



La Lettre de l'OCIM

Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques

195 | 2021
mai-juin 2021

L'autoguide *Mmm ! Mon musée en tablette !* Un outil de médiation numérique et d'étude des publics

Jehanne Attali et Jacques Planchon



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ocim/4333>

DOI : 10.4000/ocim.4333

ISSN : 2108-646X

Éditeur

OCIM

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2021

Pagination : 22-29

ISSN : 0994-1908

Référence électronique

Jehanne Attali et Jacques Planchon, « L'autoguide *Mmm ! Mon musée en tablette !* Un outil de médiation numérique et d'étude des publics », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 195 | 2021, mis en ligne le 01 mai 2021, consulté le 19 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/4333> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ocim.4333>

Ce document a été généré automatiquement le 19 mai 2021.

Tous droits réservés

L'autoguide *Mmm ! Mon musée en tablette !* Un outil de médiation numérique et d'étude des publics

Jehanne Attali et Jacques Planchon

Tablette. Page inspirée par l'affiche de lancement de l'autoguide.



© Ocim/FL d'après J. Macou/Pixabay

- 1 Situé dans la Drôme, dans une commune de moins de 5 000 habitants et sur un territoire au tourisme sportif et de nature, le musée de Die et du Diois fait une priorité des actions favorisant le « faire-venir ». Un dispositif de médiation culturelle a été expérimenté au musée pendant la saison estivale 2019 : *Mmm ! Mon musée en tablette !*
- 2 Cet outil est né à la faveur d'un évènement fédérateur auquel le musée a été invité à participer aux côtés des acteurs associatifs, culturels, socio-éducatifs et économiques du territoire Diois : *Printemps du Numérique*¹. Ce projet s'inscrit dans un ensemble d'actions culturelles entreprises depuis plusieurs années par le musée avec les acteurs socio-culturels et éducatifs locaux. Elle en diffère cependant par l'utilisation du numérique et l'autonomie des visiteurs. Ces deux aspects apportent une réponse à la situation du musée, tant en termes de scénographie que de personnel.
- 3 L'autoguide a été pensé avec les objectifs suivants :
- 4 • amener le visiteur à regarder les vitrines et les objets ;
- 5 • l'inciter à engager la conversation avec l'agent d'accueil pour, au final ;
- 6 • l'amener à la rencontre et à la connaissance des collections.
- 7 Ce dispositif a été conçu pour les visites libres de particuliers, notamment des familles avec enfant de plus de 6 ans. Au cours de la saison, il a également été proposé aux groupes d'adolescents, comme les colonies de vacances ayant réservé au préalable et ayant choisi la formule de la visite autonome.

L'autoguide, une offre de médiation

- 8 Concrètement, le visiteur était invité à constituer son autoguide, son propre livret de visite numérique, en photographiant, filmant, commentant ou dessinant les objets de collection de son choix. Le livret était présenté comme un objet souvenir *Do it yourself* à ramener chez soi (il était envoyé par mél au visiteur à la suite de sa visite). Ainsi, l'application offrait diverses fonctionnalités : formats divers (portrait, paysage, carré, etc.), la photographie, la vidéo, l'enregistrement audio, le dessin ou le texte, à paramétrer en traitement de texte (police, taille, couleur, etc.) ou d'image (bordure, couleur, forme, etc.), à disposer, agrandir ou rétrécir à l'envie.
- 9 L'application utilisée, Book Creator[®], est issue du milieu éducatif où elle est fréquemment prescrite. Elle a été choisie pour son coût peu élevé et sa simplicité d'utilisation. Installé sur tablette numérique, ce dispositif était utilisable en mode portatif et accompagnait le visiteur tout au long de sa visite. Il était donc autonome et s'affranchissait de la présence d'un animateur ou d'un médiateur culturel dont le musée ne dispose pas en permanence.
- 10 Cependant, contrairement à l'ordinaire, il ne délivrait pas d'information complémentaire ; il n'imposait pas de parcours prédéfini à suivre. Le visiteur était totalement laissé libre dans ses choix de déplacement et d'objet. Au cours de cette « *visit'action* » (Roussel-Gillet, 2018), il était placé dans une démarche active d'approche des collections, ce qui a d'ailleurs été salué par une mère de famille : « *d'habitude, on nous donne un livret de visite tout prêt, là c'est original* ».
- 11 Pour les groupes d'adolescents, l'outil a été utilisé de manière semi-encadrée. Ils portaient à la recherche des objets exposés en salle, selon un thème défini : les animaux, les bijoux, etc.

