



axiell

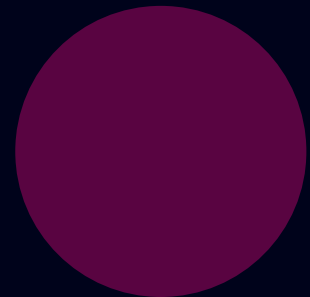


CULTURECONNECT

Collections sans frontières

Comment les collections en ligne peuvent accroître l'accessibilité, la connaissance et l'interprétation de notre patrimoine mondial.





Jusqu'à récemment, pour découvrir un musée ou une collection de galerie, il fallait s'y rendre, visiter les expositions ou demander l'accès aux réserves. Aujourd'hui, grâce à la technologie, les organisations culturelles peuvent partager leurs merveilles avec un public mondial.

Les collections en ligne ont le pouvoir d'attirer les visiteurs à l'intérieur et à l'extérieur des murs d'une institution en améliorant l'accessibilité et en faisant un meilleur usage de la richesse des connaissances que possèdent les musées, archives et galeries.

Les gens du monde entier peuvent désormais accéder à des informations, inaccessibles auparavant, en un seul clic. Dans le même temps, au sein d'une institution, réalité virtuelle et réalité augmentée, guides interactifs et expériences d'interprétation donnent vie aux collections comme jamais par le passé.

Ce « white paper » explore les expériences des musées, des archives et des galeries, et montre de quelle manière les collections en ligne peuvent améliorer les collections physiques.

Nous examinerons la manière dont cette approche holistique des collections physiques et en ligne repose sur la collaboration, les systèmes intégrés et de bonnes données de collection. Mais aussi, comment une réflexion commune peut aider les organisations à atteindre certains de leurs objectifs les plus importants.



Introduction

Au cours des dernières décennies, il y a eu un changement de paradigme dans le rôle de l'organisation culturelle. Cette évolution a vu la transformation des institutions peu accueillantes d'autrefois en des espaces inclusifs, orientés vers le visiteur et axés sur l'expérience, comme c'est le cas aujourd'hui.

Lorsque les musées et les galeries sont apparus pour la première fois comme des collections privées d'individus, de familles ou d'organisations, l'accent était mis sur la réunion et la préservation des œuvres d'art et des artefacts rares. Ces objets étaient exposés dans des "salles des merveilles" ou "cabinets de curiosités" ¹ pour les privilégiés.

Même pendant une bonne partie du XXe siècle, certains milieux avaient l'impression que les collections culturelles étaient le privilège des quelques personnes instruites qui collectionnaient et étudiaient des objets d'importance scientifique, religieuse et historique.

Cependant, les institutions actuelles reflètent les besoins et les attentes d'un monde en mutation et elles prennent sérieusement leur responsabilité envers le public, favorisant la compréhension, encourageant le débat et tendant la main à la communauté élargie.

Nous entrons maintenant dans la phase suivante de cette évolution, car les organisations regardent au-delà de leurs propres murs afin de partager leurs collections en ligne avec les personnes du monde entier. Non seulement les

exposants et les archivistes rendent leurs collections accessibles à tous, en tout temps et en tout lieu, mais ils aident leurs visiteurs à interpréter ces collections et à les découvrir de façon plus vivante.

Les organisations patrimoniales de tous types sont aujourd'hui confrontées à de nouveaux défis liés à la publication de leurs collections en ligne, à savoir le processus de numérisation en cours, la gestion de ces actifs numériques et la vérification des droits d'auteur et des licences. Le rôle du gestionnaire des collections évolue dans le même temps où les collections numériques acquièrent la capacité de promouvoir une institution, d'accroître la sensibilisation et d'approfondir la connaissance des trésors qu'elles contiennent.

À mesure que la révolution numérique s'accélère, de nouvelles possibilités passionnantes, tant virtuelles que physiques, s'offrent aux visiteurs s'intéressant aux collections. La technologie ne contribue pas seulement à améliorer l'accessibilité, mais elle permet aussi de partager des histoires inspirantes au moyen d'applications pour smartphones, d'écrans tactiles d'interprétation et de chasses au trésor incitant les visiteurs à trouver et découvrir des objets.

Le temps est venu d'exploiter le pouvoir de l'édition numérique pour accroître l'engagement vis-à-vis des collections en ligne et améliorer la sensibilisation et la compréhension des collections physiques.





Les collections à l'ère numérique

La révolution numérique a transformé notre manière de vivre. Il est difficile d'imaginer ne pas pouvoir commander nos courses, réserver des vacances ou rattraper les gros titres en un clin d'œil.

Pourtant, pour beaucoup de gens, les musées et les galeries d'art restent enracinés dans le monde physique.

Bien sûr, le plaisir de voir une œuvre d'art emblématique, un squelette de dinosaure ou une lettre écrite par La Bruyère ne peut jamais vraiment être reproduit en regardant une image à l'écran. Mais les collections en ligne ne sont pas destinées à remplacer les collections physiques, elles les valorisent en ouvrant des trésors à une échelle beaucoup plus large, en enrichissant la connaissance et en découvrant des objets qui autrement resteraient invisibles.

