et de la décision. L'animation a été précédemment définie dans une approche socioculturelle, comme « *méthode pédagogique visant la pleine participation des individus à la création sociale et culturelle, mouvement social d'émancipation lié à la civilisation des loisirs* ». C'est un système organisé avec ses professionnels et ses institutions, entre autres tendances. L'auteur à travers la figure d'analyse stratégique, fait une mise à jour du concept de médiation culturelle. En effet, animation culturelle et médiation culturelle, sont les deux pôles du secteur culturel, où ils servent d'intermédiaires dans leurs missions. Ceci retient, l'attention de Gillet, qui poursuit avec force, qu'une fonction de l'animation, est la participante à la résolution de l'actuelle crise du lien social et culturel, et par extension politique. Il propose une orientation à toute préoccupation sur les mutations sociales offrant une mise en perspective des enjeux ainsi que des hypothèses d'action qui en découlent, en ayant soin de préciser dans sa démarche d'une manière ou d'une autre, que l'animation englobe l'éducation, les loisirs, l'épanouissement et une grande responsabilité : « *la participation des hommes, la recherche de relations détachées entre les acteurs, une stratégie de reconquête des solidarités et de développement du progrès social, une meilleure connaissance, supposent à la fois des principes de la conviction et des techniques polyvalentes* ».

Nombre d'auteurs présentent l'animation culturelle plus comme une méthodologie d'intervention que comme un secteur professionnel. En s'appuyant sur des concepts liés à la psychologie autour de la dynamique des groupes restreints et la communication, cela se justifie. Il suppose en plus le professionnalisme, en devenant beaucoup plus pratique. Toutefois, cette normalisation est elle-le prix à payer pour sa reconnaissance?

La conception générale dénote qu'elle relève de la « *commande sociale* » ou de la « *demande sociale* » en étant une technique devenue aseptisée, désormais instrumentalisée

---

<sup>11</sup>- GILLET, Jean-Claude, *Animation et Animateurs : le sens de l'action*, Ed. L'Harmattan, Collection Technologie de l'action sociale, Paris 2006.

dans les enjeux politiques et économiques. Néanmoins, cela suscite un doute sur le fait : « *faut il l'assimiler à une stratégie ou à des finalités?* ». En plus l'on se demande également si elle est porteuse de changement par sa « *praxis* » (la praxéologie), ou si elle est située dans un pragmatisme et une gestion négociée ? Il reste un aspect de ce débat contradictoire difficilement distinctif entre le socioculturel, la dynamique et l'enjeu économique du développement économique durable.

L'animation socioculturelle devient, conclut-il, « *un lieu de conflits sur son sens, à l'image des conflits et des rapports de forces qui traversent les sociétés-porteuses sur les directions qu'elles prennent, qu'elles pourraient prendre ou qu'elles devraient prendre* ».

Face à l'enjeu de la mondialisation, cette animation culturelle se trouve confrontée, ou pris en étau, entre professionnalisme et volontariat, socioculturel et dynamique économique des industries culturelles, qui coexistent sans s'ignorer « *sur la construction d'une pensée scientifique mettant en tension théories et techniques d'animation (la praxéologie)* ». Il n'en demeure pas moins que l'animation dans une perspective économique, reste un élément primordial ou un outil incontournable, dans la démarche évolutive de l'économie culturelle qui émerge. L'influence historique accordée à l'animation culturelle dans son exercice social (ou socioculturel), peut-elle être valable dans une dynamique de revenu rémunérateur ?

L'animation culturelle, dans une approche de diffusion et de production culturelle, reste une méthodologie certaine, si elle échappe aux discours et s'inscrit dans la pratique (« *praxis* »), qui exige une qualité pour répondre à des investissements dans la stratégie de l'offre/demande, en mobilisant les compétences les plus diverses et adéquates dans les dynamismes économiques de la culture, et en favorisant la rencontre, entre l'évènement culturel et les différents publics.

Au début des années 1980, il n'était plus question d'animation, (le mot est devenu péjoratif) mais de « médiation » ; c'est-à-dire des moyens concrets pour favoriser le rapport entre l'oeuvre et le citoyen<sup>12</sup>. Une décennie plus tard, loin de la logique de l'action culturelle visant à réduire l'écart entre les publics et les productions des équipements culturels, on va au-devant de publics ciblés auxquels on offre ce qu'ils souhaitent recevoir<sup>13</sup>. L'action culturelle devient une composante essentielle des politiques de

---

<sup>12</sup> - <sup>7</sup> MOULINIER, Pierre, in Emmanuel de Waresquiel, *Dictionnaire des politiques culturelles*, Larousse CNRS, Paris, 2001, P.10.

<sup>8</sup> LEXTRAIT, Fabrice, *Une nouvelle époque de l'action culturelle*, ministère de la Culture et de la Communication, Paris, 2001, vol. 2, p. 29.



développement social et urbain. Il n'y a plus d'opposition entre le travail artistique et ce que l'on nomme l'action culturelle. La responsabilité artistique s'articule spontanément avec la responsabilité sociale<sup>14</sup>. Elle demeure une suite d'événements, conçus dans une durée déterminée, au sein d'un équipement cherchant à communiquer à ses usagers ce qu'il juge être l'intérêt de son activité scientifique et artistique. Commandée par la nécessité d'accélérer le développement culturel, elle s'inscrit dans des plans et des programmes.

Cependant, quel langage la société se donne t-elle pour se représenter dans les spectacles, les pratiques artistiques, les monuments, son architecture et ses œuvres d'arts ?

Lamizet Bernard, répond à cette requête dans *La médiation culturelle*<sup>15</sup> : « nous imaginons notre avenir et pensons notre destin dans les langages et dans les œuvres de la culture ». Cet ouvrage planche sur les institutions et les publics de la culture. L'auteur propose, pour les comprendre, les repérer et les situer enfin, des méthodes qui s'inscrivent dans le lien social et la dynamique de groupe. Il y analyse les pratiques de la représentation culturelle, car la médiation culturelle permet une identification culturelle des acteurs dans l'espace public « à partir du moment où est reconnu l'idéal dont ils se soutiennent dans la mise en œuvre effective de leurs pratiques : c'est cet idéal qui donne du sens à leur pratiques culturelles ». Tous les acteurs intervenants dans l'espace public ne sont pas identifiés comme des personnes singulières, plutôt comme des « représentations collectives dont ils sont porteurs dans l'exercice des médiations qu'ils incarnent : il ne s'agit pas des personnes dans l'espace public », plutôt des « idées, des orientations, des pratiques sociales qu'il faut identifier en fonction des choix sociaux ». En exemple, le spectacle de théâtre est une dialectique : c'est la médiation théâtrale qui s'articule la dimension symbolique ; c'est une identification culturelle qui fait une médiation entre la dimension collective (la représentation) et la dimension singulière (la prestation). L'espace social est régulé par l'intervention des acteurs et la diffusion de représentation de la médiation. Cette dernière en demeurant opaque, est perceptible et intelligible à travers la mise en œuvre culturelle et artistique pour ceux qui appartiennent à la sociabilité : l'acquisition de la médiation est l'acquisition de la conscience sociale. La culture se donne à voir par la médiation. : « Par la culture les pratiques sociales singulières deviennent des pratiques collectives (...) elles s'inscrivent dans des manifestations et de représentation collectives de la sociabilité et, dans ces conditions deviennent effectivement des médiations puisqu'elles engagent des pratiques singulières (spectateurs, acteurs, auditeurs, visiteurs,

---

<sup>15</sup> LAMIZET, Bernard, *La médiation culturelle*, Ed. L'Harmattan, Collection communication, Paris 2006.

*lecteurs...)* dans des formes collectives de représentation de l'appartenance sociale et culturelle (spectacle, musique, livre, musée...) ».

La médiation culturelle donne à la culture une perception consistante dès qu'elle est mise en œuvre, et « *une matérialité sensible* » de la prestation dans l'espace (« *costume, sonorité, mise en scène, décors* »). Ainsi les acteurs culturels sont les acteurs de la médiation culturelle, dont les pratiques et les stratégies s'inscrivent dans des logiques, qui sont celles de la médiation culturelle. Ces logiques, si elles sont mise en œuvre, définissent les formes de la médiation culturelle, « *puisque c'est par elle nous prenons conscience de notre appartenance et (...) exister notre société* ». En ce sens, lire un livre, assister à un spectacle, participer à un atelier d'art, visiter un musée, sont autant d'activités de médiation. Cela dénote différents niveaux de médiation : « *l'espace médiaté* » de la représentation (médiation esthétique), les spectateurs et les publics de la création (la médiation spatiale). La médiation culturelle concilie donc la médiation du lieu où se trouve le public et celle de l'indistinction, le lieu dans lequel s'exerce la médiation. Ces différentes médiations concourent à donner du sens aux interprétations et aux formes culturelles et, à en assumer la réception de la part du public.

Avec la créativité, et l'émergence des sciences sociales, la question des publics dans la médiation acquiert « *une véritable spécificité philosophique* ». Mais à partir du moment où la problématique des politiques du public, devient « *pensable dans le champ de la rationalité des formes de la culture et de la représentation* », la médiation culturelle inscrit la culture dans un dynamisme économique vu, « *l'émergence des modèles industriels de développement économique et social* ». La connaissance des publics et leurs modes devient une finalité de la médiation culturelle, dont les pratiques, ainsi que celles du social, s'évaluent afin de mieux cerner les offres culturelles ou les services aux publics.

En somme la médiation culturelle, est mise au service du lien social dans l'espace public.

Qu'en est il de la dynamique économique ? La médiation culturelle doit elle s'inscrire dans le socioculturel, ou doit elle faire preuve de valeurs ajoutées, en mettant à prix les prestations artistiques et culturelles ?

Marc Ménard, se penche sur la question. Dans son ouvrage, *Éléments pour une économie des industries culturelles*<sup>16</sup>, propose une nouvelle approche de modéliser

---

<sup>16</sup> MENARD, Marc, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, société de développement des entreprises culturelles du Québec, Bibliothèque nationale du Québec, Québec, 2004.

l'économie des biens culturels. Elle découle certes, d'une lecture analytique de la place faite à la culture dans les théories économiques depuis l'origine, aussi bien que d'une description attentive de chacune des filières des industries du livre, du disque et du spectacle de variétés, des arts visuels et vivants, des métiers d'art ainsi que du cinéma et de la production télévisuelle etc. Alors que la communauté internationale se mobilise dans un débat sur la diversité culturelle, la contribution de la SODEC<sup>17</sup> a apporté un éclairage supplémentaire qui aide à comprendre en quoi les biens culturels ne sont pas, à proprement parler, des biens comme les autres. La culture et l'économie s'inscrivent-elles dans une relation antinomique et s'excluent-elles mutuellement ?

Les définitions de la culture et l'économie sont assez multiples, en s'inscrivant dans les approches capitalistes des activités de médiation culturelles. En cela, en suivant Throsby (2001), deux catégories de sens émergent : une première regroupe les définitions sociologiques et anthropologiques : « *la culture est alors définie comme un ensemble d'attitudes, de croyances, des valeurs et de pratiques qu'a en commun ou que partage un groupe, lequel peut être défini en termes politiques, géographiques, religieux, ethniques etc.* ». La seconde propose une orientation plus fonctionnelle, et un élément autant indispensable que incontournable pour inscrire la culture et tout son champ dans une thématique économique. On fait référence à la valeur ajoutée de la culture. L'activité culturelle dans cette approche doit véhiculer trois caractéristiques<sup>18</sup> :

- « *Incorporer une quelconque forme de créativité dans sa production* »
- « *Produire et communiquer des biens symboliques* »
- « *Incorporer au moins potentiellement une certaine forme de propriété intellectuelle* ».

A ce dernier point Marc Ménard ajoute, une quatrième proposition : la culture « *n'a pas d'autre finalité qu'elle-même* ». Par conséquent, l'activité culturelle n'est pas une catégorie tout à fait éloignée de la « marchandisation » et de l'« industrialisation ». Cela suppose que, les arts traditionnels, les arts visuels et du spectacle : musique, danses, théâtre, littérature, les métiers d'art, les bibliothèques et les musées, etc. font partie intégrante de l'activité culturelle.

Le dernier point émit et soutenu par Ménard se justifie, au sens où, « *l'importance du travail de création* », « *le constant renouvellement de l'offre* », la « *demande aléatoire et*

---

<sup>17</sup> SODEC: Société de Développement des Entreprises Culturelles du Québec.

<sup>18</sup> TROSBY, D. (2001), *Economics and culture*, Cambridge. Cambridge University Press. In MENARD Marc.

*imprévisible ainsi qu'un caractère de prototype* » qui qualifient sans cesse, l'activité culturelle correspondent à une « *économie spécifique des biens culturels* », dont les traits sont distinctifs. La mise sur pied un plan d'activité de médiation culturelle, met en compte les aspects socio économiques des intrants. Ils sont donc perçus, au travers de ses actions de médiation, comme un référent essentiel de la vie des hommes et de leurs productions ayant trait aux aspects intellectuels, moraux et artistiques qui s'y incrustent. Le « *bien culturel* », sous l'emprise du capitalisme, s'étend à l' « *organisme culturel* », et de plus en plus d'actualité aux « *industries culturelles* ».

## **1.2- Les bases conceptuelles de la réflexion : quelques précisions conceptuelles de la problématique**

A la lumière de la revue de la littérature, quelques points saillants des concepts se dégagent et recèlent des affinités, signalées dans les lignes qui suivent, et qu, constituent une base pour les analyses à suivre.

### **1.2.1- Loisir**

Alors qu'il a fortement souligné le rapport entre le loisir, l'éducation et la culture, J. Dumazedier assigne trois fonctions au loisir : « *le délassement, le divertissement, le développement* » (ce sont les 3 D). A ses yeux, cette dernière fonction est primordiale car : « *Elle délivre des automatismes de la pensée et de l'action quotidienne. Elle permet une participation sociale plus large, plus libre... Elle offre de nouvelles possibilités d'intégration volontaire à la vie des groupements récréatifs, culturels, sociaux. Elle permet de développer, librement, les aptitudes acquises à l'école, mais sans cesse dépassées par l'évolution continue et complexe de la société*<sup>19</sup> ».

Si, d'ici à une génération nous arrivons, par exemple, et d'ailleurs comme il est probable, à la semaine de quatre jours de travail, il est bien évident que l'imaginaire jouera un rôle géant dans les trois autres jours.

Pour satisfaire aux besoins, les imaginations ont créé « *des usines de rêves* » exactement comme il existe des « *usines de réalité* ». Ces usines de rêves, c'est-à-dire en définitive tout ce qui est lié à des transmissions dans le domaine de l'esprit (cinéma, télévision, radio), appartiennent ou bien à l'Etat ou bien au secteur privé. Quand elles appartiennent à l'industrie privée, quel but recherchent celles-ci ? Certainement pas de dispenser de la culture pour simplement animer un esprit de bonté pour épanouir, mais bien

---

<sup>19</sup> Joffre Dumazedier, Vers une civilisation de loisirs, Seuil Point, 1972.

plutôt de gagner de l'argent. Pour cela, elles doivent faire appel au maximum à l'instinct car c'est ce qui rapporte le plus. Le passage d'une idée à un divertissement, dans le souci de distraction, suit une logique, où la création demande des investissements physiques et financiers. De nombreux signes sont apparus au sein des sociétés européennes, et qui ont montré que, certaines conditions de travail sont de plus en plus mal supportées et qu'un besoin nouveau apparaît. Il consiste à la fois à vouloir plus de responsabilités et des loisirs plus enrichissants. Ce désir diffus de restituer aux loisirs sa valeur de culture, c'est-à-dire de récréation de la personnalité, ne saurait être ignoré. Installée dans des loisirs où elle figure la compensation du travail, la culture de consommation développe chez les spectateurs la passivité dont elle est déjà l'effet. C'est la médiation, qui dans sa démarche, représente le secteur où s'accélère plus vite que partout ailleurs dans les sociétés, le mouvement qui réduit le nombre des acteurs et multiplie celui des passifs. Ce sont les choix budgétaires et les programmes de promotion qui favorisent en fait une gamme impressionnante de loisirs. En absorbant la majeure partie du temps libéré par la réduction du temps de travail, la télévision a mis fin aux espoirs de tous ceux qui, bien au-delà des militants de l'éducation populaire, pensaient que l'extension du temps libre alimenterait massivement le développement des activités sociales, civiques, créatrice. Cela semble malheureusement insuffisant. Les spectacles, les visites de musées et de monuments, la lecture publique, ouvrent la voie à de nouveaux loisirs, qui ont besoin d'intermédiaire pour leur mise en forme, et leur présentation aux publics au sein des communautés. Cet intermédiaire est différent des créations : c'est la médiation culturelle.

### **1.2.2- Animation et médiation culturelle**

*« Pourquoi une action culturelle ? « Pour quoi ? Vers quoi ? Et d'abord avec qui et pour qui ? Comment ? Et après ? ».* Il s'agit désormais, pour tous, de pratiquer le monde et non d'expliquer tel ou tel de nos comportements à partir de telle ou telle nécessité qui en serait la cause ; il faut inventer une sociabilité nouvelle et non réagir mécaniquement à des situations connues. Autrement dit, il s'agit de passer de la défensive à l'offensive pour redonner leurs chances contre l'inertie d'un système castrateur : de sorte qu'il faut bien qu'on en vienne à parier. Et non plus seulement sur une certaine masse d'individus prétendument concernés, mais avec des personnes de plus en plus conscientes, de plus en plus responsables, de plus en plus en mesure de concevoir ensemble la finalité d'une lutte et les moyens d'actions compatibles avec cette finalité.

L'un des terrains d'observation propices à la médiation culturelle, est l'animation culturelle. Elle, est la réalisation des échanges entre la culture, les arts, les loisirs et les individus. C'est d'abord, de parvenir à prendre en compte le secteur culturel, ses professionnels, ses artistes, ses œuvres et ses biens, ensuite savoir les ouvrir sur les communautés ainsi que des publics diversifiés et grands. Ensuite, c'est aménager les conditions d'une rencontre, d'un échange parfois difficile, toujours ouvert.

Par l'interprétation qu'elle donne, la médiation culturelle, fait des œuvres d'art, des spectacles, le centre d'un débat, d'une controverse. Par ses découvertes et ses approches transversales, elle propose du sens, produit de l'histoire des sciences ou des arts, l'histoire oubliée ou celle qui se construit chaque jour. En cela toujours elle s'ouvre sur des questions.

Le médiateur culturel est donc un spécialiste chargé de la relation entre toutes les formes de culture, de patrimoine, d'art et les populations : il lui revient de donner du plaisir et des outils de lecture, de provoquer la découverte, ainsi que la consommation, l'envie d'en faire davantage, d'inviter à percevoir et à regarder le monde.

Hormis les anglo-saxons, qui parlent d'interprétation (et non de médiation), qui loin d'être une science exacte, est un amalgame de création, de recherche, d'engagement envers un public qui attend les interprètes qu'ils donnent à lire leurs désirs, leurs joies et leurs connaissances, sa vocation est de mettre en œuvre ces rencontres qu'elles soient heureuses ou hostiles.

Néanmoins, la médiation culturelle par sa nature même, a un atout formidable, un vrai ressort sans abus de langage, inoxydable : le permanent dialogue avec le public, le relais d'un groupe d'abonnés, le relais dans un collège ou un lycée, à l'université, dans une école de musique ou d'arts, dans une maison de quartier ou un centre culturel (Clac et Centre Culturel de proximité dans le cadre de ce mémoire), dans un musée, au sein d'une association ou d'un groupe de pratique, amateurs en spectacle vivant (théâtre, danse, musique ou cirque).

En somme, il faut noter que, s'il est impossible « *d'entretenir le mort et d'occulter le vif* » comme le souligne un adage, les définitions, explications, désirs ou critiques de la médiation culturelle obligent sans cesse, cette dernière à revisiter ses pratiques et à réinterroger les artistes qui l'accompagnent dans l'amélioration de son exécution professionnelle.

La réflexion permet ainsi de renouveler les pratiques de la médiation, de les préciser, voire les professionnaliser, en minorant les mécanismes de contrôle, de

coordination et d'interaction au profit d'une réflexion sur le sens, sur les valeurs et sur l'identité des publics ou de l'entreprise culturelle, qui est le médiateur. Le concept de médiation interroge, utilement sur les méthodes d'intelligibilité de la demande sociale en matière d'activités culturelles diverses, celles de l'évolution constamment progressive de la consommation des productions culturelles et artistiques dans la dynamique économique de la rentabilité des projets culturels dans le processus du développement: (en exemple le cas des centres culturels de proximité).

En définitive, l'analyse de l'articulation entre animation culturelle et médiation culturelle offre un éclairage stimulant sur le processus émergent de réagencement des rapports entre la culture, le social, l'éducation et l'économie d'une part et celui de la validité du concept de « culture de proximité » ainsi que la décentralisation des projets culturels, de leur viabilité et leur gestion.

Dans chaque communauté, la frontière conceptuelle entre la culture, loisirs et économie se redessine. L'activité culturelle devient plus explicitement que par le passé, un objet légitime d'intervention non seulement publique, mais de plus en plus décentralisé, donc privé qui développent de nouvelles connexions, et de nouvelles perspectives, en associant les activités culturelles à d'autres secteurs d'intervention communautaires ou sociales. Cette situation montre que plusieurs seuils sont franchis de l'interaction animation et médiation culturelles. C'est une cohabitation qui fait de l'animation culturelle un objet de la médiation culturelle. Les enjeux culturels et les intérêts économiques, mettent en branle les projets culturels dans les difficultés à capter les financements externes. La médiation permet d'accepter une « *expertise négociée des projets culturels* »<sup>20</sup> dans sa mise en œuvre ou dans son exécution, laissant une ouverture où l'on observe aussi parfois, une attitude plus volontariste en faveur des projets culturels redonnant aux activités culturelles un sens et une pratique inscrite dans les apports de la culture dans la politique globale du développement local.