- 12 La tablette était proposée gratuitement après l'achat des billets d'entrée au musée. Cette proposition était entourée d'une démonstration à l'utilisation de l'application. L'agent d'accueil en expliquait le maniement, adoptant la position de démonstrateur, expliquant les différentes fonctionnalités en mimant la création d'un livret.
- 13 La proposition a majoritairement été acceptée par les visiteurs auxquels elle a été faite (public cible). Dans ce musée de petite ville, 28 livrets² ont ainsi été créés sur toute la saison. Les quelques refus essayés l'ont été par manque de temps et de disponibilité affective et intellectuelle (surveillance des enfants par exemple) et ont fait apparaître les besoins et les exigences que ce dispositif suppose (temps pour la mise en page, attention aux objets et à son ressenti, etc.) ainsi que les appréhensions des visiteurs (perception comme un travail scolaire trop contraignant). Il était à craindre que les visiteurs s'étant équipés de la tablette s'en détournent en cours de visite.

Le musée de Die et du Diois et son parcours d'exposition

Initié en 1895, véritablement créé en 1905, ce musée d'histoire et d'archéologie locales a pris place dans ses locaux actuels en 1949. Réaménagée dans les années 1960, sa scénographie reste d'époque. Dans l'organisation des salles par matériaux (céramiques, bronzes, lapidaire) où se mélangent les périodes, transparait implicitement un parcours chrono-thématique explicité par une signalétique partielle : Préhistoire ; Époque romaine ; Moyen-âge ; Époque moderne/Ethnologie.

L'abondance et la juxtaposition des expôts se présentent sans cartels, soclage ou mise-à-distance. Tout de même, de courtes légendes pour les objets et des fiches de salle ont le mérite d'apporter des informations généralistes élémentaires. L'usage du numérique est donc une nouveauté pour le musée et une ouverture à la modernité.

Un livret d'appropriation culturelle

- 14 Au contraire, alors qu'ils n'avaient aucune obligation de résultat, les visiteurs ont eu à cœur de réaliser des livrets plutôt soignés et réfléchis. Ainsi, avec les informations trouvées en salle, souvent recopiées (ou photographiées), plus de huit livrets sur dix sont organisés avec titre, parties, légendes ou textes explicatifs. En dépassant les écueils du musée, le public a réussi à en discerner le propos et le déroulé du parcours chrono-thématique. La grande majorité des livrets a repris ce parcours, calqué sur celui du musée. Parfois, le mimétisme, sans savoir s'il est volontaire ou non, a été poussé jusqu'à la « re-crédation » de la scénographie par l'abondance des photographies d'objets, juxtaposées, sans commentaire (un livret comporte jusqu'à 51 photographies !).
- 15 À l'inverse, quelques livrets ont pris des allures de dissertation construite d'une série d'arguments étoffés d'exemples. Absentes du musée, ces informations n'ont pu qu'être extraites des connaissances propres des visiteurs. Ceci a surtout été valable pour les livrets d'adolescents en colonie de vacances, liés à un thème annoncé en début de visite³.
- 16 Les visiteurs se sont visiblement emparés de sa dimension de « livret-souvenir » personnalisable.