Fiona Bourne, gestionnaire opérationnelle des Archives au Royal College of Nursing (RCN), considère que les collections en ligne et physiques ont un rôle à jouer :

“Beaucoup de gens trouvent nos archives en ligne extrêmement utiles pour une variété de raisons allant des besoins d'étude à l'intérêt historique. Et, quand ils viennent voir des documents originaux, des badges et des boucles de ceinture, les gens prennent plaisir à manipuler les objets, ce qui leur donne un vrai sentiment d'émerveillement.”



Les nouvelles technologies permettent de donner à l'idéal des Lumières une toute nouvelle réalité. Il devrait être possible de rendre la collection accessible, explorable et agréable, non seulement pour ceux qui la visitent, mais pour tous ceux qui possèdent un ordinateur ou un appareil mobile. Elle peut devenir la collection privée du monde entier.

Towards 2020 - La stratégie du British Museum





Atteindre de nouveaux publics

À l'ère du numérique, les gestionnaires de collections ont une occasion unique de partager des objets d'importance historique, culturelle et scientifique avec un public beaucoup plus vaste que jamais auparavant, rejoignant des personnes qui n'ont jamais pénétré dans leurs bâtiments.

Cela offre aux institutions de nouvelles possibilités d'accomplir leur mission de service public à une échelle plus large.

La perspective d'élargir les horizons de l'éducation est infinie. Des étudiants brésiliens travaillant sur un projet informatique peuvent maintenant étudier la machine à calculer pionnière de Charles Babbage qui se trouve au Science Museum à Londres. Et un professeur d'art en Australie peut s'inspirer du grand nombre de chefs-d'œuvre numériques du Musée des Beaux-arts de Lyon ou du Metropolitan Museum of Art.

“L'avantage de numériser nos documents, est d'avoir quelqu'un à l'autre bout du monde qui peut les voir chez lui, sans avoir à se déplacer”, explique Hannah Lowery, archiviste et gestionnaire des collections du département des collections de l'Université de Bristol.

Les collections en ligne ouvrent également de nouvelles perspectives aux amateurs passionnés. Le projet Google Arts et Culture rassemble le contenu de plus de 1 200 musées et archives dans un format narratif, permettant aux utilisateurs d'explorer les collections, de s'immerger dans leurs histoires et de construire leur propre collection virtuelle.

En atteignant les gens sur leurs équipements numériques ou leur téléphone intelligent, les institutions peuvent interagir avec de nouveaux publics qui ne se sont peut-être jamais considérés comme des visiteurs de musée ou des chercheurs en archives. La publication d'une collection en ligne accroît la portée des objets, documents et artefacts physiques qu'elle contient.



Révéler des joyaux cachés

La plupart des institutions culturelles sont remplies d'objets qu'elles n'ont pas la place d'exposer. Le manque d'espace physique est un problème permanent pour les institutions, où qu'elles soient situées.

Même avec un programme d'expositions dynamique et régulièrement mis à jour, il y a souvent de grands volumes d'objets cachés dans les réserves car il n'y a pas de place pour les garder en exposition.

Les collections en ligne ouvrent un tout nouveau champ de possibilités en libérant les institutions des limites des bâtiments qui les abritent. Avec environ 90 % des objets conservés en magasin à un moment donné, la numérisation des collections donne une nouvelle vie à ces objets dans l'attente de leur propre exposition.

Rehausser les profils

La publication d'une collection en ligne ne signifie pas que les gens n'ont plus besoin de visiter le bâtiment physique. En effet, en partageant les collections numériquement, vous êtes susceptible d'encourager plus de personnes à visiter les collections et à se rapprocher du conservateur de ces collections.

La publication en ligne est un moyen puissant de faire connaître une collection physique.

Avec un nombre croissant de visites sur leurs réseaux sociaux et leurs sites internet ces dernières années, il n'est pas surprenant qu'environ la moitié (49%) des musées aient vu une augmentation du nombre de personnes visitant l'institution elle-même, selon une enquête ² auprès des professionnels des musées publiée par Axiell en 2016. Seulement 12 % de

tous les répondants à l'enquête ont déclaré que le nombre de visiteurs avait diminué ou stagné. Bien que tous les musées ne soient pas actifs sur les réseaux sociaux, cela montre que la combinaison de différentes interactions, en ligne, sociale et en personne, favorise un engagement efficace.

Les plus petites collections, en particulier, peuvent voir leur présence en ligne comme un moyen de rappeler aux gens qu'elles existent. La mise en ligne de certains pans de leurs collections donne un avant-goût de l'expérience globale qu'elles offrent aux visiteurs.

Couplée aux réseaux sociaux, l'identité numérique d'une institution peut contribuer à accroître sa visibilité auprès d'un public jusqu'alors inexploité, ce qui, à son tour, crée une nouvelle curiosité et rehausse le profil de ses collections.