En revanche, cette complexité symbolique et étroite, entre « animation et médiation culturelles » devient un élément décisif de conviction vis-à-vis des partenaires et des usagers ou consommateurs. Elle contribue ainsi au déblocage des réticences concernant l'utilité des activités et expressions culturelles. Leur légitimité reste technique, restreinte à la culture, et donc hautement vulnérable sans l'association, la motivation et la mobilisation des ressources (physiques, intellectuelles et financières).

---

<sup>20</sup> MENARD, Marc, op. Cit. p. 15.

### 1.2.3- Centre culturel et animation culturelle

Souvent ignoré et prétendu comme des structures d'avant-garde, les centres culturels de proximité moins célèbres dans leur environnement, sont en effet particulièrement innovants dans l'approche culturelle du développement durable, notamment en termes d'action, de représentation artistiques, de médiations culturelles et de décentralisation.

La distinction entre ces trois terminologies, et concepts, objet de nombreux débats n'est pas facile : « *l'animation culturelle se transforme en médiation culturelle* »<sup>21</sup> et « *par delà les changements terminologiques, une constante s'affirme, celle de l'action culturelle* »<sup>22</sup>. Bernard Huchet quant à lui, voit dans l'action culturelle une politique globale constituée d'une succession d'initiatives ponctuelles, souvent dénommées « animation ».<sup>23</sup>

Au niveau des centres culturels, le positionnement terminologique, est loin d'être simple, contrairement aux musées, aux médiathèques (ou bibliothèques) : on y parle essentiellement de médiation et d'animation culturelles. Cette notion recouvre alors l'ensemble des activités organisées hors et autour du livre et qui touchent bien souvent d'autres domaines du secteur de la culture : arts visuels (expositions), cinéma (promotion et diffusion de films jeunesse ou documentaire à caractère pédagogique), arts du spectacle (festival, conte, théâtre, marionnette), musique (concerts).

Toutefois, même si elle n'est pas ainsi nommée, une politique d'action culturelle, plus générale et surtout tournée vers des publics à conquérir, est non seulement sur le chantier des bibliothèques et médiathèques, mais aussi et surtout dans le champ des centres culturels et centres de loisirs. Ces derniers développent leurs actions, dans une logique de choix de priorité.

### 1.2.4- Médiation culturelle et économique de la culture

Ainsi, Marc Ménard énonce que la spécificité des biens culturels correspondrait à une économie possédant les traits distinctifs suivants : une reproductibilité reposant sur des coûts fixes de production élevés mais des coûts de reproduction faibles; la mise en œuvre d'un important travail de création; le constant renouvellement de l'offre; le caractère

<sup>21</sup> MOULINIER Pierre. Animation culturelle, in WARASQUIEL Emmanuel de (dir.). *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959* : CNRS Edition Larousse – Bordas. HER, Paris, 2001. p. 20.

<sup>22</sup> MOULINIER, Pierre idem.

<sup>23</sup> HUCHET, Bernard. *Pour une politique culturelle en bibliothèque*. In CABANES Viviane, POULAIN Martine (dir.). *L'action culturelle en bibliothèque*. Paris : Electre – Ed. Du Cercle de la librairie, 1998.



aléatoire de la demande; chaque produit est un prototype. Même si ces caractéristiques ne sont pas exclusives à la culture, leur importance et leur simultanéité dans un même secteur correspond à celui d'une problématique de l'économie en interaction non négligeable avec la culture (l'activité culturelle, industries culturelles) et permet de la distinguer des autres. À cette époque cruciale où le libéralisme économique voudrait mettre les biens culturels sur le même pied que les autres, le caractère socioculturel de la culture, qui semble avoir un nombre assez important de partisans est-il alors valide ? En rappel, la quasi-totalité des activités culturelles et productions symboliques d'un groupe social est qualifiée de culture : « (...) *La culture doit être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social et qu'elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances (...) à la spécificité des biens et services, parce qu'ils sont porteurs d'identité, de valeurs et de sens, ne doivent pas être considérés comme des marchandises ou des biens de consommation comme les autres* »<sup>24</sup>. Si le partage de la culture, devrait toujours se situer dans la gratuité (Lacroix et Tremblay, 1997), cela ne semble guère cohérent, ou plus valide.

La réflexion de Marc Ménard, dans une large mesure, fournit en effet de la matière assez explicite, pour cerner, l'importance croissante de la poursuite de gain, dans le monde de la culture, même si elle divise la poire en deux, avec des partisans de la mise à prix de la culture et ceux de sa gratuité dans sa consommation. Si la « *culture est le quatrième pilier du développement* », son offre gratuite suffit-elle à sa peine ? Et pourquoi comme se le demande Marc Ménard « *l'économie des biens culturels produits dans les Etats est devenu un enjeu à l'échelle internationale au point de justifier l'adoption d'une convention sur la diversité culturelle* » ?

L'auteur propose une analyse des relations qu'entretiennent l'économie et l'activité culturelle qui comme toute autre activité, est également soumise aux contraintes économiques et sociales. Avec la mondialisation, le champ de la culture : cinéma, livres, médiathèque, arts visuels et du spectacle, etc. n'échappe pas aux règles du capitalisme. La pertinence de l'analyse économique pour le gestionnaire, pour comprendre les comportements des entreprises et des consommateurs dans les structures culturelles et,

---

<sup>24</sup> UNESCO, (2001), Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle ([http://www.unesco.org/culture/pluralisme/diversity/html\\_fr/index/fr.shtml](http://www.unesco.org/culture/pluralisme/diversity/html_fr/index/fr.shtml)). Définition identique à celle de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles (MONDIACULT, Mexico, 1982), de la commission mondiale de la culture et du développement (*Notre diversité créatrice*, 1995) et de la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement (Stockholm, 1998).

pour réfléchir aux interventions des pouvoirs publics se certifie. La gratuité dans la consommation devient un paradoxe qui, ne peut encourager la médiation culturelle.

La dynamique économique, sera une preuve d'émulation à l'esprit entrepreneurial dans le culturel des zones urbaines, pour répondre de manière logique et cohérente, à la légitime adéquation de la culture comme étant le « *quatrième pilier du développement durable* ». Le tout gratuit de la culture doit être dépassé, pour en découdre avec un équilibre dans la gestion des projets culturels non étatiques, donc recelant des initiatives privées avec des investissements et/ou non publics. L'éveil de l'engouement communautaire de prendre part au développement devient un déficit pour les médiateurs culturels, comme les centres de proximité.

C'est donc une légitimité notamment partagée, d'inscrire les centres culturels de proximité, dans la thématique, que l'activité culturelle doit avoir un prix. Cette approche cherche clairement à révéler la pertinence de l'analyse économique pour le gestionnaire, ou le promoteur culturel, pour comprendre les comportements de ses projets culturels face aux consommateurs, dans les centres culturels, afin de réfléchir aux interventions des pouvoirs publics, motiver le cheminement choisi ainsi qu'à présenter les principes fondamentaux de l'analyse microéconomique dans ses politiques d'offres culturelles.

Dans l'économie informationnelle, ce sont les idées, les concepts, la création de la valeur sociale des biens et services qui constituent les ressources les plus importantes. Ils s'approprient de cette valeur symbolique de la culture, et alimentent l'imaginaire. Les centres culturels, constituent l'espace de médiation de l'art et de l'action culturelle et sont eux aussi, pour une large part soumis légitimement, aux impératifs de la rentabilité économique. Elles ne doivent pas exister, dans l'unique intension d'assurer uniquement un épanouissement socioculturel. Ceci ne favorise guère le développement culturel, surtout dans le cas de non participation et de manque de soutien du pouvoir public. Ils doivent se prémunir du concept développé par TROSBY, D. (2001)<sup>25</sup> et repris par Marc Ménard. Néanmoins, au vu des crises économiques actuelles, l'acte intéressant sera de trouver un équilibre dans la mise en œuvre des activités culturelles, afin qu'elles ne souffrent de manque de consommation, plutôt, qu'elle puissent s'inscrire dans une dynamique participative de masse.

---

<sup>25</sup> Op. Cit. p. 16.

### **1.2.5- Validité des centres culturels de proximité : dynamique et enjeux économiques**

La culture n'est jamais une entité figée, un héritage, plutôt un processus qui se construit dans l'interaction. Elle permet aux hommes de « *faire société* » c'est-à-dire de définir les conditions de leur « vouloir vivre » ensemble, les codes pour se reconnaître et se distinguer des autres, en même temps que la façon d'organiser leurs relations avec les autres.

Le résultat des interactions n'est pas déterminé : il peut être aussi positif que négatif. Les médias sont alors aujourd'hui un vecteur important pour la mondialisation culturelle des interactions.

La communication est également un processus entre deux pôles actifs dont chacun est transformé par l'interaction. Même à l'ère des « médias globaux » on ne peut ni penser ni comprendre la culture, sans la communication : chacun des deux pôles communicants exprime la culture dans laquelle il est inséré. Comment assurer une présence active et équilibrée des différentes cultures dans la sphère urbaine globalisée en allant au-delà du socioculturel ?

Bien au-delà des débats sur la culture et la communication, le socioculturel permet un accès aux TIC certes, mais lui enlève les rentabilités économiques. Dans l'économie informelle, ce sont les idées, les concepts, la création de la valeur sociale des biens et services qui constituent les ressources les plus importantes. Les centres culturelles, alimentent pour une large part les réseaux et les supports informationnels. Soumises aux impératifs de la rentabilité économique, l'importance de l'économie de la culture est grandissante. Peut-elle être ou doit-elle céder, face à la diversité culturelle et la mondialisation, et au socioculturel ? Comment concilier alors la logique du marché culturel fondé sur le profit et la logique de la culture orientée vers la création du lien social et l'épanouissement artistique ?

Dans une dynamique et enjeux économiques, l'intermédiation des centres culturels de proximité, est à la fois, base de création de richesses marchandes et sources de valeur symbolique et identitaire. L'émergence du capitalisme culturel par delà elles, renvoie à l'instrumentalisation de la culture, appuyée par son occidentalisation évoluant en paire dans le monde. Par contre aujourd'hui, les économies publiques nouvelles en rapport avec les industries culturelles, manipulent la subjectivité par les médias et jouent sur le symbolique et la différenciation d'un ensemble de biens et services autant de lieux. Il en

ressort de manière évidente que, le capitalisme culturel ne peut atteindre ces objectifs sans viser à exercer un certain monopole de la créativité.

Néanmoins les possibilités de diffusion des œuvres culturelles que présente les centres culturels par voie de médiation, soulèvent plusieurs questions nouvelles qui appellent des réponses appropriées. Comment exploiter la juste rétribution de cette création qui met en cause la consommation culturelle traditionnelle ? Comment exploiter ces nouvelles possibilités qui permettent à des acteurs de voir leurs œuvres diffusées plus largement tout en ne cédant pas à l'illusion du « tout gratuit » ?

Il ne faudrait pas perdre de vue que les biens et services culturels ne sont seulement des marchandises : ils sont aussi, expressions d'identités qu'ils contribuent à former.

Leur valeur ajoutée tient essentiellement à leur dimension symbolique immatérielle. Les industries productrices et distributrices interviennent dans le champ des valeurs, des idées etc. Néanmoins, l'effort de création, exige différents investissements, dont on a nullement le droit de taire les prouesses.

En somme, les enjeux des débats sur la culture et le développement, doit être perceptible de manière différente, actuellement, dans la mesure où les données évoluent sur la disposition des biens culturels. La médiation culturelle, en faisant le lien entre l'artiste, le créateur et les publics requiert des qualités et des compétences variées qui sont en droit d'être rétribués. Le socioculturel doit être dépassé.

## Chapitre 2 : Analyse des centres culturels de proximité de Lomé

Dans cette partie des réflexions sur les centres culturels, une série d'analyses globale a été menée. Elle s'appuie sur des observations et des investigations rétrospectives auprès, d'un échantillon de population constitué de personnes actives, des scolaires, d'artistes réguliers des espaces culturels, des zones environnant les centres culturels concernés. Y sont résumés les objectifs et la méthodologie, de même que les principaux résultats des sondages. Sur la base, donc de données purement sociologiques, issues des enquêtes auprès des populations, des éléments de compréhension à la situation problématique de la faible rentabilité des centres ont pu être ressortis. Ce travail constitue donc, un état des lieux de la situation des centres culturels de proximité. Il évoque le contexte actuel de l'évolution de leurs activités, ainsi que les besoins auxquels ils sont confrontés de même que les représentations que les populations se font.

D'une manière générale, le but est de rendre plus actifs les centres culturels dans leur environnement, afin que le paysage culturel de Lomé soit moins monotone et plus attractif et animé. C'est aussi, de faire progresser la réflexion méthodologique sur la problématique fondamentale du rapport entre « *culture et développement socioéconomique* ».

L'objectif principal de cette démarche, est d'aider les promoteurs culturels, à élaborer de nouvelles approches viables et efficaces en matière de prestations et productions artistiques, enfin de contribuer à l'éducation culturelle des populations pour une bonne animation culturelle des communautés. En effet, il s'est agi d'identifier, voire mesurer l'accessibilité des espaces culturels aux publics, ainsi que les déterminants des recours aux produits culturels pour mieux comprendre leur « *faible consommation* ». Cette dernière, constitue la principale difficulté toujours évoquée par les promoteurs culturels, ainsi que les artistes de tout bord à Lomé.

De manière synthétique pour la compréhension, un appui est pris en exemple sur deux centres culturels de proximité : les centres Dényigba et Espéra. Ils constitueront une base d'analyse, pour circonscrire les causes des difficultés.

### 2.1- Centres culturels de proximité de Lomé : Etude de cas des centres Dényigba et Espéra

Les premiers événements culturels au Togo, étaient strictement national et relevaient de l'initiative de l'Etat. Il y avait d'abord dans les années 70 les semaines

culturelles scolaires qui ont connu un véritable essor mais qui, malheureusement ont dû s'estomper faute d'encadrements financiers. Ensuite, ont suivi les années 80 avec la création du FEMESCO<sup>26</sup>, qui avait lieu chaque année au niveau des enseignements primaires et secondaires, avec des phases finales à Lomé la capitale. La dernière édition de ce festival s'est déroulé en 1990, mais dont l'organisation s'était limitée au niveau de Lomé commune et de la préfecture du Golfe pour des raisons facilement imaginables : l'essoufflement économique de l'Etat.

L'avènement de la démocratie, en 1991, a ouvert la voie à une libéralisation institutionnelle. Cette dernière, a donné le foisonnement, des partis politiques et aussi le corollaire des associations et initiatives culturelles de tout bord.

Parmi nombres de ces initiatives, on note des structures de prestations et de représentations artistes et culturels. Dénommés par le Programme de Soutien aux Initiatives Culturelles Décentralisées (PSIC), du 7<sup>ème</sup> Fonds Européen de Développement (7<sup>ème</sup> FED) «CENTRE CULTUREL DE PROXIMITE », ils émanent d'initiatives privées, et s'inscrivent dans la diffusion et le soutien à la création contemporaine. Ce sont des lieux de découvertes, d'expériences, d'échanges, de rencontres et de ressources. Ils se veulent un outil de pleine participation à la mission culturelle et socio économique. Leur politique culturelle s'articule autour de l'aide à la création, des pratiques artistiques et de médiation. Lieu de la rencontre entre l'action culturelle et les dualités sociétales. Leur finalité, est de proposer un cadre favorable à l'épanouissement personnel et collectif des individus et des communautés, pendant leur temps de loisirs. Puis de contribuer à inscrire la culture dans l'économie, et en faire une activité génératrice de revenu et sources d'emplois.

Au nombre de trois à Lomé, Espace AREMA, Centre Culturel Dényigba et Centre Espéra, les deux derniers ont été pris à titre d'exemple pour mener cette analyse sur la médiation culturelle en milieu urbain.

En août 2001, ils ont bénéficié d'un appui de financement du PSIC, à l'aménagement et au renforcement des infrastructures d'accueil, et des logistiques<sup>27</sup>. Ensuite suite aux travaux de construction et d'aménagement, des régisseurs de son, lumière et de plateau au sein des troupes artistiques et des espaces culturels de proximité ont suivi un atelier de formation du 07 avril au 21 mai 2003. Cet atelier a été doublé d'une formation des promoteurs des centres culturels, et des initiatives culturelles dans d'autres domaines comme les spectacles vivants, à la gestion de leurs structures et initiatives culturelles :« *Les résultats obtenus par*

<sup>26</sup> FEMESCO : Festival des Meilleurs Spectacles Scolaires.

<sup>27</sup> Annexe, *Appui au renforcement aux initiatives décentralisées*, extrait du rapport final d'activité du PSIC.

*rapport aux objectifs, développement et amélioration qualitative des spectacles au niveau du Son, de la Lumière et du Plateau, formation de régisseurs membres des troupes artistiques et des centres culturels de proximité de Lomé permettent d'augurer une pérennité du projet. En effet, les nombreuses pratiques réalisées permettent d'affirmer désormais que les principales troupes artistiques (troupes théâtrales, compagnies de marionnettes, groupes de ballets) ainsi que les centres culturels de proximité à Lomé (AREMA, DENYIGBA, ESPERA) disposent aujourd'hui de techniciens régisseurs capables de leur assurer une bonne régie. Désormais il leur appartient de s'affirmer en mettant au service des utilisateurs de leurs compétences les connaissances acquises au cours de cet atelier<sup>28</sup>. Tout paraît au point pour mener des activités culturelles et de loisirs.*

Cependant, les constats n'ont pas été de bon augure. D'énormes difficultés ont été relevées dans les activités ici et là. Ces structures semblent moins préoccupantes aux yeux des publics.

## **2.1.1- Centre Culturel Dényigba**

### **2.1.1.1- Présentation**

Ce centre culturel est un établissement de proximité à vocation culturelle pluridisciplinaire (création contemporaine, culture scientifique, rencontres autour des arts plastiques, de la musique, de la danse, du cinéma, du théâtre, et de la littérature). Il est l'initiative de Frédéric Gakpara - Yawo<sup>29</sup>, auteur, acteur et metteur en scène du théâtre, en juillet 2000, sous l'acronyme de « *Théâtre Dényigba* ». C'est un espace de diffusion et de soutien à la création artistique contemporaine. « *Il s'inscrit dans la découverte quotidienne d'expériences, d'échanges, de rencontres et de ressources* ». Il se veut un outil de pleine participation à la mission sociale pour le développement et la lutte contre la pauvreté.

Il se situe au quartier Saint Joseph, en plein deuxième arrondissement de la ville de Lomé, d'une population estimée à environ 313 000 habitants<sup>30</sup> à forte proportion jeune.

Sa mission est de sensibiliser les personnes sur la culture, à modifier leurs attitudes et leurs valeurs, renforcer les programmes existants en matières de culture et de développement, et d'élaborer de nouvelles initiatives afin de renforcer les capacités tout en préservant les idéaux de paix et de bien être social, par le truchement de la créativité artistique et culturelle. Il se veut un « *centre de chaîne* ».

<sup>28</sup> Extrait du *DEVIS PROGRAMME 3 (DP3)* du PSIC, Page 10.

<sup>29</sup> Promoteur et Directeur du Centre Culturel Dényigba.

<sup>30</sup> Populations de la commune de Lomé, par arrondissements et par quartiers, Source DAC-IC, 1996.

Le centre dispose :

- d'une scène surélevée, couverte, équipées de six projecteurs, et d'une cour en plein air servant d'accueil du public pour les activités ; elle est d'une capacité de 300 places ;
- environs 250 chaises plastiques ;
- d'un rack de matériels de sonorisation composé : d'un amplificateur champ, de deux paires d'enceintes, une demi dizaine de microphones, un lecteur et une table de mixage ;
- de cinq chambres pour l'hébergements des artistes en résidences ;
- d'une salle d'environ 50m<sup>2</sup> pour diverses activités (exposition, ateliers etc.).

#### **2.1.1.2- Activités de médiation**

Le centre Dényigba s'investi dans les actions culturelles de tout genre : spectacles vivants : théâtre, concert de musique, marionnette, de ballet ; les arts visuels, et d'ateliers de peinture, de résidence d'écriture (les *RECREATRALES* par exemple). Mais l'un des volets importants de la politique culturelle, est les « *Ateliers de Rue du Quartier* » ARQ.

Les ARQ, sont un projet de médiation culturelle, qui crée des occasions périodiques de formation populaire à l'endroit des amateurs et des professionnels artistiques de tout genre et de tout milieu. Ils se déroulent dans les rues au sein des quartiers. Au cours de ces évènements, l'accent est mis sur l'engagement des artistes, en les invitant à s'impliquer de manière directe et pragmatique, dans la vie sociétale, en proposant des approches de solutions aux crises et problèmes sociaux. La créativité, l'imagination et l'ingéniosité de l'artiste sont ses seuls outils d'inspiration pour défier, autour d'un thème une difficulté sociale donnée. Le quartier foyer de cet « *atelier festival* », est Tokoin Saint Joseph, le quartier résidentiel du Centre Dényigba,

Les ARQ, ont déjà connu 4 éditions :

Les premiers se sont déroulés du 18 – 30 novembre 2003, et du 1<sup>er</sup> – 13 décembre 2003. Ils ont réuni quinze artistes professionnels et trente amateurs autour du thème « *Arts visuels contre le sida* ». Des récupérateurs, des céramistes, un cinéaste, des peintres, sculpteurs, sont invités « *à créer sous les contraintes de l'esthétique, de la lisibilité et de la thématique* » des œuvres communicatrices durant onze jours d'ateliers et treize jours d'exposition. C'est un mois de spectacles et de projection de films sur la pandémie du sida et ses conséquences sur le continent africain.