- 17 Les livrets ainsi créés sont devenus des œuvres de l'esprit, titrées et signées par leurs auteurs : « *Ma visite au musée de Die avec une tablette. Par Gabriel* », « *Notre visite du musée. Par Timothé et Charlemagne* ». Près de trois quarts des livrets ont été agrémentés de dessins, de couleurs, de textures, de typographies diverses, pour les fonds de page ou les textes, et de bordures ou de formes pour les photographies.
- 18 Quatre livrets sur dix ont intégré des personnes, par le biais de photographie ou de vidéo. Se prenant eux-mêmes en photo ou captant leur famille ou leurs amis avec qui ils arpentaient les salles du musée, en individuel ou en groupe, les visiteurs se sont parfois mis en scène à boire au-dessus d'un *dolium*, posant tout sourire aux côtés de la statue dite *Tête de Jules César* ou d'une sculpture de lion couché, etc.
- 19 Plus étonnant, certains ont choisi de raconter le musée en se mettant dans la peau de narrateurs, en s'adressant à un public fictif : « *comme vous pouvez le voir* », « *j'espère que cette vidéo vous a plu* », « *j'espère que vous assisterez à une bonne visite du musée* ». Alors que la photographie a représenté 77 % des médias utilisés⁴, quelques visiteurs ont choisi la vidéo et se sont même filmés tels des présentateurs télé ou des youtubeurs, racontant les objets sur la base de ce qu'ils lisaient sur les fiches de salles, s'adressant là-aussi à un tiers imaginaire. Uniquement le fait des adolescents, cette pratique a semblé leur permettre de prendre la parole et de l'exprimer face à un auditoire (même fictif), à moins qu'ils aient eu en arrière-pensée la volonté de les publier sur leurs propres réseaux sociaux.
- 20 Au vu de ces médias, on peut supposer que les attitudes, les déplacements, le choix de porter le regard sur tel ou tel objet n'ont pas été modifiés par la présence du dispositif, pas plus qu'avec un appareil de vue classique. Au contraire, le public a agi avec spontanéité et décontraction.

À l'instar de la majorité des livrets, l'organisation des parties reprend le nom des salles d'exposition et les photographies reprennent les légendes des objets.



© Musée de Die et du Diois

Abondance et juxtaposition des photographies, sans légende, pour ce livret de 49 photographies.



© Musée de Die et du Diois

Le reflet de l'expérience de visite

- 21 Avec ce dispositif en main, la durée de la visite s'est vue doublée, incluant néanmoins la part consacrée à la mise en page du livret, impossible à quantifier. Les visiteurs n'ont pas paru souffrir de ce temps. Dans leur grande majorité, ils ont fait montre d'une satisfaction et d'une fierté en présentant leur réalisation. Quatre livrets sur dix ont même été rendus visiblement inachevés (page laissée vide, phrase en suspens), les visiteurs ayant peut-être manqué de temps pour terminer.
- 22 De la photographie à la vidéo, en passant par le texte ou le dessin, c'est finalement leur expérience de visite, leur goût, leur ressenti et leur créativité qu'ils ont eu envie d'exprimer et d'expérimenter, plus que le musée. Plusieurs livrets font état de cela : « très beau musée », « mon tableau préféré, je l'aime beaucoup », « trop cool cailloux », « wahou ».
- 23 Au final, ces livrets prennent l'apparence d'albums de vacances auxquels nous avons, fait rare, exceptionnellement accès. Il s'agit d'un condensé de ce que les visiteurs ont eu envie de garder en souvenir et de partager.

La perception des collections

- 24 Ainsi, l'analyse de ces autoguides a dévoilé les objets retenus par le public. Ce ne sont pas forcément les trésors historiques et archéologiques que nous conservons⁵.

- 25 Parmi les expôts captés (près de 170, en comptant les vues générales des vitrines et des salles), certains se démarquent parce qu'ils apparaissent de façon récurrente et/ou sont associés à des commentaires élogieux.
- 26 L'un d'entre eux, la peau d'ours du Vercors, transformée en couvre-lit et datant de la fin du XIX^e siècle, a recueilli tous les suffrages des visiteurs. Elle apparaît dans les deux tiers des livrets, et parfois à deux ou trois reprises dans un même livret, pour un total de 23 occurrences⁶. Elle est très souvent légendée de commentaires très positifs et est intégrée aux selfies et aux mises en scène. On peut alors voir les enfants caresser affectueusement la tête de l'animal, faire le « V » de la victoire avec les doigts ou prendre la pose à côté.
- 27 De même, la vitrine des monnaies romaines se retrouve dans quatre livrets sur dix, jusqu'à six fois pour un même livret, pour un total de 22 occurrences⁷. En revanche, elle n'est jamais associée à des commentaires.