Lorsque le Museum of English Rural Life (MERL) de Reading a publié sur Twitter la photo d'un mouton bien replet, le tweet est devenu viral, attirant l'attention de l'entrepreneur Elon Musk et propulsant le musée dans une nouvelle renommée. ³ Selon le MERL, leurs efforts sur les médias sociaux ont permis à des milliers de nouveaux visiteurs de se rendre au musée. ⁴

Il est difficile d'imaginer exactement comment les changements profonds des 30 dernières années se traduiront dans les décennies à venir. Mais à mesure que les technologies émergentes continuent d'avoir un impact sur le monde qui nous entoure, les organismes culturels saisiront de nouvelles occasions de présenter leurs collections de façon novatrice et d'attirer de nouveaux publics.

Les collections en ligne sont au cœur de la nouvelle ère de l'engagement du public, qu'il se trouve de l'autre côté de la planète ou qu'il se promène dans les salles de votre musée.



Susciter l'intérêt des visiteurs extérieurs

Le monde du patrimoine est habitué à adapter et remodeler ses collections ainsi qu'à trouver de nouveaux moyens afin de présenter les collections à son public. A mesure que les collections numériques se répandent, les institutions doivent soigneusement réfléchir à la manière dont elles s'adressent à leur public virtuel.

Alors que vous pouvez facilement observer la façon dont vos visiteurs physiques naviguent dans l'espace et interagissent avec les œuvres, comprendre comment un public exclusivement virtuel interagit avec une collection peut être plus difficile.

Le public virtuel

La publication d'une collection numérique n'est que la première étape pour toucher un public en ligne. Rendre une collection largement accessible est l'étape suivante, mais pour mobiliser les gens en ligne, vous devez placer le public au centre de la collection. Pour ce faire, il est essentiel de savoir qui est l'auditoire et comprendre ses besoins.

Fiona Bourne, gestionnaire opérationnelle des Archives, de la RCN, affirme qu'il est important de tenir compte du point de vue de l'auditoire au moment de créer une collection en ligne :



Visitors in the Albright-Knox Art Gallery's 1962 Building. Image courtesy Albright-Knox Art Gallery, Buffalo, New York. Photograph by Tom Loonan.

Une extension virtuelle

La Albright-Knox Gallery à Buffalo, Etats-Unis, abrite une collection renommée d'art moderne et contemporain, et a accompli ce que de nombreuses grandes institutions tentent de faire, soit l'extension de l'espace physique, en ligne.

Le musée a lancé un site internet afin de compléter ses espaces de galerie, permettant aux visiteurs de naviguer dans la collection en ligne, de trouver des œuvres connexes et de télécharger l'information et le contenu du site.

En se connectant à ses principaux systèmes informatiques, le musée a donné aux visiteurs du site l'accès à des images de haute résolution sur ses œuvres d'art, accompagnées de descriptions concises.

Au cours des six mois qui ont suivi le lancement, le nombre de visiteurs de la page de recherche au sein de la collection a augmenté de 136 % par rapport aux six mois précédents, et le nombre de visiteurs des pages d'œuvres d'art a augmenté de 326 %.



“Nos archives numériques contiennent des séquences d’informations allant des meilleures pratiques professionnelles à la documentation historique en passant par des entretiens avec des infirmières. Beaucoup de gens faisant des recherches dans les archives sont membres de la RCN, mais nos autres visiteurs en ligne peuvent être aussi bien un public à la recherche d’informations de base que des doctorants à la recherche d’informations détaillées. Il y a encore beaucoup de gens qui veulent consulter le dossier, mais nos archives numériques nous aident de plus en plus à répondre aux besoins des visiteurs de toutes sortes, ce qui nous permet de gagner du temps et de répondre plus efficacement à leurs questions.”



Accéder à toutes les rubriques

Alors, comment les publics virtuels trouvent-ils et accèdent-ils à une collection en ligne ? Tous les visiteurs ne recherchent pas une collection en ligne sur le site internet principal d’une organisation. Certains arriveront via une recherche Google, ou une mention sur les réseaux sociaux.

Hannah Lowery, archiviste et gestionnaire des collections spéciales au département des collections de l’Université de Bristol, explique que leurs visiteurs en ligne accèdent par divers moyens.

“Notre personnel des collections spécialisées rédige le contenu de notre blog, puis les gens le verront et décideront d’accéder à nos archives. Nous avons également mis nos principales collections sur le centre d’archives, et les gens viennent à nous à partir de là, ou en faisant une recherche sur le registre national des archives.”

Au fur et à mesure que les collections numériques commencent à être partagées dans plus d’endroits, les gens sont de plus en plus sensibilisés à ces collections et en découvrent qu’ils ne connaissaient pas par le biais d’une multiplicité de canaux en ligne.

“De plus en plus de nos collections et descriptions sont mises en ligne en permanence”, explique Hannah. “Les gens sont donc de plus en plus conscients de ce que nous avons dans nos descriptions qu’ils ne le seraient à partir des anciennes listes papier. Nous pourrions ajouter quelque chose à notre catalogue en ligne Isambard Kingdom Brunel, par exemple, et peu de temps après, nous recevons des demandes pour le voir de la part de passionnés du monde entier qui ne nous connaissaient pas avant la mise en ligne de nos archives.”

Nouveaux horizons

attirer de nouveaux publics en vous adressant activement à des personnes qui n’avaient aucune connaissance préalable de la collection. Sinon, ces publics en ligne n’auraient peut-être jamais trouvé le chemin de votre musée, de vos archives ou de votre institution.