Avec un budget global de 24 millions de francs CFA, ces ARQ ont été soutenus par des partenaires locaux, et *ASA-Programm*<sup>31</sup>, un programme allemand de bourses pour les jeunes étudiants et professionnels dans les échanges Nord- Sud. Deux Allemandes et une Suissesse ont assisté ce projet.

A part le dépistage volontaire de tous les participants, des bons gratuits ont été distribués à des personnes désireuses pour le dépistage volontaire et anonyme.

Le deuxième ARQ, s'est déroulé du 19 au 15 mai 2004, simultanément à Lomé et à Sokodé, ville située dans la région centrale du Togo à 350 Km environ de Lomé. A cette occasion les artistes ont été sollicités à réfléchir sur la lutte contre le paludisme. Cette incitation et mobilisation, portaient sur « *Masques et danses pour chasser les moustiques* ». L'objectif est de former, de mobiliser, de sensibiliser et d'amener au travers des créations, les populations à se protéger contre le paludisme et à utiliser les moustiquaires imprégnées : « *Dans le contexte actuel de crise que traverse la plupart des pays africains sous-développés, où les gouvernements et les ONG sont submergés de problèmes à résoudre, il est de bon ton que la culture devienne à son tour une alliée sûre dans le combat pour l'émancipation et le progrès des peuples*<sup>32</sup> ». L'assainissement des villes, a été l'une des sources d'inspirations pour les artistes de ce 2<sup>ème</sup> ARQ.

La dernière édition, s'est également déroulée à cheval sur Lomé et Sokodé, et avec des architectures identiques aux précédents. Les créations ont porté sur l'enfance malheureuse : « *Construire un toit pour l'enfance* ». De la lutte contre l'enfance malheureuse, les artistes ont eu à sensibiliser les publics sur la nécessité pour chaque enfant, d'avoir un toit favorisant son épanouissement. Des rencontres professionnelles et des expositions itinérantes sur les conditions des enfants de la rue ont clôturé les manifestations.

En somme, les ARQ combinent culture et faits sociaux. C'est une thématique de médiation culturelle encourageante, qui devrait drainer un partenariat important.

---

<sup>31</sup> Arbeit Und Stundens Aufenthalte.

<sup>32</sup> GAKPARA –Yawo Frédéric, Président du comité d'organisation et Directeur du centre Dényigba, *Discours prononcé à la cérémonie de lancement du 2<sup>ème</sup> ARQ.*

## **2.1.2- Centre Espéra**

### **2.1.2.1- Présentation**

Sous l'initiative de M. Dossou-Yovo Kodjo, le Centre Culturel ESPERA est créé en novembre 2000. Il est situé à Kagomé, quartier périphérique, situé en zone portuaire, au cœur du troisième arrondissement de la ville de Lomé.

Le Centre Espéra, prend appui sur un hôtel, qui l'abrite, et dont est propriétaire son directeur et promoteur. La scène qui porte les manifestations, se situe dans une cour intérieure. Sa capacité d'accueil est de 600 places. S'y ajoute un rack de sonorisation composé d'un amplificateur, des enceintes, des microphones et des tambours et des équipements de percussion traditionnels. Le Centre dispose d'une troupe de danse dénommée « ZGUIDI » composée d'une vingtaine de personnes.

Faire de la culture un produit générateur de revenus, concurrentiel, et créateur d'emplois, sont les raisons qui ont motivé cette initiative. Dans la volonté de renouvellement urbain, la dimension culturelle est un élément majeur de ce projet de ville. La volonté du promoteur, est de favoriser l'échange, la rencontre et le métissage pour construire une cohésion sociale à travers la diversification de l'offre pour les communautés urbaines, afin de favoriser la mixité sociale, par les équipements sociaux. Préserver les valeurs et les connaissances traditionnelles est son créneau.

### **2.1.2.2- Activités de médiation**

Vivre de son art, semble bien difficile, presque une incertitude pour l'artiste africain, et l'artiste togolais en particulier. Le culturel semble, ne pas être la préoccupation des pouvoirs publics, au Togo. La culture et l'économie n'y font généralement pas bonne compagnie. L'artiste, ainsi que les promoteurs culturels, sont livrés à eux-mêmes, avec leur volonté et leur courage, et des moyens financiers, déplorables, malgré lesquels ils essaient de s'en sortir. Le Centre Espéra met ses locaux à la disposition des populations pour leurs festivités, et organise entre autres des spectacles de théâtre populaire, en coordination avec certaines ONG de la localité.

Le Centre Espéra, dans son apport au développement culturel, et dans sa mission d'animation et de médiation culturelles, du milieu social et urbain, s'est investi d'organiser un « *Festival international de Danses Africaines : FESDA* ». Il s'y focalise. Ainsi, a-t-il choisi, par ce festival, la principale de ses activités de médiation culturelle, de revaloriser la danse africaine, en l'occurrence, les danses traditionnelles, en les adaptant aux réalités sociales d'actualité et de développement communautaire. Ainsi le Festival des

danses Africaines s'est fixé l'objectif de créer un champ de compétitivité, dans le milieu culturel, qu'il explore, afin de permettre aux artistes de faire un travail de fond, de se professionnaliser et de pouvoir vivre de leur Art : *«Il est temps que notre pays sache que la culture est une source de renforcement de l'économie<sup>33</sup> »*.

C'est là un des maillons de la chaîne de possibilités de la participation de la culture au développement durable, et à la lutte contre la pauvreté. C'est un plus, assez éloquent, apporté aux valeurs culturelles africaines.

Événement hautement culturel, le FESDA draine une foule de professionnels de la danse et des arts, du monde de la communication, ainsi que des chercheurs de divers pays. Son but est de sauvegarder et de promouvoir les danses traditionnelles par une mouture nouvelle, grâce aux techniques chorégraphiques modernes, créer un cadre dynamique de rencontres culturelles périodiques d'échanges, de susciter chez les jeunes danseurs et les percussionnistes l'esprit d'émulation et de créativité, d'amener l'artiste danseur à vivre de son art. En effet, dans la finalité d'aboutir, dans une mixité culturelle, à des créations compétitives dans le domaine de la danse avec son cortège de mélodie et de rythmes, inspirés de l'héritage artistique des communautés, le promoteur du Centre Espéra, à travers ce festival se lance, dans un mécanisme de conciliation de deux dualités dont la finalité est la croissance économique, donc le développement: traditionnel - modernité, et culture et économie dans une ingéniosité créative.

Il ne s'agit donc pas de se lancer dans une assimilation réductrice de ses valeurs, plutôt dans une conception évolutive, susceptible d'améliorer le style, l'esthétique de ces produits, de susciter le ralliement, l'adhésion des spectateurs et des publics. Le principe fondamental du centre est la volonté de dialogue et d'échange. Ceci n'est possible que par la connaissance de soi et des autres. C'est pourquoi il oeuvre pour une meilleure compréhension entre les cultures traditionnelles et modernes grâce au développement du concept de *« l'universalité différentielle »* qui promeut un rassemblement, et non une division, dans le respect des différences culturelles.

Le FESDA a déjà connu cinq éditions depuis 2000. La dernière, en exemple, *« FESDA 2006 »* s'est déroulée à Lomé du 24 au 26 Novembre 2006. Le thème qui a concilié les groupes ou compagnies de danses ayant fait objet de participation, durant ces deux jour est : *« Culture, une stratégie de développement »*. Et pour le Président du comité d'organisation du FESDA, *« la culture contribue à l'évolution des peuples (...), et il est*

---

<sup>33</sup> DOSSOU Yovo Kodjo Urbain, propos recueilli au cours d'un entretien.

*temps que notre pays sache que la culture est une source de renforcement de l'économie*<sup>34</sup> ». Cela rappelle sans état d'âme, au courant de pensée, à cette ère de la mondialisation de l'économie, «*la culture est le quatrième pilier du développement* ».

Les compagnies du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, du Ghana, du Nigeria, du Niger, du Mali, de la France et du Togo ont eu à rivaliser pour divers « *prix FESDA* » dont celui de la meilleure création, de la meilleure chorégraphie, de la meilleure percussion. Le festival international de danses africaines, veut également lutter contre la pauvreté, vu la frange sociale qui anime la filière. Ils étaient environ 200 participants à prendre part à la cinquième édition du FESDA. Et les organisateurs de la rencontre n'ont pu compter que sur la bonne volonté de certaines personnes morales et puiser de l'expérience des éditions de 2000, 2001, 2002 et 2004 pour réussir cette cinquième édition du FESDA.

### **2.1.3- Ressources logistiques et humaines**

Les Centres disposent de très peu de ressources humaines. Le personnel tourne généralement autour d'une poignée de personnes : un directeur, un directeur –adjoint qui remplit en même temps le rôle d'animateurs, une secrétaire, et un agent de sécurité. C'est l'une des faiblesses qui freinent les efforts, pour un secteur qui se veut entrepreneurial et professionnalisant.

### **2.1.4- Analyse critique : enjeux et impacts des centres culturels en milieu urbain**

Les centres culturels de proximité, doivent remplir un rôle de lien social, entre l'ensemble des quartiers de la ville, en étant de véritables espaces de rencontres et d'échanges entre tous les habitants de la communauté. C'est un défi qu'ils doivent relever dans les stratégies de mise en œuvre de leurs initiatives, de médiation culturelle. Cet enjeu est de taille, croisé avec les moyens disponibles. Mais les conséquences des mutations sociales actuelles démontrent à quel point, les centres se définissent par leurs missions. Elles doivent donc, se définir aussi par les publics : que seront-ils sans eux ? La faible rentabilité en est-elle pas une preuve ?

Les investigations sur les Centres Culturels de Proximité, ont permis de dégager quelques caractéristiques.

---

<sup>34</sup> DOSSOU-YOVO Urbain Kodjo, Directeur du Centre Espéra, Président du FESDA, *Interview accordé à Ici Lomé web magazine.*

Une importante motivation doublée d'un fervent engouement et de témérité anime les promoteurs dans leurs organisations. Les locaux sont suffisamment aménagés, ce qui rend l'environnement très porteur. Cependant, la proximité semble imperceptible pour les publics. Le déroulement des deux évènements (ARQ et FESDA) jusque là répétitifs malgré le manque de financement toujours martelé, encourage néanmoins à ne pas se laisser démoraliser, et tomber dans un laxisme qui tue les initiatives en les dévalorisant. Les résultats des évènements montrent déjà un début d'effort de partenariat, qu'il suffit de renforcer, en étant plus crédible.

Toutefois le poids des faiblesses est très inquiétant. Toute la rhétorique des objectifs, énumérés paraît utopique face aux réalisations.

Les centres souffrent tous énormément d'un problème organisationnel et structurel :

- Insuffisance de ressources humaines qualifiées
- Manque de professionnalisme ;
- Absence de médiateurs culturels vraiment qualifiés en animation, la plupart sont des bénévoles qui improvisent.
- Des rémunérations pas assez motivantes et souvent même c'est du « bénévolat forcé ».
- Manque de véritables politiques, de développement, et de stratégie de mise en œuvre des projets d'animation et d'action culturelle, de gestion des ressources, management, marketing, communication participative.
  - Amateurisme dans les organisations,
  - Indifférence notoire des pouvoirs publics,
  - Hésitation du secteur privé, et évolution en vase clos : « *Nombre d'organismes considèrent leurs évènements comme une chasse gardée* ».
- L'absence de statistiques (comptabilité).
- Cadre juridique et administratif dubitatif, ou totalement inexistant : en effet, ils vacillent entre le statut associatif et le statut privé. L'un est juché à la recherche de subventions et d'aides, l'autre pour camoufler les incontinences dans la gestion des fonds reçus sans justification, et peut être aussi pour échapper à la fiscalité. C'est la preuve flagrante d'incrédibilité, assez dangereuse pour entreprendre des partenariats, et solliciter des prêts de financements. Ils n'ont pas de conseil d'administration, ni de comité de gestion.

En outre, les projets sont mal conduits, et ne font état d'aucune politique des publics et d'offres. Ce sont de pures improvisations au besoin.

La situation financière critique des Centres Culturels de Proximité les amène à s'éloigner de leur vocation première qui est la médiation culturelle, la production et la diffusion culturelle. La recherche de gains pour couvrir les charges mensuelles, les contraint à la mise en location de leur espace pour les mariages, les fêtes, anniversaire, remise de diplômes, cérémonie de libération de fin d'apprentissage. Ce courant risque de les détourner de leur identité première. Ces pratiques ne doivent certes pas être bannies ; mais elles ne doivent pas être primordiales.

Manque de formation du personnel : personnel non qualifié. Même si généralement le mode de recrutement des petites et moyennes entreprises se base sur la famille et les connaissances, ceci est très mal appliqué au niveau des centres culturels de proximité.

Les activités culturelles sont uniquement limitées, ou seulement axées sur les arts du spectacle vivant : théâtre, ballet, danse, et très rarement les concerts, les marionnettes (d'ailleurs très appréciées des publics enfant et scolaire), sans être assortis des besoins des publics. La fréquence des activités est très faible, avec une absence de programmations, préalablement établies : trop d'improvisations.

Les campagnes de sensibilisation et d'information ne sont pas au rendez vous. C'est une modalité très importante dans l'accueil culturel des publics. Aucun des centres pris en exemple n'a jamais fait de communiqué de presse, ni une bande annonce sur un média. Aucun dépliant, mais de rares affiches en nombre insuffisant. Pourquoi alors se plaindre de méconnaissance, si aucune action de communication ne s'adresse aux publics ?

Les centres culturels de proximité, s'inscrivent dans une réelle politique économique d'entreprise culturelle. Ils doivent, dans la définition de leur objectif, ainsi que dans celle de leur politique de gestion, mettre une nette frontière entre le socioculturel et l'enjeu et la dynamique économique de leurs activités de production et de diffusion. La gratuité doit être un outil de promotion et non celui de survie. Elle doit lui permettre de se faire connaître par le public dans la mise en œuvre de sa politique de communication et de marketing. Il faut éviter que l'habitude ait droit de cité, et devienne une routine, ce qui d'ailleurs nuit intensément à leurs productions. Il faut plutôt avoir le réflexe de survie qui doit pousser à faire de résultats, avec les moyens faibles. Cela fait montre d'une grande crédibilité, et permet d'être assez performant dès que les moyens seront disponibles ou plus

importants. Pour cela, exercer leur esprit critique dans une perspective constructive doit être la meilleure conduite. La remise en cause doit être de mise, afin d'éviter de toujours décharger leurs incompétences sur les limites de financement. Dans cette optique, l'être humain est considéré comme perfectible et capable de maîtriser au mieux son destin, d'en être responsable et ce, en dépit des multiples difficultés existentielles. Les ARQ et le FESDA, ont révélé à chaque édition, des talents, ainsi que d'efforts considérables pour une diversité dans la création artistique, en face du thème présenté. Le peu de ressources financières, matérielles, et humaines a néanmoins œuvré à la réalisation de quelques actions culturelles appréciables. Elles sont considérables, dans la grandeur de l'entreprise artistique, qui a mobilisé du monde, apporté des remous de créativité et jeter les fondements d'un renouveau culturel. Cette piste nouvelle de la perception de la culture ouvre la voie à bien de perspectives. Néanmoins, faut il remarquer que, les évènements restent toujours faiblement connus des réseaux humains locaux, comme les scolaires. Ces derniers sont pour la plupart informés au même du déroulement des activités. Mais les importantes et incontournables difficultés financières sont toujours présentes, malgré les éditions dont ils son âgés.

Les ARQ ont poussé un peu des ailes au fil des éditions, et le FESDA hésite encore. Depuis 2000, il essuie une insuffisance de subventions et de partenariat, ainsi que de bonnes volontés financières. Cela n'est il pas les conséquences d'incrédibilité dont à fait preuve le promoteur lors des appuis de financements du PSIC<sup>35</sup> ? Son envergure internationale se voit restreinte, à une demi douzaine environ, de pays de l'Afrique de l'Ouest à chaque édition. Dans la mesure où elle se résume à l'incapacité dans la prise en charge d'un nombre important de participation : frais d'hébergement, de restauration, de paiement des cachets, le FESDA aura certes une richesse dans la forme, et pauvre en fond. Sa durabilité devient dubitative : la revalorisation des danses traditionnelles africaines aura-t-elle raison du temps ?

Ainsi à partir des questions principales, qui reviennent sans cesse autour des besoins culturels, artistiques et de loisirs des populations, il revenait d'évaluer leur niveau de connaissance en matière d'expressions artistiques, et leur perception des centres culturels, notamment les centres culturels de proximité. Ensuite, d'identifier les facteurs qui influencent le recours aux produits culturels des centres culturels de proximités. Enfin, examiner les raisons de la non consommation culturelle, notamment la disponibilité des

---

<sup>35</sup> Confer annexe, *Appui à la construction, à l'aménagement et à l'équipement du Centre Culturel ESPERA.*

populations, leur fréquentation des centres, ainsi que les représentations qu'elles font des centres. Autant d'éléments qui suscitent bien de remous. L'urgence préconisait de mener un sondage d'opinions auprès des populations (au sens sociologique du terme), croiser ensuite les données quantitatives obtenues, pour faire évoluer la réflexion, à partir des résultats, afin élucider la situation. Pour une meilleure orientation des investigations, quelques hypothèses ont été émises, en ayant conscience qu'elles pourraient être infirmées ou confirmées.

Il s'agit de :

- La faible connaissance des centres culturels et de leurs rôles sociaux,
- Faible pouvoir d'achat des populations,
- Une manque d'éducation culturelle.

Dans les lignes qui suivent sont détaillées les procédures utilisées pour l'analyse.

## **2.2- Méthodologie de l'analyse**

Les investigations ont été conduites au moyen d'entretiens qualitatifs auprès de personnes (artistes professionnels et amateurs, promoteurs culturels, professionnels de l'action sociale et de la culture, scolaires, équipes pédagogiques de l'enseignement). Elles sont doublées de travaux d'analyse documentaire, de séances d'observations (simple et participante). Afin d'évaluer une cohérence de l'ensemble des informations recueillies, il a semblé nécessaire de procéder à une critique systématique du contenu des informations, car elles seront appréciées en fonction de repérage de contradictions, devant servir de piste pour de nouvelles découvertes ou explorations. Cela a fait appel à quelques relevés quantitatifs sur le terrain. Ils se sont déroulés de mai à juillet 2005.

### **2.2.1- Technique de collectes des données**

Sur le terrain différentes approches ont été combinées pour recueillir les données. De l'observation de type ethnographique dite simple et celle qualifiée de « participante » au questionnaire administré, en passant par les entretiens, les interviews et la documentation.

➤ La recherche documentaire a été très difficile, compte tenu de leur difficulté d'accès, pour les quelques rares, et surtout de leur inexistence.

➤ L'observation participante est une méthode de renseignement illusoire, qui amène à partager gestes, comportement, idéologie ou opinion, travail, difficultés et quelques fois les sentiments. Elle a permis d'obtenir quelques informations à caractère confidentielles, ou



sensibles. Elle a été au coeur de l'action, surtout dans l'approche de certaines personnes sur des questions budgétaires ou financières, ou de rapports d'activités, de cahiers de charge, ainsi que des données comptables, vainement souhaitées. Ce fut aussi l'occasion d'organiser des panels d'élèves pour apprécier à juste titre leurs visions sur la question culturelle et leurs attentes. Cela a demandé une confidentialité et une participation formelle.

➤ A partir de guides d'entretien<sup>36</sup>, les entretiens et les interviews, ont été le moyen d'investigation le plus utilisé dans cette démarche. Ils ont été libres et dirigés, avec les personnes ressources, de groupes de personnes (essentiellement les scolaires). Ils ont fait montre d'étonnantes ressources d'information.

➤ Le questionnaire exclusivement enregistré et renseigné en Français, n'a pas exclu quelques interprétations en langue vernaculaire<sup>37</sup> durant son administration. Il présente différents types de questions, et a été rédigé dans le souci de clarté et de précision, de manière à éviter toute ambiguïté dans l'esprit des personnes appelées à y répondre. Il y a des questions porteuses de faits, d'opinion et d'action (à réponses précises) suivant l'impératif méthodologique de l'objectivité. D'autres sont à caractère d'échelle, et d'autres encore ouvertes ou fermées, pour donner la latitude, à la personne enquêtée de choisir parmi des réponses, de donner librement un avis, ou de quantifier un sentiment. Aussi la question à éventail de recours a été utilisée ; elle demande au sujet un choix qui peut être soit unique, soit multiple entre plusieurs réponses.

### **2.2.2- L'échantillonnage**

La technique de choix utilisé pour le sondage d'opinions, est aléatoire. Il s'agit des deux méthodes d'échantillonnage : l'échantillonnage systématique et l'échantillonnage ad.hoc. En effet le premier a permis dans certains établissements scolaires, de constituer des échantillons à partir des registres de classes pour la distribution et le renseignement du questionnaire. Cela est constitué d'individu pris à intervalle régulier sur une liste de 1 à 100 ou de 1 à 90, selon les effectifs des classes. En exemple, au Lycée de Tokoin, un numéro est tiré au hasard et c'est le chiffre « 6 » ; donc sur les registres, les numéros suivants ont répondu au questionnaire : « 6 ; 16 ; 26 ; 36 ; 46 ; 56 ; 66 ; 76 ; 86 ; 96 etc. ». La seconde méthode donne la liberté de constituer un échantillon à partir des individus

---

<sup>36</sup> Cf. annexe.