Ce livret nous fait entrer dans l'intimité et la tendresse des photos de famille. Remarquez le soin de la mise en page : photos encadrées, alignées.



© Musée de Die et du Diois

- 28 Les raisons de ces choix ne sont bien évidemment pas expliquées. Lorsque des commentaires sont associés, il est clair que les objets retenus l'ont été parce qu'ils ont été appréciés.
- 29 En absence de commentaires, il est à remarquer que les objets choisis sont très souvent des objets familiers, facilement identifiables et lisibles sans avoir besoin de légendes. Par exemple, la maquette d'un village de l'Âge du Bronze, les objets évocateurs du monde des chevaliers ou des animaux sont très présents.
- 30 Pour les groupes d'adolescents, dans quelle mesure les thématiques de visite ont-elles biaisé ces résultats ? Il s'avère que seuls quatre livrets y font référence. Les objets

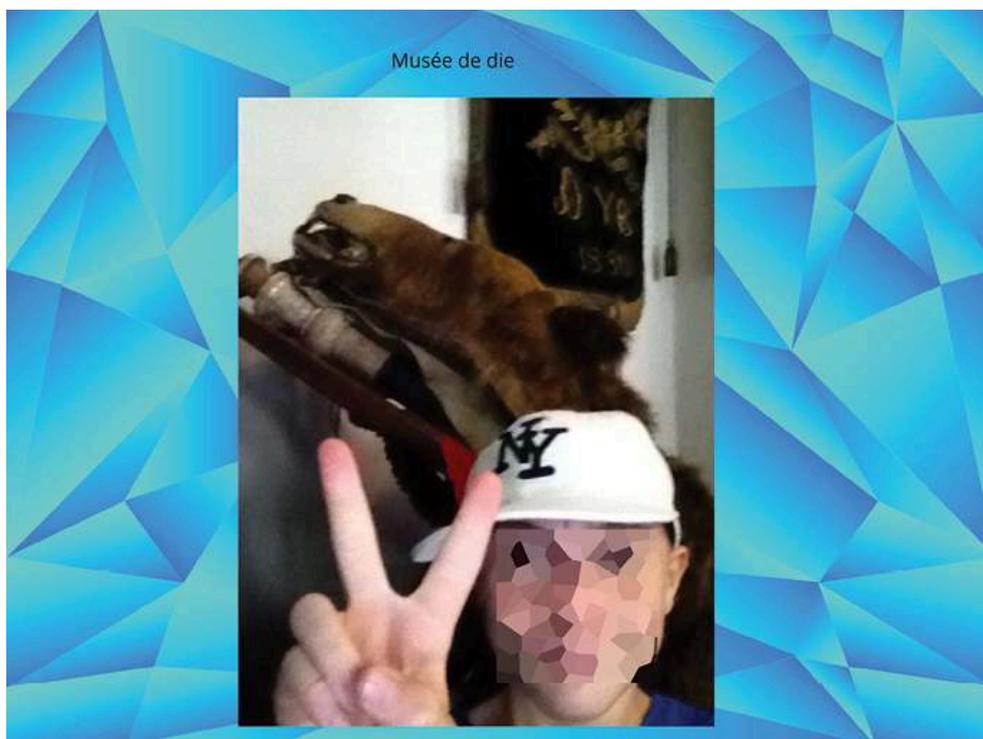
retenus, pour ces livrets-là, ont clairement été dictés par les thèmes. Les autres paraissent s'en être libérés, à tel point qu'ils sont très similaires aux livrets réalisés par les familles et qu'ils deviennent impossibles à différencier. Pour ceux-là, les thèmes ne semblent pas avoir eu d'incidences.