Un engagement plus profond

Dans les premiers temps de la technologie numérique, l’accent était mis sur la quantité de matériel numérique plutôt que sur la qualité de la présentation. Au fil du temps, les institutions sont devenues plus sélectives quant aux aspects d’une collection qui devraient être numérisés, et la manière dont les utilisateurs explorent les collections en ligne est davantage prise en compte.

Par exemple, les conservateurs ne sont plus limités à l’espace d’un cartel à proximité de l’objet physique. Ils sont maintenant libres de fournir différents niveaux d’interprétation selon les besoins et les préférences du public.

Les sites internet et les plates-formes en ligne offrent également aux organisations plusieurs manières de présenter les collections, adaptées aux différents publics et à la façon dont ils abordent l’information et son contenu.

C’est ce qu’illustre la section “Explore” du site internet des National Museums Scotland (NMS)⁵. Les NMS permettent au public de rechercher des images à haute résolution de la collection et fournit des histoires, des films et des jeux, qui peuvent tous être recherchés par type, thème et sujet.

Le site offre au public la possibilité de s’engager dans la collection de la manière qui lui convient le mieux.

Une collection en ligne peut inclure des récits simplifiés et moins détaillés, pour les visiteurs qui ne sont en contact avec un objet que pour une courte période. Les chercheurs et les universitaires qui recherchent des descriptions plus éclairées sont en mesure d’approfondir le contenu en fonction de leurs intérêts.

Les principaux professionnels des collections en ligne s’entendent pour dire qu’il est important de rencontrer votre public là où il se trouve. Cela signifie non seulement être en ligne parce que votre public est en ligne, mais aussi se connecter avec le public d’une manière qui lui convient.



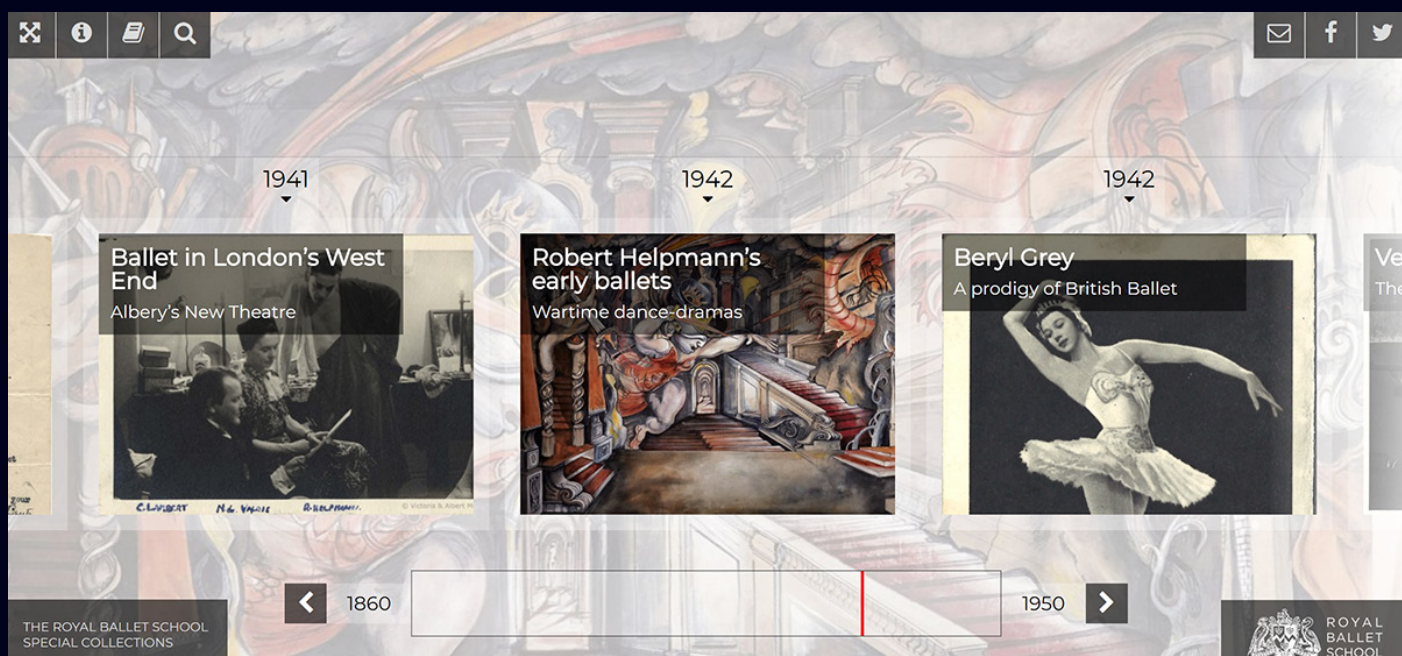
Les organisations qui adhèrent à cette philosophie ont plus de chances de réussir. Le succès du MERL dans le domaine des réseaux sociaux est dû en grande partie au fait qu'il empruntait le langage de son public sur les réseaux sociaux. Ils étaient spirituels, drôles et d'actualité. Ils ont embrassé la culture du même et ont magistralement utilisé Twitter pour raconter des récits captivants basés sur des objets de collection.