<sup>37</sup> Le Mina langue nationale majoritairement parlée à Lomé.

présents au moment de l'investigation. Elle a permis de sonder les spectateurs au cours de spectacles ou d'autres activités se déroulant dans les centres, ou organisées par les centres.

Ainsi six quartiers ont donc été choisis, au sein de trois arrondissements, en dépit de leur proximité directe avec les centres culturels de proximité: les quartiers Saint Joseph, N'tifafa, Tokoin N'kafu (2<sup>ème</sup> arrondissement), Tokoin Lycée (5<sup>ème</sup> arrondissement) dans les périmètres de proximité directe du centre Dényigba, ensuite Bè Kpota, Anfamé (3<sup>ème</sup> arrondissement) autour du centre Espéra. 2024 individus ont été sondés au sein de 13 établissements scolaires et 6 quartiers, avec des moyens parfois peu orthodoxes<sup>38</sup>, suivant un échantillonnage systématique, permettant de prendre trois établissements scolaires par quartier, et deux dans certains.

### 2.2.3- Analyse des données et résultats

Ainsi à l'issue des investigations, les données suivantes ont été recueillies<sup>39</sup>.

La valeur modale ainsi que la moyenne d'âge des scolaires est de 16,25.

40% des spectateurs sont des milieux artistiques et culturels, avec 27% du milieu théâtral, 20% de la danse, le reste se partage entre promoteur culturel, artiste peintre et personnes ressources.

Toutes les activités parrainées par une association ou une ONG, sont à consommation gratuite. Elles font 100 % en moyenne sur les entrées des spectateurs, avec 52 % du milieu scolaire, 46,5 % du milieu libéral ; 1,5 % répartis entre personnes ressources et autres catégories de personnes.

Pour les activités payantes des arts du spectacle 54,75 % des spectateurs sont du milieu artistique et spectacles vivant ; 26 % du milieu scolaire ; 19,25 % constituent un public varié : curieux, invités, professions libérales.

Pour le critère âge, la tranche d'âge [10-25] ans représente 85 % du public lors des spectacles à entrée gratuite.

A la question « *que représente pour vous le centre Dényigba, le centre Espéra ?* » : dans le premier cas 75 % des scolaires ayant répondu au questionnaire, se représentent dans une approche générale, les centres culturels de proximité dans les missions identiques à celles du CCF de Lomé (bibliothèque, lecture, prêt de livres, cinéma jeunesse etc.) ; pour le second cas 62,8 % pensent dans le même sens. « Connaissez vous le centre

<sup>38</sup> Confer annexe tableau des zones sélectionnées pour l'étude des publics.

<sup>39</sup> Confer en annexe les diagrammes récapitulatifs des résultats.

Dényigba, le centre Espéra ?», 58,2 % de oui ; 20 % en ont entendu parler une fois au moins par un proche, camarade ou un membre de famille ; 21,8 % ne savent.

Pour des raisons de comparaison, des questions ont porté sur le CCF, afin de déterminer la consistance de la perception des centres de proximité. Ainsi, à la question « *connaissez vous le CCF de Lomé (oui ! Non ! Autres ?* » 97,48 % de oui contre 2,52 % en ont entendu parler mais ne savent pas ce que c'est, ou ce qu'il fait. Parmi les élèves qui connaissent le CCF, le constat est que la majorité tient l'information des professeurs de Français (qui dans certains cas ont joué de relais pour certains élèves pour s'y abonner), et d'autres le tiennent des médias communautaires de Lomé. (Radio Nostalgie Lomé, qui a été la plus désignée, car travaillant en collaboration avec le CCF de Lomé ; et par ricochet sont des auditeurs de radio nostalgie Lomé).

33 % environs sont abonnés au CCF, et y vont rarement compte tenu des frais de déplacements. 25 % y vont par quinzaine ou par mois, sous contrainte de rendre les livres empruntés, d'exposés de français à rendre, de manque de livres d'exercice en sciences physiques et mathématique.

Le choix des loisirs est estimé à 83 % pour les spectacles (théâtre, concert, ballet), avec 90% de préférences pour les activités sportives car les seules disponibles et faciles d'accès grâce aux vidéo- clubs de fortune, des coins de baby-foot, de jeu de cartes ou de dame, qui essaient de sortir les gens de l'ennui et de la morosité. (Ceci constitue un problème qui relève d'un autre débat).

D'autres points, ont également été ressortis sur les centres culturels de proximité : « pas de bibliothèque, pas assez de spectacles, pas de concerts, spectacles lassants (pas intéressant, difficile à comprendre etc.). en plus la communauté dénombre ; 5 clubs de lectures qui organisent entre eux des concours de lectures, de scrabble et des séances d'exposés avec la bonne volonté de quelques professeurs de français ; ils sont à la recherche de parrainage ; 3 clubs d'anglais ; 2 équipes de pétanque (junior et senior), et quelques groupuscules de passionnés de jeu de dame.

En somme, l'âge moyen des scolaires est d'environ 16 ans révolu. Les hypothèses de bases, émises pour justifier la faible rentabilité des centres culturels s'infirmement.

La précarité de la faible participation des publics, à la totalité des activités organisées au niveau des centres culturels de proximité devient explicite. Les résultats indiquent par quoi le désintéressement des publics et la non consommation des produits s'appliquent : la prévalence globale des besoins pressentis (75%), n'est pas satisfaite. Les

offres culturelles ne satisfont pas aux attentes des publics, et les stratégies de mise en œuvre des initiatives sont loin d'en tenir compte. Cela représente, entre autre interprétation, que les 75% d'élèves sont bien informés des actions du CCF de Lomé, et attendent des structures de proximité les mêmes actions. Cela donne une validité conséquente à la proximité de ces centres privés, qui comme premières obligations, doivent résoudre la question de la décentralisation, et de coût de déplacement et de la distance pour se rendre au CCF de Lomé. Cela n'implique pas une concurrence, plutôt une complémentarité qui oblige d'ailleurs les autres centres à œuvrer en collaboration avec le CCF de Lomé.

Leurs attentes des centres, s'expriment à travers les représentations qu'ils en font. La faible participation des populations, et ainsi que la faible rentabilité ou consommation des produits culturels, signifient qu'ils ne correspondent pas aux besoins des publics. Les activités n'accrochent vraiment pas les publics, raison du désintéressement. Or la tendance générale, est favorable aux loisirs, qui semblent leur manquer pour l'épanouissement. Ce qui explique d'ailleurs la majorité qui se dégage au niveau des scolaires et des personnes du secteur informel, au cours des prestations gratuites ou à coût « abordable ». Il est alors évident que la question de non consommation reste non applicable à cet effet (face à la prévalence globale des besoins pressentis). La problématique se centralise donc sur les politiques de l'offre et les stratégies de mise en œuvre des activités de médiation, des centres envers les différents publics. L'exemple des publics jeunes, peut être étendu à d'autres publics, mais en ayant conscience que les besoins peuvent différer ou peuvent être identiques. Toutefois, mettre une convergence sur les publics scolaires, constituent déjà un départ consistant dans la réflexion sur de nouveaux axes pour rendre plus crédibles et plus valables les initiatives culturelles au sein des communautés : cela suppose que il est plus intéressant pour les centres de proximités de prendre appui sur les besoins communautaires, dans la synergie culture, loisirs et économie. La lecture publique fortement identifiée comme étant un « *lien symbolique* » semble déjà occuper une place prépondérante dans les préoccupations des réseaux scolaires contre la grande pauvreté en bibliothèque de lecture publique. Déjà une piste sûre de nouvelles approches se dessine.

Face à cette analyse sur les centres culturels e proximité, l'exemple des centres de lecture et d'animation (Clac) est édifiant. C'est un concept développé par l'OIF en partenariat avec les Etats membres afin de leur apporter une aide technique, en matière de lecture publique en milieu rural. Ainsi autour des « *Bibliothèques Clac* », se déroule tout

un ensemble d'activités de médiations culturelles, qui semble exemplaire à parcourir. Malgré qu'il soit adapté au milieu rural, qui s'oppose au milieu urbain sur bien de plans (nombre de populations, architecture, activités administratives, centres de loisirs, moyens de communication, transport etc.), les activités qui s'y déroulent ainsi que les manières dont elles sont conçues et perçues par les populations, sont parfois rares dans le milieu urbain, notamment Lomé la capitale. Ce concept peut être un modèle d'inspiration pour les promoteurs de centres culturels de proximité, notamment sur le plan relationnel avec les communautés, l'implication dans leur vie sociale, son impact et son mode de gestion, et surtout la capacité des animateurs des Clac à jouer leur rôle de médiation dans la recherche des partenaires locaux.

## Chapitre 3 : Le programme clac de l'OIF

### 3.1- Le contexte

A la conférence générale de Dakar en 1985, l'OIF<sup>40</sup>, a lancé dans le cadre de ses programmes culturels un projet structuré de développement de la lecture publique en milieu rural. Cette initiative rencontra dès le départ l'adhésion de l'ensemble des états membres. En 1986 puis en 1988, le « *programme clac* », initie les projets pilotes respectivement au Bénin et au Sénégal.<sup>41</sup>

Depuis lors les centres de lecture publique et d'animation culturelle se sont développés dans près de 200 localités, à telle enseigne que le programme dénombre actuellement 213 centres de lectures publique et d'animation culturelle répartis en 21 réseaux, au sein de 18 pays d'Afrique, de l'Océan Indien et des Caraïbes.

Malgré les efforts consentis par les Gouvernements des pays Africains pour développer, sur l'étendu de leur territoire national des écoles primaires, secondaires et des lycées, les localités rurales des pays francophones restent complètement dépourvues d'infrastructures culturelles, sans accès possible des communautés à la lecture, à l'information et au loisir. Pour combler donc ce vide et pour réduire les inégalités entre monde urbain et le monde rural que l'OIF, a mis sur pied le « *Programme clac* » : ainsi sont nés les Centres de lecture publique et d'animation culturelle.

Inscrit dans une politique du développement de la lecture publique des pays d'accueil et conçu pour le monde rural, ce programme se développe sur la base d'un partenariat actif entre pays, et les localités d'accueil et la Francophonie. Il se caractérise par un mode de gestion décentralisée, impliquant les communautés de base. Les centres sont implantés dans les agglomérations de 5 000 à 20 000 habitants disposant d'infrastructures administratives, sociales et surtout scolaires. Les clac sont de structures de dimensions modestes, adaptées à la taille de la localité dans lesquelles ils s'inscrivent.

En 2002, l'OIF a choisi d'observer un moratoire, en matière de création de nouveaux réseaux. Ce délai a été mis à profit pour mener une large concertation avec les bénéficiaires, les autorités locales et nationales, ainsi qu'avec les partenaires internationaux de la coopération (bilatérale et multilatérale) de manière à trouver des réponses appropriées aux interrogations déjà exposées ci-dessus.

---

<sup>40</sup> AIF : Agence intergouvernementale de la Francophonie à l'époque, et OIF : organisation Internationale de la Francophonie depuis l'adoption de la nouvelle « Charte de la Francophonie » par la Conférence ministérielle de la Francophonie (Antananarivo, 23 novembre 2005).

<sup>41</sup> Cf. en annexe le calendrier d'implantation des clac en Afrique.

La conséquence a été, une réforme en profondeur du programme, dès lors qu'il était admis que son application a fait ses preuves, cependant qu'elle ne prendrait tout son sens qu'à la condition de pouvoir l'étendre à la satisfaction de la plupart, (« *sinon à tous* ») des besoins exprimés, tant à l'intérieur d'un pays disposant déjà d'un clac que dans d'autres, candidats à une telle installation. Remarquer qu'il ne faut y voir une rupture, plutôt une continuité dans la démarche de l'OIF. Au chapitre consacré aux clac, dans la description des enjeux de la programmation en cours de l'OIF, il est écrit qu' « *il s'agit par ce biais de permettre aux Etats de concevoir ou de renforcer une politique de lecture publique à la mesure des moyens réellement mobilisables, en leur proposant une structure modèle, adaptée aux besoins et aux moyens des populations et qui puisse faire l'objet d'un financement de la part de bailleurs internationaux.* »

Après deux ans d'études et d'expérimentations et dans le but d'appliquer systématiquement la réforme du programme, l'OIF adoptera la procédure suivante, dont les étapes se dérouleront de manière successive pour les uns et simultanée pour les autres :

- achèvement du processus entamé dans les deux pays test Bénin et Sénégal,
- information complète des Etats déjà partenaires du programme,
- établissement d'une nouvelle convention entre l'OIF et les Etats du programme, prêts à inscrire sa réforme dans le cadre de leur politique en matière de lecture publique : Burundi, Madagascar, Haïti, Liban.

Au sein des Etats déjà partenaires du programme et durant la période transitoire allant jusqu'à l'application de la nouvelle convention, l'OIF a assuré comme jusqu'à ce jour l'entretien et la consolidation des réseaux existants.

En lançant cette réforme, l'OIF entendait aussi appuyer les politiques de décentralisation mises en œuvre par les Etats partenaires et accroître, par effet de transversalité les synergies entre lecture publique et éducation informelle.

### **3.2- Les objectifs du programme clac**

Répondant de manière structurées à la demande des états en matière de livres et d'animation en zone rurale, l'OIF, en partenariat avec les pays a poursuivi depuis 1986, dans la mesure de ses disponibilités budgétaires et de l'apport de partenaires, l'implantation de réseaux décentralisés de bibliothèques et de structures d'animation socioculturelle.

Bibliothèque publique et lieux de convivialité, les centres de lecture et d'animation culturelle favorise le désenclavement des communautés rurales en permettant l'accès aux livres et aux moyens modernes de communication.

En générale, le programme clac au plan national appuie la mise en place de service de lecture publique, développant l'aptitude des personnes impliquées dans le projet à structurer et à gérer ce genre d'intervention.

Se rapprocher des réalités locales, adapter leurs actions aux besoins exprimés sur le terrain, mobiliser les compétences et les expertises disponibles dans les pays et les régions où ils interviennent, et à utiliser des instruments de progrès accessibles à tous dans les contextes les plus défavorisés.

Singulièrement le clac vise à:

- Permettre l'accès à la lecture à toute la population alphabétisée du milieu,
- Répondre aux besoins de lecture des élèves et des enseignants, clientèles privilégiés de la bibliothèque des clac, favorisant ainsi leur réussite aux examens scolaires et professionnelles,
- Encourager la scolarisation,
- Permettre aux jeunes hors du système scolaire d poursuivre leur formation personnelle,
- Servir les partenaires locaux du développement rural, associations, groupements féminins, ONG, etc.

Mettant au service du public ses locaux et ses équipements, un Clac permet :

- Permet à la population locale l'accès aux médias d'information et au loisir par l'audiovisuel : radio, télévision, vidéo, parabole ;
- Encourage la création de foyers d'échanges et de formation dans le domaine de l'alphabétisation, de la santé ; de l'agriculture etc.
- Favorise l'épanouissement des cultures et des traditions populaires parlent mise sur pied ou l'accueil de troupes de musique, de danse ou de théâtre ;
- Ouvre à des loisirs sains dans un climat de convivialité (scrabble, pétanque, divers jeux et concours).

Ils ont pris conscience du fait que leur offre de coopération était souvent trop éloignée des préoccupations réelles des bénéficiaires et de leurs aspirations, même si la finalité recherchée a été la même : permettre aux différents groupes sociaux de participer au développement de leur communauté, d'en être les acteurs et d'acquérir ainsi une meilleure maîtrise de leur avenir. Ainsi, c'est à partir d'expériences sur le terrain que se dessinent les



conditions de réussite d'une stratégie de coopération axée sur l'appui au développement communautaire.

Après une décennie de mise en œuvre du «*programme clac*», la Francophonie, a remarqué une croissance incroyable des besoins des pays. Elle est très sollicitée en matières de livres et de documents francophones. Les centres de lecture et d'animation culturelle étaient bien implantés et bien intégrés dans leurs collectivités. Bien au delà de leurs mode de fonctionnement, au point pour la grande partie, ils remplissaient efficacement leur rôle, leur mission au service de la lecture publique et de l'animation culturelle. Une évaluation a permis de remarquer que, les Clac sont devenus de véritables centres d'appui au développement communautaire.

Ainsi en juin 1996, l'OIF avec le CRDI<sup>42</sup> qui appuyait en Afrique de l'ouest des initiatives dans la promotion de la communication participative, ont expérimenté, l'intégration de la communication pour le développement dans les Clac. En effet les ONG et autres structures communautaires qui ont participé à ces initiatives, éprouvaient toutes, indépendamment de leur secteur d'activités (santé publique, environnement, alphabétisation etc.) des besoins sur le plan méthodologique de communication à la base. Leurs interventions en même temps auprès des populations démontraient clairement le rôle clé joué par ces organismes issus des milieux afin de faciliter la participation au développement.

Toutefois, il existait un doute sur la capacité des animateurs Clac, de pouvoir animer une communication interactive, dans la mesure où les Clac à l'origine, n'étaient pas destinés à être des structures d'appui au développement communautaire. Néanmoins, l'évaluation menée en 1996 a toutefois fait ressortir que certains Clac semblaient réunir les conditions indispensables pour servir de plate-forme à des actions communautaires. Afin de vérifier cette hypothèse, l'OIF donc a lancé en 1996, en collaboration avec CRDI et avec l'appui financier du ministère des Affaires étrangères du Canada, une recherche-action développée en étroite collaboration avec les partenaires de terrain, nourrissant une importante réflexion sur les expériences concrètes réalisées dans 23 localités d'Afrique de l'Ouest. Cette recherche a donc permis de prendre conscience par ailleurs de l'importance des technologies de l'information et de la communication pour les populations du Sud, et notamment les populations isolées. L'OIF, mène actuellement une seconde recherche-

---

<sup>42</sup> CRDI : Centre de recherches pour le développement international.

action avec le CRDI destinée à cerner les conditions d'utilisation et d'appropriation de ces technologies par les populations rurales, au sein des Clac.

Ces deux recherche-action visent le même objectif ; si leurs conclusions se révèlent positives, elles seront généralisées aux Clac qui disposeront des capacités d'accueil d'activités de communication et d'appui au développement communautaire. Avec les conditions requises pour amener les citoyens à devenir les acteurs de leur propre développement déterminées, l'OIF pourra, grâce aux Clac, aider ces derniers à affronter les problèmes qui les concernent et à mieux « construire ensemble » : *« Il faut que la Francophonie soit populaire, c'est-à-dire proche des besoins et des aspirations des populations; elle se doit de se préoccuper de leur bien-être : c'est dans cet esprit que l'Agence de la Francophonie conçoit et conduit ses actions de coopération multilatérale, notamment dans le cadre du programme Clac ».*<sup>43</sup>

Cette recherche a permis de mener des évaluations formatives, dont les conséquences donneront des ailes aux coordonnateurs, aux animateurs et au personnel d'encadrement. Ces évaluations permettront de cerner les principales difficultés du terrain, de mettre en place des solutions appropriées, « d'encadrer » la progression de la recherche-action et de permettre un « meilleur pilotage » du projet dans son ensemble. Il a été difficile de cerner l'impact des activités de communication pour le développement dans les milieux au niveau des Clac, et de qualifier les résultats des différentes activités qui y sont menées, compte tenu de l'aspect explorateur de la recherche, de la phase d'apprentissage de nouveaux rôles, et d'une nouvelle méthodologie au niveau des animateurs. Il est important de noter également que, les résultats de leurs actions dépendaient de la dynamique propre à l'action de développement appuyé. Toutefois il y a beaucoup d'espoir, puisque une dynamique a été mise en veille dans le milieu, avec une sensibilisation à des problèmes de développement, ainsi que des actions de changement qui y ont été entrepris et voire des partenariats établis. De plus les animateurs et coordonnateurs se sont formés à la démarche méthodologique et au rôle des Clac dans leur communauté.

### **3.3- Le fonctionnement du programme clac**

Il s'agit d'un système de gestion partagée, des responsabilités financières et techniques entre l'OIF et les pays et les communautés d'accueil des Clac : les services

---

<sup>43</sup> PETERSON Bernard, Directeur, Culture et patrimoine OIF.

techniques liés à la mise en place et au fonctionnement des centres sont à la charge de l'OIF, et les services publics relèvent des pays. En effet l'OIF prend en compte une partie assez importante des services techniques, notamment l'acquisition des ouvrages auprès d'éditeurs francophones, grossistes et soldeurs, la classification des documents ainsi que la reliure, qui permet de prolonger la vie utile des documents. Elle centralise également l'acquisition des autres biens culturels dont elle équipe les Clac : les jeux éducatifs, les jeux de société, les documents et équipements audiovisuels. Une remise considérable auprès des fournisseurs, est la conséquence de la centralisation des achats et services techniques, avec en fond une gestion rationnelle des ressources financières, autant que la réalisation des achats et du traitement des biens culturels dans des délais très courts. Les éléments étant en rapport à tous les services publics, reviennent à l'Etat, et particulièrement à la localité devant abriter un clac. Ce sont notamment, les bâtiments, les mobiliers, les opérations de déballage et d'enregistrement, de rangement des livres et des biens culturels au sein des clac, le personnel, l'accueil du public et la gestion quotidienne des activités de prêt de livres, de jeux et d'activités d'animation socioculturelle du Clac.

#### **3.4- Le groupe cible du programme**

Le programme clac ne fait de restriction, en matière de destination de ses objectifs dans sa mission de développement de la lecture publique et de communication au développement local et communautaire. C'est toute la population de la communauté rurale abritant un clac qui est bénéficiaire des services du Clac. Les enseignants, les fonctionnaires et les opérateurs de développement, les groupements, associations et ONG. Il s'agit majoritairement des jeunes scolaires (écoles maternelles, primaires et secondaires, lycées, et des étudiants durant les congés et vacances scolaires) dont la proportion avoisine en moyenne les 70% des populations locales ainsi que le taux des fréquentations des Clac.