- 31 Les objets retenus dans les livrets offrent à l'équipe du musée la possibilité de (re)découvrir leur institution avec les yeux des visiteurs. Ce changement de point de vue est salutaire dans la perspective de nouveaux projets de développement. Les livrets peuvent faire émerger de nouvelles idées, indiquer les orientations à prendre, les choix à faire, etc. La médiation peut se voir enrichie de nouveaux parcours thématiques autour des objets plébiscités que le service des publics n'aurait pas forcément sélectionnés ; la scénographie peut être repensée pour mettre en valeur certains objets, soit par une nouvelle mise en espace pour nos trésors « invisibles », soit par des cartels développés pour les objets intéressant les visiteurs.

Analyse des livrets produits par les visiteurs

- 32 Les livrets étaient récupérés dans les 48 h maximum après le retour de la tablette (et envoyés à leur propriétaire dans le même temps). Une fois transférés sur l'ordinateur fixe de l'enquêteur, ils étaient, ainsi que les médias, supprimés de la tablette. Le dispositif pouvait ainsi être remis en circulation le plus rapidement possible.
- 33 L'étude des livrets est intervenue au cours de l'hiver suivant, lorsque l'outil a été mis en veille par la fermeture saisonnière du musée. Au cours de cette analyse, prenant en compte le fond et la forme des livrets, chaque média a été décrypté, dans ce qu'il nous raconte du contenu et de la manière de le présenter.

Accompagnant le titre et le fond de page coloré et texturé, la peau d'ours est choisie pour illustrer la page de couverture d'un livret créé par un adolescent.



© Musée de Die et du Diois

- 34 Ce décryptage a d'abord donné lieu à un listing des expôts captés, constitué au fur et à mesure de l'étude des livrets, par ajout des expôts observés. Nommés et localisés par salle puis par vitrine, ils ont été classés en trois catégories : objet individuel (ou groupe d'objets formant un ensemble cohérent), vue générale (plus de trois objets sur la même vue, incluant les vues larges des salles et les vues plus rapprochées des vitrines) et vue de la scénographie (fiche de salle, cartel ou signalétique). Ce listing a permis de réaliser le bilan quantitatif.
- 35 Puis l'analyse s'est intéressée à la manière dont le public a personnalisé son livret, en y intégrant des photographies de familles/amis, en exprimant son ressenti, en l'organisant. En s'attachant au vocabulaire utilisé et à la mise en page, ce deuxième volet de l'analyse a permis le bilan qualitatif.
- 36 Malgré ce cadre, l'étude des livrets a fait face à quelques difficultés. Outre les photographies mal cadrées ou floues, il a été en général assez complexe de comprendre les intentions des visiteurs. Pour aider à l'interprétation, une comparaison entre les livrets a été nécessaire. Il a ainsi été repéré des cadrages ou des zooms récurrents pour lesquels il a été appliqué les mêmes interprétations.
- 37 Une fois les objets identifiés sur les différents médias, il a fallu les désigner et l'enquêteur a eu recours à l'aide du conservateur scientifique du musée pour nommer les objets par leur désignation d'usage.
- 38 Pour exploiter de manière satisfaisante ce dispositif, il est donc primordial de pouvoir identifier, nommer et localiser précisément chaque expôt. Un listing préparé au préalable, mentionnant les numéros d'inventaire plutôt que les désignations, faciliterait et fiabiliserait l'analyse.