La beauté de la technologie numérique réside dans le fait qu'elle donne aux institutions l'opportunité de permettre aux visiteurs en ligne de forger leur propre chemin à travers une collection et d'explorer facilement les aspects correspondant le mieux à leurs intérêts.

Il y a aussi beaucoup de possibilités de toucher activement de nouveaux publics en ligne, comme l'explique Hannah Lowery :

"L'année dernière, l'une de nos archives, les Archives féministes du Sud, a organisé une série d'ateliers pour célébrer les 100 ans de l'obtention du droit de vote des femmes.

"Cela a vraiment aidé les chercheurs à avoir accès à nos catalogues en ligne afin qu'ils puissent affiner les aspects de la collection qu'il serait préférable d'utiliser. Le contenu de notre collection a fait le tour du pays et le niveau de sensibilisation des jeunes a été incroyable."



Timeline images. L-R: Photo by Debenham © Victoria and Albert Museum, London; painting by Martin Sutherland of a Leslie Hurry stage design and unattributed photo of Beryl Grey © The Royal Ballet School Special Collections.

Partager les connaissances à grande échelle

La Royal Ballet School de Londres joue un rôle important dans la formation de la prochaine génération de professionnels et d'enseignants de ballet et, comme pour toute forme d'art, une compréhension de l'histoire est essentielle. Cependant, une modification de la législation sur l'accès a rendu difficile la visite des collections spéciales de l'école.

L'école a donc créé une chronologie interactive, facile à explorer, fournissant une ressource qui place les objets de la collection dans leur propre contexte historique. Les contenus tels que les dossiers des étudiants et du personnel, les notes de performance, les programmes et les affiches ont

été numérisés et téléchargés dans la base de données des collections, puis diffusés en ligne.

Dans les 10 mois suivant le lancement de la chronologie en février 2017, il y a eu 3 500 visiteurs, dont certains venus du Japon et d'Australie, ce qui a considérablement élargi la visibilité de la Royal Ballet School.



Engager les visiteurs à l'intérieur des murs

Avec une multitude d'objets et d'artefacts, certains peuvent se demander si les musées et les galeries ont vraiment besoin d'une technologie supplémentaire pour attirer les visiteurs qui ont franchi leurs portes.

Mais la technologie joue un rôle important dans la mise en valeur d'une collection physique. La distinction entre le numérique et le physique s'estompe de plus en plus à mesure que la technologie s'intègre dans notre environnement bâti. En effet, la collection numérique peut approfondir la compréhension et l'interprétation qu'un visiteur a des objets physiques auxquels il est confronté.

Les technologies telles que la réalité augmentée (RA), la réalité virtuelle (RV) et les applications mobiles se répandent de plus en plus et leur potentiel afin d'améliorer l'expérience du visiteur d'une collection physique se fait connaître.

L'apprentissage transformé

Ce mélange de physique et de numérique a déjà un impact sur l'un des rôles traditionnels de l'organisation culturelle, en tant que force du bien dans l'éducation.

L'interprétation est un facteur clé de l'éducation, d'autant plus que la prochaine génération d'apprenants se prépare à un monde du travail différent, exigeant non seulement la connaissance des faits et des chiffres, mais aussi la pensée

critique. Les organisations culturelles ont le devoir de développer la pensée critique en établissant des relations avec les écoles et en aidant ces dernières à mieux tirer parti du programme scolaire.

Les voyages scolaires ennuyeux appartiennent au passé. Grâce à la technologie, ils sont remplacés par un style plus immersif de sortie éducative où les élèves sont de plus en plus absorbés par la période de l'histoire ou l'expérience scientifique qu'ils étudient.

Les expériences interactives appuient cette approche en donnant vie à l'apprentissage. C'est une technique qui est utilisée dans une exposition passionnante au Musée National de Finlande, où les gens peuvent entrer dans une peinture de 1863. Les visiteurs se retrouvent dans la scène du tableau et peuvent regarder le Hall of Mirrors en 3D. Les visiteurs peuvent même parler avec l'empereur russe et d'autres personnages représentés dans le tableau.

Raconter des histoires

Voir une exposition et lire l'étiquette n'est qu'une partie de l'expérience. Un élément clé pour donner vie à une collection est le récit. La technologie peut aider à remettre les expositions dans un contexte pour un voyage beaucoup plus significatif pour les visiteurs.

Depuis un certain temps déjà, de nombreuses institutions offrent des services de narration au moyen de guides audio sur leur propre matériel informatique. Mais l'ère du smartphone offre l'opportunité d'une toute nouvelle dimension dans l'exploration.

Il n'y a pas si longtemps, les téléphones mobiles étaient considérés comme une distraction dans une galerie d'art, mais les institutions ont vu comment les gens interagissent avec les œuvres d'art et les objets grâce à leurs smartphones, et elles commencent à en tirer des effets positifs.

Une expérience personnalisée

Chaque visiteur d'un musée, d'une galerie ou d'une institution aura ses propres centres d'intérêt et, tandis que certaines personnes passent beaucoup de temps à contempler un petit nombre d'objets, d'autres se déplacent plus rapidement dans les espaces de présentation. Les techniques numériques peuvent maintenant permettre à chaque visiteur de planifier son propre voyage à travers une collection.