#### **3.5- L'appui par la communication au développement dans les clac**

L'évaluation du « *Programme Clac* » réalisée en 1995, a reconnu sa pertinence et son bien fondé. Elle a recommandé que le programme s'ouvre davantage aux besoins de population n'ayant pas accès à la lecture.

L'OIF dans cet esprit, a mis en œuvre en juin 1996 avec le CRDI, un important projet d'appui par la communication au développement des communautés de base, formant ainsi les animateurs des Clac à la communication participative pour favoriser la réalisation de projets communautaires. Cela a profité aux animateurs, qui ont bénéficié d'un soutien

logistique et méthodologique d'une équipe mise en place au sein du Bureau régional d'Afrique de l'ouest en 1998.

Vingt-trois Clac de six pays d'Afrique de l'ouest ont participé dans un premier temps, à une expérimentation de stratégies de communication en appui à des microprojets dans les domaines de la santé, de l'alphabétisation, de la culture, des activités productives etc. les résultats de ces recherche-action, très encourageants, ont conduit à une publication internationale, qui permet d'envisager l'intégration de cette nouvelle dimension au « *programme clac* ».

### 3.6- Les perspectives

Depuis plus de deux décennies sur le terrain francophone, les Clac ont fait leurs preuves. On parle déjà de « *Clac de deuxième génération* », avec la mise sur pied de « *Bibliothèque virtuelle* » dans les réseaux. Ceci a constitué la principale activité durant le stage<sup>44</sup> effectué au sein du « *programme clac* ».

Il s'agit en effet, de permettre aux bénéficiaires des ressources clac, une facilité d'accès aux informations et formations, aux documents numériques, afin d'entamer, puis gérer une interaction adéquates entre lecture et multimédia. De plus permettre de créer une synergie d'échange à la recherche de l'information, de coopérer, de coordonner et d'organiser une complémentarité des instruments avec les besoins et aspirations socioculturels et éducatifs. Cette bibliothèque s'inscrira dans le modèle «terminal - serveur».

Afin d'amenuiser, les insuffisances ou les doutes qui planent sur la parfaite réalisation de la bibliothèque virtuelle, l'utilisation d'une connexion Internet sera incontournable; non pas pour la messagerie. Il s'agira d'«aspérer» ou de «faire la capture» d'un certain nombre de sites, les hiérarchiser sur la borne ou le serveur, et l'offrir en un catalogue basique aux lecteurs par des liens hypertextes. En exemple entre autres liens hypertextes:

- [www.gallica.bnf.fr](http://www.gallica.bnf.fr) pour les fonds anciens et documents déjà numérisés et mis en ligne,
- [www.addnb.fr](http://www.addnb.fr) pour les logiciels d'autoformation,
- [www.carelbpi.fr](http://www.carelbpi.fr) consortium de réseaux de bibliothèques municipales,

---

44 Stage de mise en situation professionnelle du 3 mai au 28 juillet 2006, au « Programme clac» Division de la Diversité Culturelle, Direction de la Langue Française et de la Diversité Culturelle et Linguistique à l'OIF à Paris- France.

- [www.numilog.fr](http://www.numilog.fr) pour les livres numériques.

Et d'autres liens pour les documentaires et les logiciels éducatifs et de jeu. En plus le choix sera porté sur les logiciels libres de droit, pour réduire le coût de la licence et des mises à jour, ainsi que les problèmes d'incompatibilité dans les systèmes d'exploitation, et, surtout augmenter la facilité d'utilisation des populations. En exemple le « *Free-EOS* » ou Bureau libre développer par l' « *Association @ - Brest*<sup>45</sup> ».

Ces l'occasion de développer les logiciels libres, et d'œuvrer pour la rupture de la fracture numérique entre le Nord et le Sud. Cet projet est appelé à évoluer et servira peut être à redimensionner le « programme clac », et qu'il puisse aller au-delà de son concept rural.

### **3.7- Le Concept**

Le « programme clac », est un concept adapté au monde rural ; il résulte d'une adaptation au contexte des pays du Sud, d'une formule expérimentée depuis près d'un siècle dans nombre de pays du Nord, en matière de développement de la lecture publique en milieu rural. Son but est de pallier au manque de ressources financières nécessaires à la mise en place de services auxquels les habitants de petites communautés ont néanmoins besoin.

Un Clac, loin d'être un concept, est un espace ou un lieu, un ensemble d'activités, d'équipements, un fonctionnement, un mode de gestion et des ressources humaines.

#### **3.7.1- Le lieu**

C'est un petit centre culturel en milieu rural ; un bâtiment abritant une bibliothèque et une salle d'animation au sein d'une agglomération rurale de 5 000 au moins à 20 000 au plus d'habitants. C'est une localité qui est soit un chef-lieu de préfecture, soit une commune rurale, comportant généralement des maternelles, des établissements scolaires (primaires, secondaires, lycée), des services administratifs, un dispensaire, les acteurs de développement local (associations et ONG) souvent installés et actifs dans bien de domaines sociaux.

---

<sup>45</sup> Liste de tous les logiciels en annexe.

### **3.7.2- Les équipements**

Chaque Clac dispose d'une bibliothèque équipée d'une collection de livres, de jouets éducatifs, de jeux de société, de matériels audiovisuel, de mobiliers pour la bibliothèque. Les Clac sont également abonnées à des journaux et revues nationaux et internationaux<sup>46</sup>.

### **3.7.3- Les activités**

. Les principales activités gravitent autour du prêt de volumes et de jeux éducatif, de la consultation des ouvrages à la bibliothèque ou à la médiathèque, la projection de films documentaires ou de fiction, les clubs de lecture, les activités culturelles telles que danse, théâtre, musiques, ainsi que les conférences débats. Une activité très bénéfique est l'autoformation, avec une salle multimédia comportant un ou plusieurs postes informatiques avec des logiciels de bureautiques, souvent prisés des enseignants, des personnes hors du système scolaires (acteurs de développement etc.)

La bibliothèque de chacun des clac possède une collection d'environ 1 500 à 2 000 livres, répondant aux intérêts des lecteurs, puisque choisie avec leur collaboration. Particulièrement fréquentés par les scolaires, elle contient une bonne proportion de livres susceptibles de les intéresser : albums, bandes, dessinées, contes, romans, documentaires pour la jeunesse sur les sciences naturelles, la religion, la géographie, l'histoire, les sports, les arts etc. S'y ajoute une collection d'ouvrages destinés aux adultes. Une particularité des bibliothèques Clac, est la mise en valeur des écrivains ou auteurs nationaux et régionaux, ainsi que des sujets d'intérêt particuliers pour le milieu : santé, hygiène, développement rural entre autres.

La lecture demeure l'activité primordiale des centres de lecture et d'animation culturelle. Les lecteurs s'abonnent, empruntent des ouvrages, lisent, consultent les encyclopédies et les revues auxquels les Clac sont abonnés, ou travaillent à la bibliothèque.

Les Clac sont accessibles plusieurs jours par semaine suivant un horaire précis préalablement déterminé par son comité de gestion.

### **3.7.4- Les ressources humaines**

Environ 2 000 personnes sont directement concernées et actives dans les Clac. En effet, 17 responsables nationaux consacrent beaucoup de temps à leur gestion; 20 coordonnateurs de réseaux y travaillent en permanence ; plus de 600 animateurs gèrent et

---

<sup>46</sup> Tableaux des équipements des clac, en annexe.

animent au quotidien leur centre ; plus de 1 300 personnes sont membres des comités de gestion. Une soixantaine de stages de formation initiale, de stages de recyclage et de séminaires de perfectionnement et de formations de formateurs ont été dispensés à l'intention des animateurs, des coordonnateurs et responsables nationaux.

#### **3.7.4.1- Le responsable national**

Le ministère de tutelle, en s'engageant sur la base d'une convention, désigne l'un de ses hauts fonctionnaires comme responsable national du « *programme clac* » pour servir d'interface entre lui et l'OIF. Celui-ci participe activement à la mise en place et au fonctionnement des réseaux de son pays. La tournée annuelle des Clac, la participation à la gestion des fonds affectés au suivi et à l'animation des réseaux Clac, relèvent de sa compétence : il se porte garant auprès de l'OIF de leurs bonnes utilisations et de leurs justifications.

#### **3.7.4.2- Le coordonnateur**

Est à la tête de chaque réseau d'une dizaine d'unités clac, et assure le suivi permanent sur le terrain ; nommé de commun accord avec l'OIF et le ministère de tutelle, il est la personnes ressources les plus importantes du réseau, à cause de ses compétences en animation culturelle et en bibliothéconomie, et une connaissance approfondie des collectivités locales.

#### **3.7.4.3- Le comité de gestion**

Il regroupe une huitaine de membres représentatifs des activités du milieu (administration, enseignement primaire, secondaire, lycée ; développement rural ; santé ; groupement féminins ; association de jeunes ; etc.), et est présidé par la plus haute autorité locale. Trois animateurs (un permanent et deux bénévoles) sont désignés pour faire partie intégrante du comité de gestion. Ce dernier fait office de conseil d'administration, et les animateurs de conseil exécutif.

#### **3.7.4.4- Les techniciens de maintenance**

Ils sont chargés de la maintenance des équipements électroniques : magnétoscopes, radio cassettes, les matériels multimédias et audiovisuels.

#### 3.7.4.4- Les animateurs

Ils sont les derniers maillons de la chaîne des ressources humaines d'un Clac, mais les plus importants, car ayant une lourde responsabilité dans l'exécution des tâches sur le terrain et sont plus proches des groupes cibles. L'aboutissement des efforts déployés à diverses étapes dépend d'eux. Ils sont souvent bénévoles et pour la plupart des enseignants au sein des institutions des localités, et réalisent au quotidien les tâches liées au fonctionnement de la bibliothèque et à l'animation du clac. S'imprégner des réalités locales est la principale arme pour effectuer leur travail et répondre au mieux aux besoins de la population qu'ils servent. Ils doivent notamment connaître le niveau de scolarisation et d'alphabétisation de la population, le nombre d'habitants, les langues et les ethnies, les religions, les effectifs scolaires par niveaux, les institutions et organismes œuvrant dans la localité, les manifestations culturelles et traditionnelles, ainsi que les activités économiques du milieu. Ils mettent à profit les connaissances acquises au cours des formations qui leur sont destinées, et organisent les espaces de la bibliothèque, s'occupent de l'enregistrement des biens culturels de leur Clac respectif, et de leur rangement. Ils sont les gestionnaires des centres de lecture publique et d'animation culturelle, jouent les intermédiaires directs entre la population et les services offerts. Les responsabilités suivantes s'inscrivent dans leur tâche quotidienne :

- ✓ Informer par divers moyens : signalisation, affiches, messages radio, rencontres directes ;
- ✓ Sensibiliser la communauté sur les services mis à leur disposition et l'inviter la à visiter le Clac ;
- ✓ Assurer le service aux usagers, aux heures d'ouverture prévues dans le règlement intérieur de leur Clac ;
- ✓ Accueillir le public, inscrire les nouveaux abonnés et assumer toutes les opérations liées au prêt des livres et des jeux et à leur récupération dans les délais ;
- ✓ Rester à l'écoute de la population et s'assurer que les collections et les activités du Clac répondent le mieux possible aux besoins de la population : ils mènent ainsi de nombreux gestes à caractère administratif pour assurer la bonne gestion du centre dont ils relèvent ;
- ✓ Enregistrer et traiter les biens culturels à leur arrivée au Clac, codifier les documents acquis localement et effectuer les inventaires annuels ;
- ✓ Veiller à l'entretien des locaux. Ils s'assurent de leur propreté et du rangement des livres sur les rayons, veillent à la bonne utilisation des équipements



audiovisuels et signalent au coordonnateur tout besoin d'intervention du technicien du réseau ;

✓ Tenir à jour le registre des abonnés et les fichiers de prêt. Ils recueillent les statistiques quotidiennes de fréquentation des Clac, sur la base desquelles ils fournissent des rapports statistiques mensuels, puis un rapport annuel.

### **3.7.5- La formation**

L'Organisation Internationale de la Francophonie, organise au profit des animateurs locaux des nouveaux réseaux, des stages de formation. Avant l'ouverture d'un nouveau réseau, un stage initial est organisé pour former l'ensemble des animateurs à la gestion d'un Clac. Chaque élément de formation s'accompagne d'exercices pratiques et les animateurs repartent avec une idée réelle du travail à accomplir dans leur Clac. Ce stage initial constitue toujours un moment très fort dans la vie du réseau, dans la mesure où il marque le démarrage effectif du projet dans le pays, avec les personnes appelées à le faire vivre au quotidien.

Elle prévoit également des séminaires de perfectionnement pour les animateurs des clac existants, ainsi que des formations de formateurs pour les coordonnateurs des réseaux, dans un processus d'autonomisation de ses collaborateurs du sud. Aussi pour, Les responsables nationaux, qui participent d'abord de manière active à la mise en place du réseau, à la formation des animateurs et à l'ouverture effective des Clac, des séminaires périodiques de quelques jours sont prévus à leur intention et concernent particulièrement la gestion administrative. Ces séminaires permettent de faire un bilan de la situation des réseaux dont ils ont la responsabilité. Ils permettent aussi de faire état des nouvelles activités développées dans les Clac, de chercher des solutions aux problèmes qu'ils rencontrent dans le cadre de leurs fonctions, par exemple avec les coordonnateurs les bureaux régionaux et le dédouanement du matériel expédié dans les pays. Des solutions sont proposées et mises en œuvre pour faciliter leur travail.

Tous les deux ans Chaque coordonnateur organise un séminaire de recyclage et de perfectionnement pour les animateurs de son réseau. Il établit un programme de recyclage ou de perfectionnement à la lumière des forces et des faiblesses de ses équipes, afin de répondre précisément à leurs besoins. En plus dans le souci de permettre aux coordonnateurs des réseaux, d'être mieux outillés pour aider les animateurs dans leurs tâches quotidiennes, il est organisé tous les trois ans des séminaires de formation de formateurs, à l'intention des coordonnateurs. Dans leurs fonctions régulières, les

coordonnateurs doivent assumer certaines responsabilités pédagogiques auprès de leurs animateurs. Ils sont appelés, par exemple, à initier un nouvel animateur qui se joint à une équipe, à rectifier certaines pratiques mal comprises, à conseiller les comités de gestion, etc. en plus il leur ai de surtout concevoir, d'organiser et d'animer les stages locaux de recyclage des animateurs de leur réseau. Ils doivent donc maîtriser à fond les pratiques quotidiennes des Clac et développer des approches pédagogiques adaptées au contexte et au niveau des animateurs. L'atout de ces séminaires de formation de formateurs est d'approfondir avec les coordonnateurs chacune des pratiques de gestion et d'animation du Clac, ainsi que d'échanger, de proposer et de mettre au point des méthodes de présentation de ces éléments aux animateurs.

### **3.7.6- La gestion**

La gestion des clac par l'OIF, se caractérise par son accompagnement dans le temps, des pays et des localités d'accueil des structures clac, dans le processus de consolidation et d'ancrage des centres dans les milieux. Toutes les collections des réseaux clac, sont des outils précieux au service du développement local ou communautaire, généralement rares dans le contexte rural. Ainsi l'OIF renouvelle et entretient les biens culturels, et permet la formation continue des animateurs et bibliothécaires des clac. Les Etats et les localités s'occupent de leur part de toutes les charges itinérantes au personnel et aux infrastructures.

Les bureaux régionaux de l'OIF, abritent une structure décentralisée de gestion des réseaux clac, formant ainsi des experts du Sud pour assurer le suivi et l'évaluation des réseaux. Annuellement, l'OIF met à la disposition de chaque pays, des fonds destinés à la tournée annuelle du responsable national, aux tournées mensuelles des coordonnateurs, à l'abonnement aux journaux et revues, à l'acquisition d'ouvrages édités localement en Français ou en langues nationales, à la maintenance des équipements audiovisuels, et aux activités d'animation des clac, et équipe les coordonnateurs de réseaux en outils informatique avec accès à internet.

Au niveau local, le Clac est géré par un comité de gestion composé de

### **3.8 - Les réseaux clac et leur suivi**

Un réseau comporte une dizaine d'unités clac mises en place dans une région ou un département d'un pays. Il en existe 21, formés de 213 clac. Ainsi partagent ils les avantages matériels et la dynamique du même réseau dans lequel ils s'inscrivent. Aussi

bénéficient ils de l'appui permanent d'u coordonnateur de réseau et des services d'un technicien de maintenance des équipements audiovisuels. Les clac d'un même réseau se partagent divers biens culturels tels que, une collection tournante de livres et de documents audiovisuels, certains équipements (appareil photo, caméscope, matériels de sonorisation) qui sont mis à leur disposition pour des manifestations ou des occasions particulière.

Entre animateurs on assiste à des échanges d'expérience ; des concours, la tournée inter clac de spectacles, les festivals cultuels sont autant d'activités possibles par le fonctionnement des clac en réseaux.

L'OIF assure la formation d'un technicien local, qui sera chargé de la maintenance des équipements audiovisuels et solaires des Clac d'un réseau. En 1997, un premier séminaire de formation réunissant l'ensemble des techniciens des réseaux Clac a eu lieu au Burkina Faso. Ce séminaire avait pour but d'amener les techniciens à échanger leurs expériences, à faire état des difficultés rencontrées dans la réparation des équipements et à parfaire leurs connaissances du matériel pour un meilleur suivi. On a également fourni des consignes visant la gestion des équipements, la rédaction de fiches d'entretien pour chaque intervention et la rédaction des rapports trimestriels sur l'état des équipements du réseau.

En somme le programme Clac est un exemple intéressant en animation culturelle des milieux bénéficiaires. Il présente une organisation structurelle et spatiale remarquable, une gestion participative et incitative en matière de développement local. Les impacts sont nettement positifs, avec son apport à l'éducation, sa participation au développement socioéconomique à travers ses implications dans les problèmes sociaux, et bientôt son action en communication participative pour le développement. Il contribue au désenclavement des milieux d'accueil par l'audiovisuel et le multimédias. Ce programme sert de médiateur entre les populations, les opérateurs de développement, permettant à chacun des acteurs de développement de centraliser ses activités autour des Clac.

## **Chapitre 4 : Propositions de nouvelles approches pour améliorer la mise en place et le fonctionnement des centres culturels de proximité du Togo (ou Lomé)**

Avant l'accomplissement de toute chose, certaines dispositions semblent nécessaires et servent de base, de pierre angulaire. Toutefois, les approches qui suivent, font objet de recommandations, qui paraissent évidentes mais, ne constituent pas une panacée.

### **4.1- Les préalables requis**

Il s'agit de refuser de se laisser démoraliser, et de se résigner par le manque de moyens, éviter ainsi de tomber dans le laxisme, qui tue sans sursis la profession en dévalorisant les services aux publics, et les productions artistiques des centres d'animation. Ce réflexe de recherche de survie, oblige à des résultats, aussi minimes, avec des moyens faibles disponibles. Cela permettra d'améliorer nettement les performances avec des moyens plus importants. Faire preuve d'imagination, de créativité de volontarisme et de militantisme « *pour transformer le cercle vicieux en un cercle vertueux*<sup>47</sup> ».

C'est une nécessité pour les centres culturels de proximité, de se réorganiser de manière structurelle, administrative, établir des stratégies d'action, et répondre aux caractéristiques de décentralisation et bénéficier de personnalités juridiques.

Les interventions culturelles par le CCF de Lomé, paraissent nettement insuffisantes pour satisfaire tous les besoins culturels de la ville. Les recommandations qui suivent dans un objectif global, s'inscrivent dans la complémentarité. C'est une visée culturelle, d'insertion sociale, d'expression individuelle et collective, qui touche les couches sociales : enfants et adultes, professionnels et scolaires.

Pour ce faire, il faut que les centres culturels de proximité soient populaires, proches des besoins et aspirations de leurs publics. Afin d'assurer la garantie de leurs investissements, il doivent se soucier (ou se préoccuper) de leur bien-être, et ne jamais perdre de vue la mission qu'ils se sont assigné. La conduite de leurs actions, ou de leurs projets, doit donc concilier ces deux objectifs dans leur conception. Il semble important d'insister sur des préalables.

---

<sup>47</sup> Docteur Peter Lor, ancien directeur de la bibliothèque nationale d'Afrique du Sud à Pretoria, in ,QUIÑONES Viviana, (dir.), *Faire vivre une bibliothèque jeunesse : Guide de l'animateur*, La joie par les livres, Paris 2005.

Cela revient à résoudre, suffisamment de difficultés, dans une approche plus culturelle, à vocation socioéducative, qui semblent imminentes, pour répondre au moins aux besoins scolaires qui se sont pressentis au cours des enquêtes sur le terrain, en matière de lecture et d'animation culturelles, de bibliothèque par exemple.

En effet pour assurer le plein service culturel de proximité, et assurer avec efficacité l'épanouissement social, éducatif et culturel de la communauté, qui l'entoure, le centre d'animation culturelle doit redynamiser ses prestations et productions, aussi bien dans le fond que dans la forme. C'est la seule garantie sans doute, pour assurer à la société la confiance dans la proximité dont il se réclame. Les publics aussi doivent ils répondre à des normes, pour mieux profiter des produits culturels qui leurs sont offerts.

#### **4.2- La redéfinition des objectifs**

La mission des promoteurs des centres culturels, doit être reprécisées, en fonction des mutations sociales. Ceci ouvre la voie, à une pluralité d'idées novatrices possibles.