Un outil à repenser

- 39 Apporter des connaissances spécifiques sur les objets devait constituer le point d'orgue de l'opération. En se rapprochant de l'agent d'accueil, mis dans la position de médiateur des collections, le visiteur devait pouvoir obtenir un complément d'informations sur les objets qu'il avait choisis. Force est de constater que peu de visiteurs ont fait cette démarche. Les données recueillies qui n'intégraient pas cette dimension ne permettent pas d'en comprendre les raisons.
- 40 L'agent d'accueil n'a donc eu que très peu d'occasions de jouer son rôle de médiateur qui nécessite une formation approfondie. Pour un parcours d'exposition comprenant plusieurs milliers d'objets et pour des agents temporaires saisonniers, comme cela est le cas au musée de Die et du Diois, cette formation apparaît inconcevable à mettre en place. L'implication de l'agent d'accueil, afin de ne pas le mettre en difficulté, est donc à redéfinir.
- 41 Par ailleurs, cet outil, non professionnel, a pu sembler pratique d'utilisation pour le public mais s'est révélé non fonctionnel pour les agents du musée.
- 42 La tablette n'étant pas bridée, il était possible de sortir de l'application et de naviguer au sein de l'appareil. Ainsi, il est arrivé que la tablette soit rendue bloquée, saturée de photographies ou de vidéos, ou avec les paramètres modifiés (activation du wifi ou bluetooth, etc). Pour la mise en place d'un tel outil, il est donc impératif de trouver un système de bridage.
- 43 En outre, la récupération des livrets a été entravée par des considérations techniques qui n'ont pas été entrevues à la mise en place de l'application.
- 44 Normalement, le contenu d'une tablette est accessible depuis un ordinateur fixe par simple branchement de celle-ci, via le port USB. Après avoir ouvert la plateforme iTunes, il suffit de se connecter au compte icloud. Ceci fonctionne très bien lorsque les deux terminaux sont de marque Apple, ce qui n'était pas le cas au musée.
- 45 Par ailleurs, l'étude des livrets s'est portée sur les fichiers convertis et non sur les fichiers originels (qui ont été supprimés au fur et à mesure de la saison estivale pour la remise en circulation). De ce fait, et à cause des problèmes techniques, elle comporte des manques que l'on espère non significatifs pour les résultats.

L'affiche pour le lancement de l'autoguide.



© Musée de Die et du Diois

Conclusion

- 46 Les objectifs de l'opération étaient triples : amener le visiteur à regarder les vitrines et les objets, l'inciter à engager la conversation avec l'agent d'accueil et, par ce biais, l'amener à la connaissance des collections. Sur les trois, un seul a été couronné de succès.
- 47 Grâce à cet outil, les visiteurs ont visiblement réussi à fixer leur regard et leur attention, qui se perdaient habituellement dans l'abondance d'expôts, sur les objets à capturer et à chercher les informations les concernant.
- 48 En revanche, l'accès à la connaissance des collections n'a pas été garanti. En témoignent les quelques erreurs de légendes ou de datations figurant dans les livrets.
- 49 Cependant, par l'acte de création, par le travail de conception, les visiteurs ont eu la possibilité de s'approprier le musée et ses collections. Il est réjouissant de constater comment ils ont su mobiliser toutes leurs ressources, leur créativité et leurs connaissances, en se plaçant dans la position de l'individu détenteur et producteur de savoirs (De Sousa, 2019). En fonction de cela, ils ont créé leur propre contenu qui ne ressemble à aucun autre.
- 50 Si les objectifs n'ont pas été pleinement atteints, le bilan de l'opération peut être qualifié de positif. Là où nous avons placé cet outil sur le champ du savoir, il a glissé sur le champ de la création et de l'appropriation culturelle. Là où nous souhaitions voir si l'outil remplissait son rôle d'incitateur à la recherche de contenu, nous avons découvert un outil « tremplin pour l'imagination ».

- 51 Ce dispositif s'est aussi révélé intéressant en tant qu'outil d'étude des publics, dans ce qu'il nous a dévoilé de l'expérience de visite de chaque visiteur, ses relations aux expôts et aux autres visiteurs (surtout ceux de son groupe), ce qu'il a souhaité garder en souvenir et ce qu'il a apprécié. Comme tel, il permet de sortir de l'habituel questionnaire et de l'observation, en se faisant moins intrusif pour le public et moins chronophage pour le personnel. Comme tel, il se présente comme un outil novateur pour mieux comprendre les publics et, *in fine*, mieux définir les choix de projets de développement et mieux les orienter.
- 52 Le choix du public cible que sont les familles avec enfants de plus de 6 ans et les groupes d'adolescents en colonie de vacances s'est montré pertinent puisque le dispositif a très bien fonctionné avec eux. Il peut être envisagé de l'étendre à d'autres types de publics réputés réceptifs (jeunes individuels entre 18 et 30 ans, groupes d'étudiants, etc.). Une distinction des primo-visiteurs peut être également intéressante à effectuer. On peut souhaiter que cette diversité de publics cibles permette d'affiner le bilan, en voyant se dessiner, qui sait, d'éventuelles différences dans les objets retenus, dans les attitudes ou les relations à l'exposition.
- 53 Pour le moment, à la suite des problèmes rencontrés et dans le cadre de la crise sanitaire due à l'épidémie de la Covid-19, l'outil de médiation *Mmm ! Mon musée en tablette !* a été retiré du musée de Die et du Diois. Pour le proposer de nouveau, il convient de le retravailler.
- 54 Si nous souhaitons le laisser sur le champ de l'appropriation culturelle et l'étude des publics, il convient de résoudre les problèmes techniques et de peaufiner la méthodologie qui n'était pas destinée à l'origine à l'étude des publics. Si nous souhaitons ramener cet outil sur le champ de la connaissance, il demande la présence d'informations supplémentaires, disposées en salle ou contenues dans le programme lui-même, le transformant alors en un visioguide classique.
-