L'intelligence artificielle (IA) et l'apprentissage automatique sont utilisés dans de nombreux espaces publics tels que les points de vente au détail, les aéroports et les lieux de divertissement pour suivre la façon dont les gens se déplacent et surveiller l'effet de changements dans la disposition des articles dans les magasins ou dans les files d'attente.

L'utilisation de la technologie d'apprentissage afin de mieux comprendre comment vos visiteurs se déplacent et s'immergent des présentoirs offre un potentiel intéressant. Cette approche a été utilisée par le Cleveland Museum of Art dans sa galerie ArtLens.



Les visiteurs utilisent l'application ArtLens pour enregistrer les œuvres d'art qu'ils découvrent au cours de leur visite, et ils peuvent également cartographier leur visite dans tout l'espace en utilisant la technologie d'orientation réactive de l'application. Ainsi, si un visiteur a un certain nombre de pièces préférées, il est facile de naviguer dans les galeries pour les trouver.

De plus, le mur ArtLens Wall, un mur multitouch interactif, offre une visualisation numérique de la collection et permet aux visiteurs de parcourir toutes les œuvres d'art actuellement exposées, ainsi que certaines qui ne sont pas visibles. Si quelque chose attire l'attention du visiteur, il peut toucher l'œuvre d'art sur le mur, découvrir ce que c'est et où elle se trouve dans le bâtiment.

De telles initiatives démontrent le pouvoir qu'ont les collections en ligne d'enrichir l'expérience du visiteur à l'intérieur d'une institution.

L'adoption d'une approche holistique des collections d'une plate-forme à l'autre permet aux équipes de créer des récits qui fonctionnent à la fois sur support numérique et en vrai. Cependant, cela dépend de l'existence d'outils qui permettent d'extraire les métadonnées, les descriptions d'articles et les récits du logiciel de gestion de collections vers les outils en ligne et les affichages numériques.

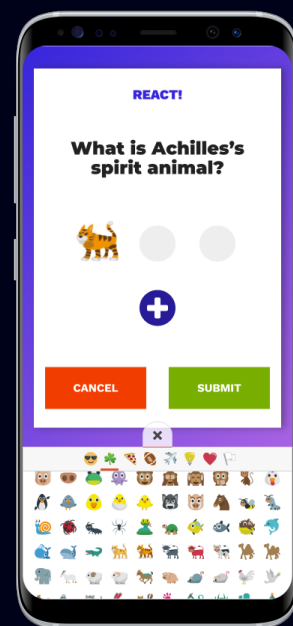
Pas seulement pour les selfies

Le Kimbell Art Museum voulait attirer, éduquer et engager les adolescents en créant une expérience mobile destinée spécifiquement aux adolescents. Il ne s'agissait pas seulement de créer du contenu offrant un bon équilibre entre le plaisir et l'information, mais aussi d'aligner l'application sur la façon dont les adolescents utilisent leurs smartphones dans leur vie quotidienne.

L'application Kimbell Teen Art Scope pose aux utilisateurs une série de questions sur les œuvres d'art, et les adolescents peuvent répondre à ces questions exclusivement en utilisant les émojis. Les jeunes visiteurs peuvent également cliquer sur des points de contact animés pour en apprendre davantage sur l'œuvre d'art dans une fenêtre contextuelle multimédia, fournissant des pépites d'interprétation de petite taille sur les œuvres qu'ils visionnent.

La section Challenges de l'application propose une chasse au trésor conviviale pour les adolescents avec différents types d'indices, y compris le choix multiple, la réponse libre, l'enregistrement et les défis photo. Chaque défi offre une occasion d'apprentissage interactif qui peut être sauvegardée sur le téléphone du visiteur, partagée sur les médias sociaux ou réinitialisée pour jouer à nouveau. Le jeu met en vedette des mèmes d'artwork et des mashups photo pour donner le ton.

Lorsque le musée a interviewé des visiteurs adolescents, les réactions ont été extrêmement positives.



Comment se préparer pour la collection en ligne

Le progrès technologique n'a pas de date de début ni de fin, c'est un processus constant de développement, d'évaluation et. Il faut du temps, des moyens et de l'expertise pour intégrer la technologie dans le tissu d'une organisation ou d'un bâtiment, en particulier ceux qui existent depuis des décennies, voire des siècles.

Partager des collections en ligne avec un public mondial n'est pas une mince affaire, mais il y a des mesures clés que les institutions peuvent prendre pour intégrer de nouvelles technologies à une collection.

1. Fixer des objectifs clairs

Le rôle de la technologie variera selon la taille et la nature de l'établissement. Cela vaut donc la peine de considérer quel est votre principal objectif lorsque vous publiez une collection en ligne. Pour certaines organisations, l'objectif pourrait être d'augmenter le nombre de visiteurs physiques de 10%, par exemple. Pour d'autres, il pourrait s'agir de partager des connaissances scientifiques avec la communauté universitaire internationale ou de créer des guides interactifs pour des visites de groupes.