Etablir un contact avec la communauté locale, demande de bien connaître et de bien comprendre le contexte local, en matière de besoins divers (environnement, santé publique, éducation). L'absence de participation, rappelle le permanent problème de faible consommation des produits culturels, qui réduit littéralement les activités culturelles, des centres presque au néant. Cerner les tenants importants dans la conception de projets culturels mis à la disposition des publics, permet de corriger ce problème, et par delà exploiter la demande jusque là ignorée. Cela implique la communauté et les autres parties prenantes dans la planification d'une initiative de développement culturel, ou d'un projet de recherche-action, en loisirs, en éducation, en lecture publique etc.

Les centres culturels de proximité, doivent dans la redéfinition de leurs objectifs, prendre en compte les réalités socioéconomiques, environnementales et éducatives actuelles. Cette approche leur fournira de la matière, dans l'exécution de leurs actions et dans leurs initiatives de création artistique.

Il s'agira de:

- Cerner un problème (les problèmes sociaux) de développement ou d'acuité sociale donné, et y orienter les créations et les initiatives culturelles, mieux déterminer un objectif correspondant aux besoins de la communauté, et en faire un projet de création culturelle. L'impact sera de concilier loisir et résolutions de phénomènes sociaux. C'est l'exemple des ARQ (cf. le partenariat avec les associations et ONG).

- Comprendre les multiples dimensions de la question sociale face aux difficultés de viabilité des activités de diffusion et d'expression artistique, et déterminer les solutions potentielles (dans le cas d'un programme d'activités à mettre en oeuvre) ou les conditions préalables requises (dans le cas d'un objectif à atteindre dans une dynamique économique).
- Fixer un plan d'action à mettre à l'essai ou à implanter.
- Préciser les conditions nécessaires en termes de connaissances, de partenariats et de conditions matérielles.

Cette suite d'actions devrait coïncider avec les objectifs du projet de recherche ou de développement. Idéalement, ces objectifs devraient être fixés à cette étape. En pratique, cependant, ils sont souvent définis bien avant, à cause des contraintes de présentation des propositions de projets de développement ou de recherche. Lorsque c'est le cas, il est souhaitable d'inclure, comme première série d'activités dans le projet, une activité de révision et de finalisation des objectifs et des activités qui se feront avec les membres des communautés concernées et les autres parties prenantes concernées.

#### **4.3- La proximité dans la confiance**

La proximité se concentre sur des caractéristiques fondamentales de l'interaction entre l'individu, la communauté et le lieu de représentation culturelle. Il est évident et important, que le centre culturel soit crédible, pour être intégré dans le quotidien de la communauté. Cela suppose l'instauration d'un minimum de confiance, afin de rendre valide leur présence au sein de la société.

Pour relever les défis, il faut insister sur les services aux publics. La recherche-action, doit constituer l'un des objectifs essentiels, pour donner l'empreinte d'une approche participative et consultative. Les offres doivent être adaptées à l'évolution des publics et des services aux publics. Ceci dans le respect des besoins et aspirations sociétales à l'épanouissement et aux loisirs, à court et moyen termes.

La présence des structures de proximité au sein des communautés, doit d'abord être perçue, par chacun des individus comme bénéfique. D'où la nécessité d'une sensibilisation bien nourrie. L'individu sera donc conduit, à penser en terme d'échange et d'apprentissage, et non simplement en terme de lieu de représentation. Cet échange, installe une médiation dans l'exercice du culturel, par lequel le besoin qui s'exprime entre autres, chez l'un donne des tâches à l'autre, le redynamise et appelle donc à l'établissement

d'un réseau local : populations et lieux de représentations : « *espace de médiation, espace de circulation* »<sup>48</sup>.

La culture génère des besoins renouvelés de proximité. Néanmoins la proximité s'amenuise, soit par perte de solidarités locales (installation de l'individualisme), soit par distanciation culturelle, précisément dans les milieux urbains et leur périphérie, à telle enseigne qu'un appauvrissement culturel gangrène la communauté.

L'espace culturel de proximité, répond à cette aspiration par son implantation au cœur des populations qui constituent son public dans lequel il se fonde, et qui le phagocyte. Mais aussi, parce qu'il tend à rester un lieu public ouvert à tous, un espace de confiance à plus d'un titre, de consensus autour de l'expression culturelle.

Cette proximité se base sur la confiance de stress, par sa neutralité à travers la médiation et l'animation culturelles. Elle est la preuve valorisée d'un véritable atout des rapports entre les personnes d'une même communauté.

Ce rapport de confiance dans la proximité, fonde les perceptions culturelles de l'individu.

Il est important d'éviter de paraître aux yeux des publics, comme des intervenants plus avides d'intérêts financiers : cela donne plus de crédibilité. Ce nouveau rôle qui leur est proposé, demande un apprentissage et l'acquisition de nouvelles attitudes. Il faut d'abord et avant tout apprendre à établir un dialogue avec les populations. Les amener à s'exprimer, à épouser les loisirs qui leurs sont proposés. Il leur revient d'atteindre un consensus autour du plan d'action, et des prestations. Cette habileté exige de savoir bien écouter, et d'inspecter les points de vue des personnes, d'échanger des informations, et établir la confiance qui donnera du sens à la proximité.

#### **4.4- Les compétences dans la mise œuvre des projets**

Un autre aspect, important est d'acquérir et de développer les compétences.

En effet, la compétence s'exerce dans un contexte ou dans un champ de situations donné. Elle ne s'acquiert, ni par addition de comportements simples appris, ni transférable « *mécaniquement* » d'une personne à une autre ou d'une situation à une autre. La compétence dans les activités de diffusion, de production et de médiation culturelles des centres de proximité, se construira donc de l'intérieur. (cf. la proximité dans la confiance), en allant de l'« *interindividuel* » à l'« *intra individuel* », et par extension à l'intracommunautaire. Les animateurs ou les médiateurs culturels, doivent également faire

---

<sup>48</sup>-Bernard LAMIZET, *La médiation culturelle*, L'Harmattan, Paris, 2006. P. 34.

preuve d'une compétence, d'abord basée sur le bon sens, la volonté et le goût du travail bien fait, et une grande ingéniosité doublée d'imagination.

Il sera question de mener, d'une part une préparation à l'animation et à la médiation culturelle, d'autre part de développer des connaissances et la sensibilité des publics. C'est une pédagogie indispensable. Pour cela il faut:

- Faciliter l'accès aux publics,
- Concevoir des rencontres entre les artistes et les publics,
- Susciter une approche sensible du centre culturel et stimuler leur perception par des actions ponctuelles (développer des projets spécifiques pour les publics scolaires par exemple),
- Donner des occasions de pratique d'art, afin de faire voir, faire sentir, faire découvrir des connaissances. Cela permettra de maintenir une cohésion sociale,
- Positionner les initiatives de médiation par rapport aux enjeux des financeurs, des partenaires et des besoins locaux,
- Intégrer dans les projets de médiations, les questions et les problèmes d'actualités perçues par les publics.

Tout cela favorisera une bonne mise en situation des centres avec la communauté.

#### **4.5- La planification ou la programmation des activités**

Ceci est très important, et doit mettre fin à l'improvisation dans l'organisation des activités de loisirs, d'animation et de spectacles. C'est une nouvelle conduite à suivre, qui oblige à définir d'abord des moyens nécessaires à la mise en œuvre du projet, ensuite les étapes et les résultats intermédiaires, enfin planifier la phase de conception et de réalisation. Il en sortira un calendrier sur le déroulement des actions à mener, ainsi que toutes les tâches afférentes. Cela facilitera l'approche des publics.

#### **4.6- La participation communautaire**

Devons-nous encore parler de «participation»? La participation a été le concept de développement central dans les dernières décennies et tout intervenant en développement s'y réfère. En pratique, toutefois, elle regroupe plusieurs approches «non participatives». Par exemple, c'est le cas des intervenants qui utilisent des techniques participatives dans un contexte où ils ont déjà cerné le problème et où ils se servent des renseignements fournis par ces techniques pour mener la recherche ou le projet de développement.



La participation couvre différents champs pratiques. On l'emploie parfois pour légitimer des approches qui ne sont pas dans les faits, participatives. Dans certains cas, l'on dira : *«C'est une approche participative puisque nous avons pratiqué les techniques de recherche participative avec les communautés»*. En réalité, ces techniques vont de pair avec la compréhension des fondements de l'intervention. Elles doivent servir à élaborer un processus dans lequel les membres de la communauté conçoivent l'initiative de développement. Si tel n'est pas le cas, la technique est mal utilisée et le processus participatif demeure limité.

De même, la participation ne doit pas se limiter à la « consultation ». En développement, les communautés doivent participer à la définition de leurs propres problèmes, à la recherche des solutions possibles et au choix de la mise en œuvre. S'il y a production d'information, celle-ci devrait être menée de façon à aider les communautés à comprendre un problème particulier et à agir pour le régler.

La participation n'est pas non plus synonyme de mobilisation. Le concept va bien plus loin que la simple obtention du soutien de la communauté pour un projet culturel de développement conçu par les autorités, les ONG ou les spécialistes. Cette approche ne permet pas d'obtenir des résultats durables car les décisions sont prises à l'extérieur de la communauté.

Qu'est-ce que la « participation » alors? Un bon indicateur est donné lorsque les gens prennent la responsabilité de mener à bien une initiative de développement. C'est-à-dire que les membres de la communauté prennent non seulement part aux activités, mais sont engagés directement dans le processus décisionnel et dans la planification de l'initiative de développement.

Afin d'encourager ce type de participation, les équipes de recherche et les agents de développement doivent percevoir leurs vis-à-vis non comme des bénéficiaires mais bien comme des partenaires de l'effort de développement. De même, du côté de la communication, il faut déployer des efforts afin de faciliter la participation aux discussions sur le problème de développement à régler ou l'objectif à atteindre ainsi que sur les actions à entreprendre.

Le concept de «participation » implique directement celui de «communauté ». Le but des centres culturels de proximité, est d'encourager la participation. Ils doivent garder en tête qu'une communauté locale n'est pas tant un groupe homogène de personnes qu'un regroupement d'individus et de sous-groupes ayant tous leurs propres caractéristiques et intérêts. Il arrive souvent qu'une décision prise au nom de la communauté ne reflète en fait

que les intérêts d'un groupe en particulier. Dans un cas semblable, la communication devient un moyen de manipulation. Il est important de circonscrire clairement les groupes communautaires touchés par un problème de développement et prêts à entreprendre des actions.

#### **4.7- Efficacité des services au public**

La médiation culturelle unit les publics, les représentations artistiques et les biens culturels. Il est intéressant de connaître les personnes auxquelles elle s'adresse. Ainsi le centre culturel doit travailler à éveiller chez les publics, la capacité à prendre conscience des événements culturels. Ce rôle sera une garantie des services aux publics. Il faut donc rechercher ce qui donne du sens dans le rapport « public activités culturelles ». Il facilitera l'intégration du centre culturel dans le quotidien de la communauté. Ainsi s'ouvrira-t-il davantage à son milieu.

Cela passe par l'engouement et l'enthousiasme de communiquer, qui favoriseront une intégration progressive. Les centres s'ouvriront davantage à leur milieu, qui pourra mieux les connaître et s'engager pour faire évoluer leurs activités de médiation culturelle. Cela démontre donc l'importance d'un apprentissage mutuel entre le médiateur (le centre culturel de proximité) et le récepteur (les publics).

Pour une meilleure efficacité, le centre de proximité est dans l'obligation de connaître tous les modes d'expression dominants des secteurs artistiques et culturels, qui font bouger les limites habituelles des publics.

#### **4.8- La sensibilisation et l'information**

L'information et la sensibilisation, sont des outils de facilitation de la participation, et passent indubitablement par la communication, qui sous entend l'information, la publicité, le marketing etc.

Le succès des activités de communication est intimement lié à la perception du rôle de l'intervenant à titre de facilitateur du processus de participation individuelle ou communautaire. L'important n'est pas de diffuser ou de transmettre des messages, mais plutôt de faciliter la participation aux activités d'animation et de médiation culturelles des structures de proximité.

Or la communication est une composante essentielle de la recherche et du développement participatif. Tout intervenant en développement (de manière générale), qui

travaille avec une communauté est également un agent de communication. La façon d'approcher une communauté locale, l'attitude adoptée dans l'interaction avec les membres de cette communauté, le degré de compréhension de leurs problèmes et la façon de les approcher, la manière de recueillir l'information et de la partager, ainsi que celle devant les mettre en confiance face à une production, en vue d'adopter une attitude souhaitée, impliquent une manière d'établir un processus de communication. La manière dont la communication sera établie avec les populations, conditionnera ainsi, la façon dont elles se sentiront concernées par les problèmes abordés et le degré avec lequel elles participeront à une initiative concrète devant leur apporter satisfaction.

Le rôle du promoteur culturel, dans le cas du développement social et économique de son centre devrait plutôt consister d'une part, à établir un dialogue avec les membres de la communauté sur des questions de développement liées à ses objectifs et à sa mission, et d'autre part, à faciliter le dialogue entre les groupes communautaires, qui ne sont que la cible de ses activités de médiation. En d'autres termes, cela consiste à établir une stratégie de communication qui viendra appuyer l'initiative à mettre en œuvre. Elle implique les actions suivantes :

- Préparer et mettre en œuvre un plan de communication visant à soutenir le plan d'action retenu et les buts visés pour la mise en œuvre des projets culturels et artistiques, à l'endroit des publics de la communauté,
- Faciliter la mise en place de partenariats (confer le partenariat avec les médias),
- Faciliter l'acquisition des connaissances nécessaires à la réalisation de ces activités,
- Planifier la diffusion et l'utilisation des résultats.

Afin que la communication puisse efficacement soutenir des initiatives culturelles, elle doit être menée avec beaucoup de tact, et à double voie. Il est à préciser, que les centres d'animation culturelle de proximité, ne se situent pas dans une approche purement socioculturelle, mais aussi, et surtout dans une dynamique culturelle et économique. La communication dans ce cas, ne doit pas consister en une simple diffusion d'informations, ni en des efforts de persuasion visant à dire aux gens ce qu'ils devraient faire ou ne pas faire. Elle ne doit pas non plus, être aperçue comme, une façon de motiver des personnes à participer à des activités auxquelles elles n'ont pas directement contribué.

Cela oblige à des campagnes d'information et de sensibilisation, autour des actions à mener, et de leur validité. Ces actions, sont doublées de l'existence même des structures de diffusion et de production culturelles et artistiques.

Concrètement il faut :

✓ Cibler des médias et élaborer des supports. Cela consiste, à concevoir, à organiser et à suivre un plan de communication. Ensuite, infiltrer les publics avec les supports élaborés: affiches, tracts, insertions, messages, articles etc. Définir d'une part, dans la suite, les opérations de promotion vis-à-vis des partenaires, des mécènes, des sponsors, des prescripteurs, ainsi que celles à mettre en œuvre ou à intégrer. D'autre part les organiser. Cela revient par conséquent à informer et établir des contacts privilégiés avec les médias.

✓ Elaborer des supports. En effet, il faut réaliser des supports de communication efficaces : communiqué de presse. Ensuite, élaborer le cahier de charges pour la réalisation du support : graphique, audiovisuel, multimédia. Dans la continuité, réaliser des supports de présentation et d'animation pour les diffusions et les distributions: diaporama, dépliants, bande-son, gadgets, transparents. Enfin, concevoir des supports de vente intégrant l'esthétique de l'évènement : billets, tickets.

La sensibilisation est donc, une action planifiée, fondée d'une part sur les processus participatifs devant aboutir aux objectifs, et d'autre part sur les médias et les communications interpersonnelles, qui facilitent le dialogue entre différents intervenants impliqués dans le processus de production artistique, et de participation.

#### **4.9- Les Partenariats**

Dans l'exercice de leurs activités, par souci d'efficacité immatérielle et financière, les centres culturels de proximité, au vu de leurs finalités, sont soumis aux contraintes économiques, qui sont fonctions de la fiabilité et de la viabilité dans l'aboutissement de leurs objectifs.

A côté, se dessine la mission d'initiation « grand public » qui se poursuit, et trouve dans une certaine mesure, une solide assurance dans le partenariat avec d'autres institutions, aussi bien socioculturelles, socioéducatives, socioéconomiques, et qui semblent cohérentes avec les divers volets de la vie culturelle et sociale (art, culture, éducation, santé, environnement...). Cette analyse confirme que, le terrain artistique n'est pas celui où les interactions entre les différents aspects du social, se réalisent le plus facilement et le plus directement.

Le partenariat permet une structuration du milieu social du type « global dans le social » et une coopération des usagers, dont les centres culturels se sentent proches.

Toutefois, envisager un partenariat (interinstitutionnels, interculturels, intracommunautaires, extracommunautaire, ou autres) fait appel à des priorités susceptibles de s'en dégager pour une bonne collaboration. Les atouts devant s'inscrire dans une bonne pédagogie, cela suppose à répondre aux attentes des usagers, et des acteurs dans la mise en œuvre des projets culturels et assurer la diffusion artistique. Cela demande une démarche assez délicate, nécessitant une implication active de ses acteurs.

Le partenariat doit être axé vers la communauté dans sa totalité. Toutefois, il sera facilement effectif et plus pragmatique à partir de quelques groupes sociaux tels que :

❖ Les établissements scolaires

Cette relation permettra d'établir des liens entre le travail d'éducation des scolaires et enseignants, et les activités culturelles dans l'environnement social. C'est une perspective de renouvellement de ressources humaines, et de conquête de publics. Le secteur éducatif est un partenaire naturel. Sa participation active, sera autant bénéfique pour lui et pour les centres culturels. Elle gagne à être diversifiée, permettant aux médiateurs culturels de viser des activités qui s'appuient sur ce groupe social. C'est un travail permanent de mise en cohérence, utile et profitable à chacun.

L'Ecole reste un partenaire indispensable pour les centres culturels de proximité. Néanmoins, on doit s'interroger sur le pourquoi et comment collaborer avec elle.

Il est important pour les structures d'animation culturelle, de collaborer, en entrant en dialogue avec le système éducatif de leur environnement social, en préservant toutefois la spécificité du rôle de médiateur culturel : il n'est pas question de se substituer à l'Ecole dans son rôle éducatif, plutôt s'inscrire dans une complémentarité qui suscite de nouvelles attentes.

Le pari est d'amener les Elèves<sup>49</sup> et les enseignants à s'intéresser aux activités culturelles à plus d'un titre. Les stimuler d'abord sur plusieurs plans à consommer les produits culturels et de loisirs pour leur épanouissement, sans être ni culturellement déphasés, ni inadaptés au programme scolaire. Ensuite, construire des ponts par lesquels l'élève ou l'enseignant, puisse accéder à son épanouissement personnel.

Le défi, consiste en somme à trouver des points de jonction qui respectent aussi bien les projets et ambitions pédagogiques du système éducatif, que les objectifs à

---

<sup>49</sup> Elèves, renvoie à toutes les catégories de scolaires : maternelle, primaire, secondaire, lycéens.

atteindre, les missions à remplir, ainsi que la démarche des centres qui répondent aux attentes de tous.

C'est une démarche interactive possible dans bien de domaines, comme l'extrascolaire. Pour les médiateurs culturels, il faut aller à la rencontre du système éducatif dans son ensemble, surtout l'équipe pédagogique, afin de s'enquérir de leurs attentes en matière de loisirs et divertissements, et faire part de ce que les centres culturels peuvent concrètement leur apporter, en terme de supports, de loisirs et d'animation.

Impliquer le système éducatif, dans des projets d'animation, peut l'inciter à mener, et à diriger lui-même des actions de création culturelles et artistique vers les centres : donner un exposé, animer un club de lecture ou de presse, mener un débat suite à une projection de film, mettre en scène avec des élèves des pièces de théâtre, durant les semaines culturelles, développer une bibliothèque de proximité pour la lecture publique, etc.

Les élèves peuvent ainsi individuellement, ou en groupes associés participer aux moments d'animation ouverts à tous, payants ou gratuits : *« il n'y a rien de plus convaincant pour un élève réticent, que de voir le plaisir que l'autre éprouve au point de le partager<sup>50</sup> »*.

Lancer de temps en temps, une invitation au corps enseignant, semble subtile pour qu'il puisse découvrir le fonctionnement, les modalités, les règles, et les projets d'action culturelle : des animateurs et médiateurs culturels peuvent y provenir.

La collaboration avec les institutions scolaires avec une approche globale en éducation, permettra de se situer dans une vision culturelle, et faire la promotion d'initiatives de développement culturelles locales durables.

Cependant, l'autre face de l'efficacité de ce partenariat avec l'Ecole, est d'aller encore plus loin et s'adresser aux parents.

#### ❖ Les parents

C'est à eux, d'assurer d'une manière ou d'une autre, à l'élève, la participation socioculturelle ou financière : ne serait ce qu'une autorisation parentale qui lui sera accordée pour assister à un concert, à un spectacle, etc.

L'Ecole favorisera leur assentiment par le biais des Association de Parents d'Elèves (APE). Leur acceptation et leur volonté, doivent d'abord émaner de la confiance devant s'établir avec la proximité des centres. Cela fait appel à la crédibilité des promoteurs et à la reconnaissance du système scolaire. Ils agiront alors par conviction. Cette détermination

---

<sup>50</sup> QUIÑONES Viviane (dir.), *Faire vivre une bibliothèque jeunesse : Guide de l'animateur ; Hors série, La joie par les livres, Paris avril 2005.*

sera source de dynamisme pour les élèves et source de créativité pour les centres culturels de proximité. Les parents sont responsables de famille et ont conscience qu'un service public ne se déroule pas en vase clos. Il doit s'adresser à tous et sans exception. Les élèves s'orienteraient-ils alors spontanément vers les centres culturels de proximité, si les parents venaient à le leur interdire ? Qu'à cela ne tienne c'est aux promoteurs des centres d'aller vers les parents, quitte à changer quelque peu leurs habitudes pour s'adapter à leurs modes de vie.