BIBLIOGRAPHIE

Roussel-Gillet I. Des visiteurs émancipés : lycéens et étudiants filment au musée, *La lettre de l'Ocim*, n° 175, 2018, pp. 12-15 [en ligne].

Urbas B. Le rôle des animateurs dans l'exposition scientifique et techniques : entre dispositif et visiteurs, *La lettre de l'Ocim*, n° 163, 2016, pp. 22-28 [en ligne].

De Sousa V., Garraud C. Construire une exposition scientifique participative. Le projet : questions de science, enjeux citoyens, *La lettre de l'Ocim*, n° 182, 2018, pp. 18-25 [en ligne].

Mariani-Roussel S. Comment les visiteurs interagissent avec les expôts et les autres visiteurs, *La lettre de l'Ocim*, n° 52, 1997, pp. 6-9.

NOTES

1. Organisé du 6 au 20 avril 2019 par la CAF et la Médiathèque départementale de la Drôme, cet événement dédié au numérique et à ses problématiques a constitué une opportunité pour le musée qui a profité des dynamiques communes pour mettre en place cet outil, sur une idée du conseiller pédagogique du secteur, Xavier Levet, avec qui le musée travaille en bonne entente.
 2. Seuls 26 livrets ont été traités dans l'évaluation car un a été perdu suite à un problème informatique et un a été réalisé par le conseiller pédagogique à l'initiative du projet.
 3. Par exemple, pour le thème « les animaux », ils ont écrit : « *les animaux ont plusieurs utilités : fabrication d'outils avec leurs os, leur fourrure ou leurs plumes, etc. déplacements et alimentation. Ils peuvent aussi servir de modèle aux sculptures* ». Chaque idée a été illustrée d'un ou plusieurs objets.
 4. Ici, média s'entend comme les différents moyens de produire du contenu, offerts par l'application : la photographie, la vidéo, l'enregistrement audio, le dessin ou le texte. Sur l'ensemble des livrets, 652 médias ont été produits, dont 499 photographies, 11 vidéos, aucun audio, 7 dessins et 135 textes.
 5. La stèle néolithique anthropomorphe apparaît quatre fois tandis que les quatre autels tauroboliques dédiés à la déesse Cybèle sont absents des livrets.
 6. Ce qui représente à elle seule 4,35 % des occurrences d'expôts.
 7. Soit 4,16 % des occurrences à elle seule.
-

RÉSUMÉS

jplanchon@mairie-die.fr

Pour donner le goût de visiter son parcours d'exposition, le musée de Die et du Diois a expérimenté en 2019 un autoguide. Cet outil numérique proposait aux visiteurs de réaliser leur livret de visite, en photographiant, filmant, commentant ou dessinant les objets de leur choix. Les auteurs partagent ici le bilan de cette démarche active d'approche des collections proposée aux visiteurs, riche d'enseignements pour les professionnels du musée.

INDEX

Mots-clés : exposition

AUTEURS

JEHANNE ATTALI

Assistante culturelle du musée de Die et du Diois.

jehanne.attali@yahoo.fr

JACQUES PLANCHON

Conservateur du musée de Die et du Diois et directeur des affaires culturelles de la Ville de Die.