Une fois les objectifs définis, vous pouvez déterminer ce qui doit être numérisé, les systèmes à utiliser et le niveau des métadonnées à extraire.

Pour Hannah Lowery, l'objectif était de faire connaître les collections spéciales de l'Université de Bristol. *"Nous avons environ cinq kilomètres de matériel, des archives aux objets et aux livres. Nous avons longuement réfléchi à ce qu'il fallait mettre en ligne et toutes nos collections ne sont pas numérisées, en partie à cause des restrictions en matière de ressources et de droits d'auteur. Cependant, c'était une priorité d'obtenir toutes nos listes papier en ligne pour donner aux gens du monde entier une idée de l'étendue de nos collections."*

2. Collaborer avec d'autres institutions

Les institutions de collections ont beaucoup à gagner au partage des connaissances et à la collaboration. Alors qu'une organisation peut faire de grands progrès pour attirer les visiteurs extérieurs avec ses collections, une autre peut adopter une approche novatrice afin de travailler avec les écoles sur des expériences immersives pour les élèves.

Écrémeurs, nageurs et plongeurs

Le New Orleans Museum of Art (NOMA) voulait accroître l'engagement du public, des visiteurs les plus avertis aux novices du numérique. Le musée a commencé à élaborer un programme d'interprétation numérique pour créer des expériences éducatives, autoguidées et permettant une exploration plus approfondie et plus large de la collection.

L'une des façons dont NOMA a atteint cet objectif était par le biais d'étiquettes numériques en galerie. Ces étiquettes numériques sont affichées sur les iPad une fois devant les œuvres d'art, les installations et les galeries.

Les étiquettes numériques sont faciles à parcourir et peuvent répondre aux différents niveaux d'engagement des visiteurs. Par exemple, un "écrémeur", qui n'a que quelques instants pour voir une œuvre d'art, peut rapidement trouver dans l'application des explications par petits bouts. Un "nageur" ou un "plongeur" - ceux qui ont plus de temps ou d'intérêt - peut lire des informations de haut niveau et utiliser les boutons "en savoir plus" pour explorer plus en détail.

Pour encourager le dialogue, la NOMA a inclus une page "partagez vos idées". Par exemple, l'étiquette numérique d'un portrait de Marie-Antoinette demande : "Qui sont les créateurs de tendances d'aujourd'hui ?" encourageant les visiteurs à relier l'œuvre d'art à la société contemporaine. Les visiteurs ont suggéré des célébrités comme Kanye West

et Kim Kardashian. NOMA peut examiner les réponses des visiteurs et adapter les questions.

L'engagement des visiteurs à l'égard du guide mobile et des étiquettes numériques de NOMA fait l'objet d'un suivi afin que NOMA puisse voir les mesures typiques comme le nombre de sessions, la durée de la session, le nombre moyen de pages vues par session et les pages les plus visitées. NOMA peut suivre le parcours de l'utilisateur à travers l'application pour comprendre à combien de niveaux un visiteur s'intéresse et de quelle façon.

Le musée peut également recueillir des adresses de courriel à des fins de marketing afin d'encourager les futurs visiteurs à visiter la collection.





Pete Herbst, développeur au Field Museum de Chicago, recommande d'adopter une approche collaborative pour construire une collection en ligne. "D'une manière générale, les musées ont tendance à avoir des ressources limitées. Les gens sont toujours à la recherche de solutions qui sont communes à toutes les institutions et que nous pouvons partager afin d'y travailler ensemble. Par exemple, nous pouvons partager les meilleures pratiques et demander aux fournisseurs de systèmes de nous donner des solutions communes qui peuvent être utilisées par plusieurs musées."

"Individuellement, nous n'avons ni le temps ni les ressources pour agir aussi rapidement que nous le voudrions. Ensemble, nous pouvons tous travailler mieux pour créer des collections en ligne efficaces."

La création d'une présence numérique demande du temps, de la réflexion et de la planification, et vous pouvez tirer profit du partage d'expertise et de la collaboration avec d'autres organisations pour vous ouvrir au monde numérique. Cela peut être particulièrement bénéfique lorsque vous travaillez avec un budget limité.

Dans le cas du succès de MERL Twitter, c'est une étincelle de génie qui a suscité un grand intérêt pour les médias sociaux. Mais beaucoup de planification, de formation et de collaboration avaient précédé ce moment ⁶.

3. Garantir la qualité des données et des médias

La numérisation est un élément important de la préservation des connaissances stockées au sein des collections. Cependant, il est important de tenir compte de la technologie chargée de cette tâche. Par exemple, de nombreuses photos prises avec des appareils photo standard il y a dix ans ne fonctionneraient pas bien sur un écran haute définition maintenant.

Il n'est pas possible d'assurer la pérennité complète du processus, mais les institutions peuvent anticiper en s'assurant que leurs dossiers sont clairs, que leurs données sont bien conservées et que les médias sont disponibles dans des formats pertinents. Si vous investissez du temps dans le nettoyage des données et l'amélioration de votre catalogage, il vous sera plus facile d'adopter de nouvelles technologies et de nouveaux systèmes lorsqu'ils seront disponibles.