En somme, les parents et tout le système pédagogique peuvent apporter des compléments qui éclairent des notions d'imagination, et qui suscitent dans une large mesure des intérêts partagés. Ce partenariat prolongera et ouvrira à des apprentissages.

#### ❖ Les associations et ONG

Elles sont au cœur du social, et sont généralement engagées dans la recherche du bien-être des populations. Leurs actions sont dirigées vers les masses, et sont ouvertes aux partenariats qui leurs permettent de largement véhiculer leurs idées, et de mener à bien leurs actions. Par conséquent, la proximité des centres culturels, n peut être que bénéfique au cœur de leurs activités. Ils leurs serviront d'appui dans la planification de leurs activités de développement local : alphabétisation, planning familial, lutte contre les ist/vih/sida, assainissement, environnement, etc. Les centres, afin de bénéficier de ce type de partenariat, doivent développer des thématiques à partir des axes d'intervention des associations et ONG.

En exemple Plan Togo qui œuvre pour les droits de l'enfant ; GTZ <sup>51</sup>(La coopération technique allemande) pour l'environnement et l'assainissement des villes, ainsi que les microprojets ; PNLIS pour la lutte contre les ist/vih/sida ; l'OIF pour la diversité culturelle et linguistique, et le programme clac ; La joie par les livres, pour la promotion de la lecture publique des jeunes enfants; Terre des hommes, pour le trafic et le travail des enfants ; l'Association Togolaise pour le Bien-Être Familial (ATBEF) pour la contraception et la lutte contre les grossesses non désirées etc.

#### ❖ Les médias

Les médias communautaires, sont généralement ouverts à toute initiative de développement culturel, social et économique. Ils vont au-delà de la simple diffusion d'informations. Et leur domaine d'intervention s'est ainsi élargi à la stratégie des moyens. Aujourd'hui ils sont incontournables dans la réponse à une multitude de problématiques

---

<sup>51</sup> GTZ : Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit.

sociales et culturelles. Ainsi leur choix agit directement sur les résultats d'une manière ou d'une autre. En outre, les médias ont la culture de l'efficacité et leur finalité est l'information de masse et le changement de comportement : le communiqué de presse, la publicité, la bande annonce etc.

Les promoteurs des centres de proximités, en embrassant ce type de partenariat, auront une opportunité pour faire connaître leurs produits, et toucher une grande part de la population. Le rôle, ainsi que l'importance de leurs activités apparaîtront facilement à la masse sociale.

Il est rappelé que les médias influencent d'une manière importante, les décisions relatives par exemple, aux financements, aux subventions, à des conduites à tenir, à des choix de loisirs à faire : « *mieux on comprend la culture des médias, mieux on la maîtrise, mieux on se comprend ; traiter avec les médias c'est comme on est ambassadeur de la recherche* »<sup>52</sup>. Le promoteur culturel doit avoir une relation étroite avec les médias. Il est nécessaire d'avoir un attaché de presse. Ce dernier pourrait travailler sur contrat, et doit être du milieu médiatique pour faciliter les rapports, et pour une plus grande effectivité.

Les partenaires et le centre culturel, doivent dans la mise en place d'un programme d'action, se mettre d'accord sur les objectifs dans la préparation de l'action culturelle, puis sur les moyens de l'activité ou des activités à mener ensemble.

En somme, le partenariat avec le milieu environnant, est un élément fondamental du succès de toutes les activités à la base (culturelles, arts vivants, concert, communication etc.). Il faut donc adopter une approche progressive et veiller à faire connaître le nouveau rôle de médiation culturelle, que les centres veulent jouer dans le sens du développement local, et du bien-être social des populations. Rappelons que les quelques activités qui ont réussi et atteint leurs objectifs sont des actions menées en association ou en partenariat avec une ou deux structures associatives de la ville de Lomé (exemple des ARQ et du FESDA). Il est assez explicite que le partenariat permet de dégager les moyens minima nécessaires à la conduite des activités au sein des communautés, d'obtenir une caution ou un support aux initiatives à entreprendre et, souvent, de bénéficier lisiblement d'aides matérielles et financières pour les projets.

---

<sup>52</sup> POIRIER Marie – France, *Nouvelles et médias*, IRSC (Institut de Recherche en Sciences de la Communication), [www.cihr.ca.%0f22967.html](http://www.cihr.ca.%0f22967.html).



#### 4.10- La Coordination des centres culturels

La communication d'une culture variée, au plus grand nombre, contribue aussi à stimuler la créativité, et est susceptible de réduire les tensions sociales ; c'est aussi une exigence de la démocratie et de l'Etat de droit.

La coordination entre les centres culturels, est aussi un type de partenariat, qui peut être qualifié d'intérieur. Elle pourra s'établir entre les centres de proximité d'une part, et entre les artistes amateurs et professionnels du paysage culturel de Lomé d'autre part. Ainsi les mêmes évènements peuvent être mise en œuvre ensemble et faire une sorte de rotation entre les différents centres. C'est aussi une bonne occasion d'une grande couverture de publics. En prenant l'exemple sur les deux évènements les ARQ et le FESDA précédemment décrits, chacun d'eux peut facilement faire le tour de la ville, en prenant appui sur les autres centres culturels, et gagner d'autres publics. Le FESDA, pourrait utiliser ses voisins pour organiser les éliminatoires, et les ARQ pour mieux couvrir tous les quartiers de Lomé.

Cela conduit à coordonner la mise en œuvre d'un contrat, qui permettra de pérenniser les actions communes et une notoriété, en direction des publics. Ensuite il aura un impact positif dans la mise en place d'une réflexion commune qui donnerait une culture commune aux acteurs. En prenant appui sur quelques évènements culturels qui se déroulent de manière récurrente à Lomé, cela paraît très évident que cette coopération sera très rentable. Chaque année du 28 février au 4 mars est célébrée la « *Fête de l'Internet* », ensuite la « *journée de la Francophonie* » chaque 20 mars, et par ailleurs « *Lire en fête* ». Toutes ces activités se concentrent sur le CCF. Combien de personnes y participent ? Et combien y participeraient si elles étaient célébrées en plusieurs endroits en même temps ?

Cette coordination entre les centres, puis entre les artistes et les groupes culturels locaux est à encourager. C'est un partenariat actif qui regroupera le sérieux du travail des uns, et la conscience des enjeux des autres. C'est une approche de solution à la difficulté de réunir des moyens d'actions (ressources financières, logistiques et humaines). C'est un véritable réseau de proximité en termes de stabilité, de compétences et de qualité.

Toutefois, faut il veiller sur des règles préétablies pour ne pas s'y dérober, et en faire d'autres sources de discorde.

#### **4.11- La Gestion Administrative et financière**

Il revient au centre culturel, de préciser avant toute chose, son statut juridique : association ou privé. Sa gestion débute par là. Son organisation administrative et financière dépendra de son statut.

En effet :

- Organiser et suivre une mise en œuvre administrative,
- Identifier des besoins en ressources humaines, et les gérer,
- Elaborer un profil d'emploi à partir d'une compétence,
- Construire un projet à titre personnel,
- Mettre en œuvre une procédure d'appel d'offre,
- La gestion administrative du personnel,
- Elaborer et gérer un budget, définir un tarif d'accès de participation,
- Repérer les interlocuteurs financiers possibles et s'adapter aux procédures de financement,

▪ Organiser et suivre une mise en œuvre technique,

sont autant d'éléments entre autres, qui ne seront pas abordés de la même manière par un centre culturel qui relève soit d'une gestion associative, soit d'une gestion personnelle.

- Demander un prêt, ou solliciter une aide financière d'un partenaire, demande à fournir une garantie de gestion, qui passe par une crédibilité. L'une des garanties est la structure de gestion disponible : un comité de gestion ou un conseil d'administration.

#### **4.12- La Contribution de l'Etat dans la nouvelle dynamique**

Les aspects matériels de la culture sont généralement négligés par les gouvernements africains.

Or du point de vu industriel, les activités culturelles sont considérées comme des activités économiques à part entière, créatrices d'emplois, productrice de biens et services. Les secteurs culturels jouent de plus en plus un rôle important dans la croissance économique et servent de relais dans le développement social: *« la culture est le quatrième pilier du développement durable »*.

En l'absence d'intervention publique ou de mécénat, il revient donc à l'Etat, la promotion de faciliter et de multiplier les réseaux culturels. Ceci favoriserait les consommations culturelles chez les adultes et les jeunes, surtout chez les scolaires,

puisqu'elles constituent, mieux forment la demande, et contribuent à un développement économique futures des secteurs de la culture.

Donc, il est par conséquent justifié que l'Etat assure à tous le recours aux ressources et produits culturels, au sein de chaque communauté, et y veiller pour empêcher quelque inégalité que ce soit. Puisque l'Etat suppose, n'avoir pas les moyens d'assurer une culture de gratuité aux citoyens, il lui revient de s'y prendre autrement.

Ainsi lui faut il assouplir les démarches administratives requises au niveau des promoteurs culturels, pour l'organisation d'une manifestation culturelle (autorisation, sécurité publique, etc.). Le développement d'une politique de subvention aux initiatives culturelles urge. Faute de cela, il pourrait favoriser l'accès aux micros crédits et à la micro finance pour les promoteurs culturels auprès des institutions de micro crédits. Au mieux, L'état doit intégrer la culture dans l'économie, en discernant un cadre juridique et judiciaire favorable à l'investissement. Il lui faudra pour cela, appuyer les stratégies de développement culturel en ouvrant l'accès des promoteurs culturels, ainsi que des entreprises culturelles aux financements publics. Ces dispositions pourraient être mise en place au sein des institutions financières publiques, relevant donc de sa juridiction de, telles que l'Union Togolaise de Banque (UTB), la Banque Togolaise pour le Développement (BTD) et la Banque Togolaise pour le Commerce et l'Industrie (BTCI), la caisse d'épargne du Togo (CET). Des politiques d'accessibilités aux prêts pourraient être mises en leur faveur. Les prêts peuvent être entre subventions et emprunt. Le but serait en plus de lutter contre la pauvreté, en permettant aux initiatives culturelles de s'insérer dans les circuits économiques : c'est l'un des effets multiplicateurs pour la création d'activités et emplois.

Sur le plan éducationnel, il serait assez intéressant que l'Etat réhabilite les « semaines culturelles scolaires ». Cet événement participera à changer les comportements, les réactions des scolaires, futures responsables de foyer, à long terme face à la consommation des produits culturels.

#### **4.13- Les Actions**

Les actions à mener par les centres de proximité, relèvent de la créativité et de l'imagination. Elles ne peuvent donc être exhaustives. Les mutations sociales et les besoins générés par les populations, pour nous reprendre, sont les sources qui peuvent les alimenter. Néanmoins cela demande quelques exigences comme :

- La formalisation du projet culturel,

- Définition du public,
- La planification programmation des activités
- Conception et adaptation,
- Développement de la connaissance et de la sensibilité du public,
- La logistique : faire un complément d'équipements qui serviront de base d'appui à des loisirs et des rencontres, au sein des centres. Ce sont des jeux de cartes, les belottes, les scrabbles, les damiers, pour les jeux de société ; un équipement audio visuel (télévision décodeur et antenne parabolique, un rétroprojecteur).
- Les ressources humaines,
- La redynamisation et variétés de l'offre culturelle (promotion du cinéma africain, valorisation du patrimoine culturel et naturel national, conférence débats, journée portes ouvertes).

Sur ce dernier point, la tendance suivant les résultats d'enquête, préconise :

✓ De développer en association avec les « clubs de lecture » au sein des quartiers ou des établissements scolaires, des activités autour du livre et de l'écriture. Elles mobiliseront des compétences, notamment les professeurs de Français et des écrivains. Ce sera l'une des occasions de promotion de la langue Française, et de découverte de partenariat autour du livre. Le promoteur prendra la charge de prendre deux ou trois abonnements au CCF de Lomé ; ce qui mettra au moins par quinzaine quatre ou six ouvrages à la portée du club de lecture. Ce sera une occasion de mettre ses locaux à disposition des membres dudit « club » d'animer des séances au sein du centre. La proximité résout la question de coût de déplacement, et d'accessibilité à la lecture, sans toutefois détenir une bibliothèque. Cet aspect de la question peut être étendu à la direction du CCF, qui pourra proposer des tarifs et des modalités d'abonnement spéciales : c'est un exemple de médiation culturelle, et l'établissement d'un partenariat sans « *grand bruit de tambour* ». Cette thématique donne un embryon d'idée, au développement d'une bibliothèque de proximité. Les bases de cette dernière, peut être lancée à partir d'une idée banale : « *Une famille un livre* », ou « *un citoyen un livre* ». Elle se base sur le fait que, mettre sur pied une bibliothèque de proximité au sein de la communauté, demanderait de moyens énormes et de temps. Toutefois une implication de la communauté donnerait des ailes de grandes envergures. Chaque famille possède à coup sûr, un bouquin, ou une revue, un vieux roman, mal conservé et qui périclissent. D'autres encore au sein d'autres familles en ont besoin et n'ont pas les moyens de s'en procurer. Plus encore de pouvoir s'abonner

au CCF de Lomé. Il y en a d'autres aussi, qui les vendent aux bouquinistes, contre une pièce, qui ne représente sûrement pas sa valeur intrinsèque.

Cette thématique, pour avoir du succès doit être appropriée par les parents.

- ✓ D'organiser avec les professionnels et amateurs des arts visuels, des ateliers qui aboutiront à des interventions de création et des expositions. Ce sera des rencontres d'initiation et de pratique de l'art.

- ✓ D'occuper les publics enfants, en développant des activités : spectacle de marionnette, dessin, jeux de société, causerie, etc.

- ✓ Avec les mères de familles, on pourra développer une thématique autour de la cuisine traditionnelle. L'évolution de la modernité, fait reculer les pratiques traditionnelles de la cuisine. L'originalité de certains mets s'embles disparaître avec les mutations sociales. Les jeunes filles sont elles encore en mesure d'assurer le plein rôle d'une bonne ménagère ? La question en tout cas, est au cœur des débats depuis bien de moments sur les radios communautaires de la commune de Lomé. Ce sera aussi l'occasion de la question féminine, et surtout de discuter, sans tabou entre mère et filles sur la sexualité, et la prévention des grossesses indésirables et des IST/vih/sida. Cette thématique peut être développée avec des ONG et association comme le PNLS/Togo, l'Association Togolaise pour le Bien-Être Familial (ATBEF).

- ✓ Il faut avoir une relation étroite avec les médias : magazines culturels, radios communautaires, sites Internet ; ainsi que des journalistes et reporters. Cette relation sera un tampon remarquable dans la politique de sensibilisation et d'information. La tendance n'est pas de solliciter à chaque fois des annonces publicitaires ou des communiqués de presse. Il sera intéressant par exemple de proposer des « jeux questions » dans un magazine, ou dans une émission radiophonique, dont les prix gagnants peuvent être des tickets d'entrée pour une manifestation, une invitation à un atelier pour une semaine. quelques exemples d'émissions sur quelques radios communautaires dont les noms sont à dessein ici ignorés: « *Croisière* »; « *A nous l'avenir* » cette émission est une émission jeunesse sponsorisée par l'ONG "Plan International Togo", qui lutte pour le droit des enfants) ; « *Azimuth* ».

- ✓ Un autre volet, qui semble intéressant, et qui doit faire l'apanage des centres culturels de proximité, est la valorisation du patrimoine naturel et culturel national. Ils seront le relais dans le développement du tourisme intérieur. Cet aspect sera une opportunité indubitable, pour faire connaître les valeurs culturelles, traditionnelles et naturelles du Togo à ses habitants. Les parcs naturels, les profondeurs du terroir national,

les modes de vie des autres communautés nationales, et plus précisément comme exemple concret, « *Koutammakou, le pays des Batammaribas*<sup>53</sup> » classé patrimoine national, puis patrimoine mondial par l'UNESCO. Comment s'y prendre alors ? Organiser des chantiers de vacances, ou des colonies de vacances, en prenant pour destinations des régions du pays comprises dans les circuits touristiques proposés aux touristes étrangers. L'Etat, à travers le ministère de la jeunesse, du sport et de la culture, son homologue du tourisme et des loisirs sera de nouveau sollicité, avec des programmes et des thématiques bien construits. C'est aussi une forme de partenariat qui débute.

#### 4.14- Les Perspectives

- Création d'un ECM : espace culture multimédias.

C'est une idée qui provient des stages de mise en situation professionnelle effectuée au sein du « programme Clac ». En effet, l'« *Etude de faisabilité et des modalités de réalisation de la première bibliothèque virtuelle du programme clac*<sup>54</sup> », est un nouveau concept qui sera développé par le programme clac. C'est une sorte de « Clac urbain<sup>55</sup> » dont le principal accent sera une bibliothèque numérique. C'est l'occasion de s'inscrire dans cette dynamique et augurer un meilleur avenir. L'important n'est qu'elle soit nécessairement implantée dans les centres cités en exemple dans cette réflexion. Mais de trouver un partenariat devant permettre la mise sur pied d'un centre de documentation, devant permettre la recherche, l'autoformation et la culture numérique. Il est recommandé d'établir un partenariat avec par exemple « **La joie par les livres** » dans cette approche.

Aussi, une option a été prise dans ce sens avec le directeur des médiathèques d'Issy-les-Moulineaux, la responsable de la médiathèque Cœur de ville de Vincennes et la responsable des activités culturelles de la mairie de Vincennes de pouvoir bénéficier des ouvrages et du matériel informatique mis en rebus : « ne faut il pas s'asseoir avant de dormir ? ».

- Espace cinéma :

---

<sup>53</sup> Le paysage du Koutammakou, situé dans le nord-est du Togo et s'étendant par-delà la frontière jusqu'au Bénin, abrite les Batammaribas dont les remarquables maisons à tourelles en terre sont devenues un symbole du Togo.

<sup>54</sup> Etude menée pour le programme clac, dans le compte des stages de mise en situation professionnelle à l'OIF, du 2 mai au 28 juillet 2006, à Paris (France).

<sup>55</sup> L'expression est employée, juste pour mettre la différence entre le clac adaptée aux ruraux, et le nouveau qui sera implanté dans les milieux urbains, et qui sera axé uniquement sur le multimédia.

Le complément logistique en audiovisuel, souligné en début de partie, aboutira à cette option. Ce sera l'occasion d'œuvrer dans la complémentarité avec le CCF de Lomé, pour donner accès à une grande majorité de public aux activités cinématographiques.

La planification des activités culturelles devrait être conçue de manière à motiver les créateurs, à promouvoir la créativité et à amener les gens à se rendre autonomes.

## **Conclusion Générale**

Au regard de tout ce qui précède, le constat est que le paysage culturel de Lomé, ne peut être couverte par le CCF uniquement. Ceci a été le nœud central des résultats issus des investigations menées sur le terrain. Cela relève d'une monotonie.

Cependant, revenir de manière récurrente sur la question de manque de moyens, pour les centres de proximité d'assurer le relais, de développer des thématiques de médiation culturelles suffisantes serait de ne pas vouloir aller au-delà des limites.

Pour mieux cerner la question, « le programme clac » a été choisi comme base de comparaison de l'analyse thématique.

Le partenariat suppose un apprentissage d'une collaboration active avec les groupes du milieu local, tant sur le plan planification, que celui de la réalisation d'activités conjointes : une dynamique qui n'a pas beaucoup de précédents dans la plupart des milieux. Il serait alors inadapté de se réserver, d'adopter à ce niveau une approche progressive et veiller à faire connaître le rôle à jouer ou les missions assignées.

La réussite de chaque action ou de chaque évènement à mener, demande une bonne planification. Afin d'obtenir de meilleurs résultats, sous contrainte de faibles moyens disponibles, il est important de tenir compte de chacune des étapes dans la mise en œuvre, en tenant compte des tenants et des aboutissants.

Les activités culturelles, viennent appuyer d'autres initiatives locales de développement, ayant un effet direct sur les populations. Malgré que, des activités culturelles qui ont été organisé se sont révélés relativement faible dans la participation ces publics, et au niveau des retombées financières, il a été constaté le dynamisme qu'elles ont suscité au sein des groupes communautaires (groupe cible), notamment les jeunes scolaires et ceux du secteur informel. En plus indépendamment des modes de conduite et des résultats des activités, il est important de noter qu'elles ont un effet plus ou moins direct sur les populations : les promoteurs des centres, nourrissent à cet effet le sentiment que leurs activités ne doivent pas rester en dehors des préoccupations de développement. En plus, les populations ne doivent pas rester passives. Quelque chose doit être fait à leur niveau, et qui soit indispensable à la survie de leurs initiatives, et de leur structure.

La capacité à développer les partenariats avec le milieu dans sa totalité, relèvera de la compétence, du dynamisme dans les médiations culturelles. Il faut au strict minimum, avoir un animateur compétent, ayant reçu une formation. Il sera responsabilisé, et peut rendre comptes de ses activités. Le bénévolat pouvant s'inscrire dans une politique de travail à mi-temps. Ils doivent disposer de base, pour maîtriser et cerner les logiques et les



perspectives en jeu dans l'élaboration des stratégies des partenaires sollicités. Ce qui conduit à s'interroger sur les modes d'intervention des partenaires, leurs centres d'intérêt ou leurs domaines d'intervention, afin de bien définir les activités projetées. La conséquence sera ainsi d'améliorer leurs stratégies de mise en œuvre, et de profiter des données sur les groupes cibles.