Il est important de suivre les normes de l'industrie lors de la sélection des fournisseurs, d'utiliser les formats recommandés pour éviter la perte de données et de s'assurer que les supports ne deviennent pas inutilisables avec le temps.

Fiona Bourne, de la RCN, explique que la numérisation des collections exige beaucoup de travail en amont. "Nous numérisons toutes nos publications, les bulletins des membres, les bulletins et les lignes directrices du personnel, et nous devons nous assurer que les gens peuvent y accéder via leurs appareils mobiles. De nos jours, les gens s'attendent à avoir un accès instantané à leurs téléphones et nos systèmes doivent le permettre."

4. Utiliser des systèmes communiquant entre eux

De nombreuses institutions utilisent des systèmes de gestion des collections depuis un certain nombre d'années, et elles ont peut-être aussi investi dans des systèmes de gestion des biens numériques ou des solutions pour leur contenu numérique d'origine.

La création d'une collection en ligne est beaucoup plus efficace si tous ces systèmes s'intègrent harmonieusement les uns aux autres.

En tirant les données directement de votre système de gestion des collections vers une collection en ligne, l'arrière-plan, les métadonnées et l'histoire d'un objet sont déjà là et prêts à être utilisés sans qu'il soit nécessaire de saisir à nouveau des informations.

Les logiciels d'adhésion et de billetterie peuvent également fournir une mine de données à utiliser pour personnaliser l'expérience du visiteur et mieux servir votre public. Toutefois, lors de la collecte de données sur les visiteurs, il est essentiel de vérifier le respect des réglementations en matière de protection des données, par exemple, la déclaration de confidentialité doit clairement énoncer ce que l'organisation fera avec les données personnelles et demander le consentement.

Une grande partie du travail préparatoire que les institutions font maintenant pour rendre leurs collections accessibles à leurs communautés virtuelles et réelles déterminera la façon dont elles évolueront dans les années à venir.

Conclusion

Les institutions muséales ont toujours travaillé ardemment afin de préserver les richesses pour les générations futures, et notre avenir sera en grande partie numérique. Il existe de nouvelles possibilités, réalistes, pour éliminer les obstacles et conquérir de nouveaux publics. La publication de collections en ligne ouvre les réserves et libère des objets dans le monde pour que tous puissent les voir.

L'amateur d'art qui ne peut plus voyager, le chercheur dont l'emploi du temps est chargé et le passionné d'histoire confiné à la maison peuvent tous explorer la richesse des collections dans le confort de leur atelier, de leur laboratoire ou de leur foyer.

Mais ce n'est en aucun cas la fin de l'institution tangible. Les collections en ligne combinées aux technologies émergentes peuvent transformer la visite d'une collection physique en une aventure narrative personnalisée. Les visiteurs peuvent creuser plus profondément dans les récits qui se cachent derrière une œuvre d'art qu'ils aiment, et les enfants peuvent découvrir des faits et des chiffres passionnants sur la créature exposée devant eux sur leur smartphone.

Non seulement les collections en ligne diffusent de l'information sur l'art, la science et la culture, mais elles invitent tout le monde à la partager en mobilisant le public et en lui permettant de parcourir les collections au rythme et dans la direction qui lui conviennent le mieux.

La publication d'une collection en ligne n'est pas un objectif final, c'est un processus continu, tout comme la gestion d'une collection physique dans les murs d'un bâtiment. Les activités en ligne et hors ligne sont inextricablement liées. En se fixant des objectifs clairs et en s'assurant que leurs systèmes informatiques fonctionnent bien ensemble, les organisations peuvent tirer le meilleur parti de la profusion de connaissances dont elles ont la charge.

Lorsqu'une collection est publiée en ligne, elle a pour effet d'améliorer la collection physique qu'elle renferme et d'accroître la connaissance et la compréhension des éléments qu'elle contient.

Au fur et à mesure que les musées continueront d'innover grâce à la publication en ligne et aux techniques numériques, un plus grand nombre de personnes pourront profiter, comprendre et apprécier les merveilles des collections à la fois en ligne et physiques.





Les solutions Axiell aident les institutions à partager leur culture et leurs connaissances avec le monde. Nos logiciels et nos services les aident à gérer leurs collections, à encourager la lecture, à préserver le patrimoine culturel, à améliorer l'apprentissage et à accroître l'engagement du public.

Ce livre blanc a été publié en collaboration avec CultureConnect. CultureConnect est une entreprise technologique primée qui propose des expériences mobiles et numériques attrayantes aux musées, bibliothèques, organisations patrimoniales et touristiques.

Pour en savoir plus sur nos solutions de publication de vos collections sur le web ou sur CultureConnect, suivez les liens ci-dessous.

sales-alm@axiell.com

www.axiell.com

cultureconnectme.com

Références

1. British Library: <http://www.bl.uk/learning/timeline/item107648.html>
2. <https://www.axiell.com/app/uploads/2019/04/digital-transformation-in-the-museum-industry.pdf>
3. <https://twitter.com/TheMERL>
4. https://www.youtube.com/watch?v=YPUG_5VgtJQ
5. <https://www.nms.ac.uk/explore/>
6. https://digitisation.jiscinvolve.org/wp/files/2015/09/case_study_resource_discovery_merl.pdf