Il faut en effet, concevoir et conduire les évaluations ; rédiger les rapports d'activités : renseigner chaque évènement à mener. Le partenaire doit être bien informé du rôle du centre culturel, et de ses attentes afin de ne pas le dévier de ses objectifs propres. Les structures d'animation culturelle doivent être vigilantes, surtout dans la recherche de résultats et de retombées financières et, éviter ainsi de s'éloigner de leurs activités. Leurs rôles et leurs objectifs demeurent des préalables au développement des partenariats. Ils doivent donc éviter les mobilisations inutiles et vaines, définir le rôle et l'apport de chaque partenaire dans la conception et la mise en œuvre des initiatives culturelles.

Pour chaque activité, il faudrait définir les conditions préalables, relever les besoins et développer des thématiques en fonction de ces besoins. Les impacts seront ainsi positifs. Ainsi faille t-il sur le plan de la sensibilisation, développer la capacité à créer de l'impact au sein du public avec des moyens financiers limités, et réussir à établir des partenariats solides et efficaces. Cela reviendrait à développer la capacité à assurer la cohésion des messages à véhiculer en respectant les réalités locales, et en s'appuyant sur les structures locales en matière de communication.

En fonction des mutations sociales, et des besoins il faut envisager une nouvelle orientation des centres culturels. C'est mettre en place un projet bien ciblé : par exemple le développement de la lecture publique et du multimédia, par la création du ECM ; il servirait de centre de documentation et d'autoformation en multimédia. Ceci faciliterait l'accessibilité aux loisirs, à la culture, au multimédia, et à l'information.



**Annexe 2 : Répartition des zones enquêtées selon les quartiers et le nombre d'enquêtés**

<b>Zones administratives</b>	<b>Quartier</b>	<b>Population estimée</b>	<b>Etablissements scolaires</b>	<b>Nombre d'enquêtés</b>	<b>Nombre total d'enquêtés</b>
<b>2<sup>ème</sup> Arrondissement</b>	Saint Joseph	10 600	3	253	481
				105	
				123	
	Tokoin N'kafu	15 400	3	108	306
				204	
				55	
N'tifafa	5 300	2	73	120	
			47		
<b>5<sup>ème</sup> Arrondissement</b>	Lycée de Tokoin	15 400	2	434	702
				268	
<b>3<sup>ème</sup> Arrondissement</b>	Anfamé	14 400	2	228	415
				84	
	Bè Kpota	51 000	1	103	
<b>Total</b>		829 941	13		2 024

### **Annexe 3 : Guides d'entretien et questionnaire**

#### **Guide d'entretien avec les promoteurs.**

L'objectif de cet entretien est de nous aider à mieux connaître votre institution. De nous informer de ses objectifs, ses missions, sa raison d'être.

Date de création de votre centre ?

Profession ?

Qu'est ce qui vous a motivé ?

Aviez vous fait des études préalables sur les mentalités de populations ?

Objectif dominant de vos activités

#### **Guide d'entretien avec les professionnels des centres culturels de proximité.**

1- Age

2- Sexe

3- Situation matrimoniale

4- Religion (pour sonder les aptitudes interculturelles de l'interviewé. Il est supposé être en contact avec une diversité de personnes et une diversité de comportements, de provenance traditionnelle et religieuse diverses).

5- Profession

6- Formation de base

7- Comment est il arrivé à la profession actuelle :

✓ Amatorisme : les motivations

✓ Formation (savoir si ses activités au sein de la structure est de spécialisation ou une occupation).

8- Comment est il rémunéré (si la rémunération lui convient ou pas ! il ne sera pas question d'avoir une précision sur le montant de la rémunération, plutôt la suffisance ou l'insuffisance face à l'effort fourni).

9- Dans quel état d'âme s'exerce les activité ?

10- Dans quelle intention le métier s'exerce ?

✓ Comme gagne pain

✓ Passion

✓ Volontariat

✓ Occupation en attendant un autre de mieux

11- Quelles sont les sources d'inspirations tant qu'animateur culturel/médiateur culturel.

### **Questionnaire.**

Ces questions qui suivent, sont destinées à recueillir des informations pour un travail purement académique, et ne seront en rien utilisées contre vous. La preuve, ne renseignez ni votre nom et prénoms, ni votre adresse et votre numéro de téléphone sur ce document.

Il est important de répondre uniquement aux questions qui vous concernent ; évitez de répondre par plaisir. Si une question ne vous dit rien, merci de ne pas y répondre. Cela nous sera d'une très grande utilité, car votre silence est aussi une information.

Nous vous remercions d'avance, pour l'intérêt que vous portez à ce travail.

### **Liste de contrôle.**

Veillez cocher la catégorie d'âge correspondante.

Moins de 5 ans

10 – 15 ans

15 – 20 ans

20 – 25 ans

25 – 30 ans

30 ans et plus

Lieu de résidence.

Que faites vous dans la vie ? (Profession)

### **Choix de points sur une échelle d'intensité.**

Participez vous aux activités de centre culturel ?

Oui  (si oui répondre aux questions suivantes) Non

Régulièrement  Rarement  De temps en temps selon l'activité

A quand remonte votre dernière visite ? 1 semaine  1 mois  autres préciser.....

### **Questions subsidiaires sur les loisirs.**

Que faites vous les week-end (samedi, dimanche) et les jours que vous ne travaillez pas ?

(Cocher par ordre d'activité régulièrement effectuée : 1 ; 2 ; 3 ....)

~ Cinéma

~ Promenade

- ~ Lecture
- ~ Sport
- ~ Télévision
- ~ Spectacles vivants (ballet, théâtre, marionnette, concert, )

Autres mentionner

### Questions sur la connaissance des centres culturels de proximité

Connaissez vous le centre culturel..... ?

Oui  (si oui répondre à la question suivante)

Non  (passez à la

question N°)

Donnez la source des informations :

Comment ? Par qui ? Où ?

Depuis combien de temps ?

Trouvez vous intéressantes les activités du centre culturel :

Dényigba ? Oui  Non

Si oui quelles types (genres) d'activités ?.....

.....  
.....

Si non pourquoi ?.....

Espéra ? Oui  Non

Si oui quelles types (genres) d'activités ?.....

.....  
.....

Si non pourquoi ? (Donnez deux ou trois raisons).

.....  
.....

Que représente pour vous le centre culturel ..... ?

Qu'aimeriez vous voir au centre culturel (Dényigba ; Espéra) et, que vous n'aviez pas vu?

Quels sont vous les activités que le centre culturel (Dényigba ; Espéra), doit faire pour que vous y aller régulièrement par exemple ?

N'avez-vous pas vu un panneau, ou écouter au moins une information (à la radio, par un ami, un camarade de classe, un frère) sur un centre culturel dans votre quartier ?

**Question sur les activités et spectacles.**

Quelles sont vos impressions sur les manifestations de ce soir ?

Quels sont vos avis sur le FESDA ?

Ce sont t-ils bien déroulés ?

Selon vous qu'est ce qui cloche ?

Sur les ARQ

Etes vous informez des manifestations qui se déroulent dans votre quartier cette semaine ?

Oui

Non

Si oui nommez les manifestations

Si non : n'avez-vous fait aucun constat de mobilisation, autour de vous, dans la rue, à la radio ?

N'avez-vous entendu parler de quoi que ce soit ? Oui  Non

**Annexe 4 : Exemple de Plan d'organisation des ARQ**

**LES PARTICIPANTS :**

Les 1ers ARQ ont réuni quinze (15) animateurs, trente (30) amateurs débutant dans les arts visuels, une vingtaine de journalistes nationaux et internationaux, trois (3) conférenciers (1 médecin chercheur, 1 sociologue, 1 critique d'art), plus de six mille (6000) visiteurs essentiellement scolaires...

**LES SITES :**

Trois (3) sites sont aménagés dans les rues du quartier Tokoin St Joseph avec l'aimable aide de la ville de Lomé et des services de la voirie. Chaque site accueillera dix (10) amateurs et cinq (5) professionnels.

**L'ORGANISATION :**

Administration : Frédéric GAKPARA-YAWO (Directeur du Centre Culturel Dényigba)  
Sabrina DAVATZ (Participante du Programme ASA).

Recherches et pédagogie : David ALLAGBE (Peintre, Directeur Adjoint du C.C. Dényigba).

Sarah BRAUN (Participante du Programme ASA).

Candidatures et logistique : Abel TENGUE (Sculpteur en bois).

Verena RODATUS (Participante du Programme ASA).

### **L'ORGANIGRAMME :**

Du 1er octobre au 17 novembre :

Organisation administrative, financière et communicationnelle par les responsables de l'administration.

Investigation et documentation auprès des institutions ; élaboration de la pédagogie du workshop par les responsables des recherches et pédagogie.

Sélection des participants amateurs et direction des chantiers des sites par les responsables des candidatures et logistique.

Du 18 au 30 novembre :

Tenue des 1ers ARQ à Lomé. Dans l'esprit du thème chaque animateur aura à produire des œuvres dont une sera gardée par le Centre Culturel Dényigba et les autres mises en vente au profit des séropositifs.

1er décembre :

Ce jour qui est la Journée mondiale du VIH/sida est consacré au vernissage (ouverture) des œuvres du workshop

Du 02 au 13 décembre :

Exposition publique des œuvres, projection vidéo sur grand écran des documentaires sur le VIH/sida et des journées du workshop, conférences... au Centre Culturel Dényigba.

Du 14 au 30 décembre : Clôture et rapport bilan sur le projet.

### **LA REALISATION :**

Ce projet a eu lieu grâce à la collaboration et au soutien du Ministère togolais de la santé et des affaires sociales, du Ministère togolais de la culture, de la jeunesse et des sports, du Ministère togolais de la communication et de la formation civique, du Ministère togolais de l'intérieur, de la sécurité et de la décentralisation, du collège des Maires de la ville de Lomé, des Ambassades accréditées au Togo, de leur Ministère de coopération respectif, des Organismes nationaux et internationaux de santé, des Institutions culturelles et financières.



### **Annexe 5 : Les étapes liées à la mise en œuvre du programme clac**

En réponse à la requête provenant d'un Etat membre de la Francophonie, la mise en place d'un réseau nouveau réseau d'une dizaine de clac s'effectue selon le processus ci-après :

1). Etude de faisabilité dans le pays demandeur. Analyse sur le terrain particulièrement au niveau du ministère de tutelle et des localités potentielles d'accueil du programme, de la pertinence, de la possibilité et des conditions d'implantation des clac.

2). Mission de mise en œuvre, visant cette fois la mise en place concrète de l'opération sur le terrain. Engagement des principes des divers partenaires : ministère de tutelle, localités d'accueil et OIF- à réaliser ses contreparties selon un calendrier défini.

3).signature de la convention entre le pays et l'OIF pour la création et le fonctionnement de réseau, consignnant le détail des engagements de chacune des parties.

4). Acquisition, dans les pays francophones, des biens culturels destinés aux clac du nouveau réseau tels que : sélection (sur la base de listes fournies par les localités d'accueil des clac) et achat de 20 000 livres soit, 200 par clac, reliure et traitement bibliothèque de ces livres, sélection et achat de 500 jeux éducatifs et de société, de 300 films documentaires et de fiction, de 10 téléviseurs, de 10 magnétoscopes, de 10 minichânes radiocassettes, des capteurs solaires pour les localités non électrifiées, et dans certains cas d'antenne paraboliques.

Dans le pays d'accueil acquisition d'un véhicule de coordination, confection du mobilier, achat d'ouvrages d'édition nationales, en F Français et en Langues nationales.

5). Préparation, (par le pays et ses localités d'accueil) de l'installation du réseau, comme l'identification d'un responsable national au niveau du ministère, l'affectation d'un coordonnateur, l'installation d'un bureau de coordination, l'aménagement ou la construction des bâtiments des clac du réseau, la formation du comité de gestion pour chaque clac, enfin l'identification de trois animateurs pour chaque clac, dont un permanent.

6). Expédition de l'ensemble des équipements dans les pays.

7). Stage de formation des animateurs de tous les clac du réseau à la tenue et à la gestion des centres : organisation des locaux, rangement des livres, abonnement des lecteurs, prêt des livres, tenue des statistiques, organisation d'activités socioculturelles.

8). Installation des bibliothèques clac et ouverture officielle du réseau.

**Annexe 6 : Coût d'implantation d'un réseau de 10 CLAC (montant en euros)**

<b>RUBRIQUES</b>	<b>Montant</b>	<b>Sous total</b>
<b>Biens culturels</b>		<b>240 000</b>
Livres	95 000	
Traitement des livres	95 000	
Vidéo cassettes	5 000	
Jeux éducatif et de société	10 000	
Mobilier vidéo et bibliothèque	35 000	
<b>Equipements audiovisuels et solaires</b>		<b>62 000</b>
Téléviseurs /vidéo projecteur	15 000	
Magnétoscopes/appareils photo	5 000	
Antennes paraboliques/décodeurs	5 000	
Chaîne radio cassette/Caméoscopes	5 000	
Equipements solaires (au besoin)	30 000	
Installation de l'audiovisuel	2 000	
<b>Véhicule tout terrain</b>		<b>23 000</b>
<b>Frais de mission</b>		<b>25 000</b>
Etude de faisabilité	6 000	
Mise en œuvre	9 000	
Installation et ouverture	5 000	
Missions techniques	5 000	
<b>Formation des animateurs de réseau</b>		<b>27 000</b>
Formateurs	9 000	
Encadrement Agence	3 000	
Hébergement, restauration et déplacement de 30 animateurs	15 000	
<b>Frais d'expédition du matériel</b>		<b>15 000</b>
<b>Divers</b>		<b>6 000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>460 000</b>

**Annexe 7: Coût Annuel d'opération d'un réseau de 10 Clac (montant en euros)**

Rubriques	Montant
<b>Budgets annuels gérés localement</b>	<b>15 000</b>
<b>Virements sur les comptes Clac des pays pour :</b>	
– Carburant, entretien du véhicule du coordonnateur	
– Indemnité e déplacement du coordonnateur	
– Tournée annuelle du responsable national	
– Contrat d'entretien des équipements audiovisuels	
– Pièces de rechange	
– Abonnement aux journaux	
– Acquisition d'ouvrages dans le pays	
– Réparation de livres	
– Duplication de documents audiovisuels	
– Soutien aux activités d'animation des réseaux	
– Frais de transit et de transport de matériel	
– Frais de photocopie et d'expédition de courrier	
<b>Stage de recyclage</b>	<b>4 000</b>
– Stage local de recyclage et de perfectionnement des animateurs du réseau (déplacement, hébergement, honoraires personnes ressources)	
<b>Biens culturels et équipements d'appoint</b>	<b>10 000</b>
– Livres, abonnements, vidéocassettes, remplacement d'appareils défectueux, objets promotionnels, dépenses imprévues, expéditions	
<b>Frais de mission</b>	<b>1 000</b>
– Mission annuelle de suivi par le Bureau régional	
<b>Total</b>	<b>30 000</b>

**Annexe 8 : Participation financière du pays d'accueil****1- Implication financière du pays<sup>56</sup> d'accueil dans la mise en œuvre d'un réseau de 10 Clac**

Rubriques	Montant
Missions (étude et mis en œuvre)	3 000
Construction, restauration ou aménagement des locaux	100 000
Biens culturels (livres, reliures, supports d'animation, mobilier vidéo et bibliothèque)	7 000
<b>Total</b>	<b>110 000</b>

<sup>56</sup> Ministère de tutelle et localités d'accueil.

**2- Implication financière du pays dans l'opération annuelle d'un réseau de 10 Clac. (Montant en euros).**

<b>Rubrique</b>	<b>Montant</b>
Amortissement du bâtiment et acquisition de petits matériels	5 000
Entretien, électricité et gardiennage des locaux	4 000
Estimation locative des bâtiments	20 000
Salaire annuel du coordonnateur	2 000
Salaire annuel des permanents	14 000
Estimation du travail bénévole	6 000
Frais de gestion, réceptions, divers et imprévus	4 000
<b>Total</b>	<b>55 000</b>

**3- Frais de Consolidation<sup>57</sup> d'un réseau clac**

<b>Rubrique</b>	<b>Montant en euros</b>
<b>Renouvellement des biens culturels et des équipements</b>	
Livres et traitement des livres	70 000
Jeux de société/ Jouets éducatifs	3 000
Equipements audiovisuels	10 000
Mobilier et divers	12 000
	5 000
<b>Frais d'expédition</b>	
Expédition des équipements dans les pays	10 000
<b>Total</b>	<b>110 000</b>

**Annexe 9 : Equipements et fréquentation d'un réseau Clac**

**1- Les biens culturels mis à la disposition des Clac**

<b>Rubrique</b>	<b>Total</b>
Nombre de livres traités et reliés	415 000
Nombre de jeux éducatifs et jeux de société	14 675
Ensemble télévision, vidéocassettes, radiocassettes	277
Nombre de documents audiovisuels	7 685
Nombre d'antennes paraboliques	30
Nombre d'installations solaires	46
Nombre de véhicules	31

<sup>57</sup> La consolidation d'un réseau est prévue tous les 4 ans.

## 2- La fréquentation annuelle des Clac dans un réseau

Rubrique	Total
Nombre d'entrées dans les bibliothèques	156 272
Nombre d'abonnés (prêts externes)	6 085
Nombre de prêts externes	90 752
Nombre de prêts de jeux	8 453
Nombre d'utilisateurs de jeux	59 798
Nombre de projections vidéo	652
Assistance aux projections vidéo	22 246
Nombre d'activités d'animation	125
Assistance	14 380
- Nombre de spectacles	50
- Nombre de conférences	32
- Nombre de concours	43

## 3- Tableau synthétique des activités du réseau clac au Togo, de 2002 à 2004.

(Extrait de la synthèse des statistiques de fréquentation de 2002 à 2004, de l'Etude d'impact de l'ensemble du réseaux Clac en activité, édition 2005 ; Document du Programme Clac).

Année	Total des fréquentations des bibliothèques du réseau	Total des abonnés	Total publics	Total des activités d'animation
2002	290 304	11 480	151 406	2 433
2003	372 069	16 524	100 119	1 598
2004	377 740	18 598	82 330	1 463

## Bibliographie

BENHAMOU François. *L'Economie de la culture*, 5<sup>ème</sup> édition, collection Repères, La Découverte, Paris 2006. BERTRAND Anne-Marie, *Animation et bibliothèque : hasards ou nécessité ?* Synthèse du colloque organisé par la Bibliothèque Publique d'Information au centre Georges Pompidou, les 3 et 4 avril 1995. Paris : Bibliothèque publique d'information, 1996.

CABANES Viviane, POULAIN Martine (dir.), *L'action culturelle en bibliothèque*. Paris : Electre- Ed. Du Cercle de la librairie, 1998.

CAILLET Elizabeth et COPPEY Odile, *Stratégie pour l'action culturelle*, Collection Patrimoine et Société, édition L'Harmattan, Paris, Budapest, Torino, Avril 2004, 120 pages.

CALENGE Bertrand, *Les petites bibliothèques publiques*, Collection Bibliothèques, Edition du cercle de la librairie.

*Dictionnaire de la langue Française*, Hachette, Paris, 2006.

FRANCE. Ministère de la Culture et de la Communication. Direction du Livre et de la Lecture : *Evaluation des bibliothèques territoriales : rapport annuel 2004 des bibliothèques municipales*, Paris : Direction du livre et de la lecture, 2004.

GILLET Jean-Claude, *Animation et animateurs, Le sens de l'action*, Collection Technologie de l'action sociale, L'Harmattan, Paris, 2006. 327 Pages

LAMIZET Bernard, *La médiation culturelle*, L'Harmattan Paris, 2006.

MENARD Marc, *Eléments pour une économie des industries culturelles*, société de développement des entreprises culturelles du Québec, Bibliothèque nationale du Québec, 2004.

MOLLARD Claude, *L'ingénierie culturelle*, que sais – je ? 1999, puf.

NDAYWEL E NZIEM Isidore et KILANGA MUSINDE Julien (dir.), *Mondialisation, cultures et développement*, Maisonneuve et Larose, Paris, 2005. 380 pages.

NOWAK Maria, *On ne prête (pas) qu'aux riches. La révolution du microcrédit* ; éd. JC Lattès, Paris janvier 2005. 272 pages.

ORGANISATION INTERNATIONALE de la FRANCOPHONIE ; Centres de lecture et d'animation culturelle, *Etude d'impact de l'ensemble des réseaux clac en activité, édition 2005 ; Synthèse des statistiques de fréquentation (2002-2003-2004)*.

OUEDRAOGO Mahamoudou, *Culture et développement en Afrique : le temps du repositionnement* ; édition L'Harmattan, Paris, 2000.

QUINONES Viviane, (dir.) ; *Faire vivre une bibliothèque jeunesse: guide de l'animateur*, Edition La joie par les livres. Hors série TAKAM TIKOU. 199 pages.

SORZANA Cathérine, *La prise de parole en public*, édition VE (Victoires), Paris, 2004 ; pages.

VINSONNEAU Geneviève, *L'identité culturelle* ; Collection U, édition Armand Colin, Paris, Liège, juillet 2003. 236 pages.

WARESQUIEL Emmanuel de (dir.) *Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1959* : CNRS Editions Larousse – Bordas HER, 2001.

YOUNES Carole et Le ROY Etienne, *Médiation et diversité culturelle : Pour quelle société ?* Collection hommes et sociétés, Karthala 2002. 448 pages.

### **Sites Internet.**

- [www.allafrica.com](http://www.allafrica.com)
- <http://www.africansocieties.org>
- [www.culture.fr](http://www.culture.fr)
- [www.culture-developpement.asso.fr](http://www.culture-developpement.asso.fr)
- [www.francophonie.org](http://www.francophonie.org)
- [www.icilome.com](http://www.icilome.com)
- [www.letogolais.com](http://www.letogolais.com)
- [www.republicoftogo.com](http://www.republicoftogo.com)
- [www.unesco.org/culture](http://www.unesco.org/culture)