

Développement professionnel  
échanges, réflexivité et évolution des pratiques

# FORMATIONS 2021

*Bibliographie*

---

Écrire pour le web

**Stage**

En ligne, les 18 et 19 mai 2021

Ocim  
Université de Bourgogne  
36 rue Chabot-Charny  
21000 DIJON - France  
[www.ocim.fr](http://www.ocim.fr)



tél. : +33 3 80 58 98 50  
[ocim@u-bourgogne.fr](mailto:ocim@u-bourgogne.fr)



## PRÉSENTATION

Depuis plus de 10 ans, les **nouvelles technologies** modifient la manière de communiquer avec les publics. Ainsi, il est devenu impératif d'adapter son **style d'écriture**, aussi bien dans le fond que la forme, afin de faire passer le message en fonction des objectifs et publics ciblés mais surtout des types de **médias et de supports numériques** utilisés. Comment adapter son écriture en fonction des formats, des supports et des publics visés ? Quel style et quel ton faut-il privilégier afin de garantir un énoncé clair, un message lisible et compréhensible ? Comment adapter son style d'écriture au besoin de ses lecteurs et notamment pour prendre en compte les spécificités du numérique ? Quel ton adopter pour engager réellement les internautes et susciter des interactions avec les lecteurs ? Comment s'inspirer des méthodes du FALC pour **écrire sur le web** ?

→ Les monographies et articles de cette bibliographie sont consultables au [centre de documentation de l'Ocim](#).

### Prêt d'ouvrages

5 ouvrages maximum pour une durée d'un mois.  
Possibilité de recevoir les ouvrages gratuitement par courrier postal.  
Le retour des documents est aux frais de l'emprunteur.

### Reproduction d'articles

10 articles maximum par demande.  
En respect de la législation en vigueur régie par le [Centre français d'exploitation du droit de copie](#).  
Possibilité de recevoir les reproductions gratuitement par courrier postal.

Mail : [documentation.ocim@u-bourgogne.fr](mailto:documentation.ocim@u-bourgogne.fr)

Téléphone : 03 80 58 98 87

→ Toutes les ressources web de cette bibliographie étaient disponibles à la consultation le 27 avril 2021.



**Ne reproduisez ce document que si vous en avez l'utilité !**

## **SOMMAIRE**

<b>MONOGRAPHIES DU CENTRE DE DOCUMENTATION .....</b>	<b>4</b>
<b>PÉRIODIQUES ET ARTICLES DU CENTRE DE DOCUMENTATION.....</b>	<b>9</b>
<b>RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES EN LIGNE.....</b>	<b>15</b>
OUTILS ET GUIDES PRATIQUES .....	15
SITES RESSOURCES.....	16
BIBLIOGRAPHIES COMPLÉMENTAIRES .....	17
L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL.....	18

## MONOGRAPHIES DU CENTRE DE DOCUMENTATION

### **Les imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation** / SANDRI Éva

Paris : MKF, 2020. - 172 pages

(Collection Les essais numériques)

ISBN 979-10-92305-64-7

Résumé : L'introduction du numérique au musée génère autant d'enthousiasme que de craintes. Cet ouvrage revient sur les débats virulents qui agitent la profession depuis plusieurs années maintenant. D'un côté, les technophiles vantent les vertus du numérique (les applications pour smartphone permettent notamment de démocratiser les connaissances et d'attirer le jeune public), tandis que les technophobes le rejettent, considérant qu'il est une atteinte à une rencontre authentique avec les œuvres.

### **Culture numérique** / CARDON Dominique

Paris : Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 2019. - 428 pages

(Collection Les petites humanités)

ISBN 978-2-7246-2365-9

Résumé : Le directeur du laboratoire de recherche MédiaLab de Sciences Po propose dans cet ouvrage une introduction à la « culture numérique », de sa naissance aux questions liées aux algorithmes, en passant par les enjeux civiques, politiques ou économiques. En remettant de la complexité et de la perspective historique dans les débats intenses qui entourent le numérique, il s'efforce de démontrer que la révolution digitale est avant tout d'ordre cognitif et qu'un socle culturel minimal est indispensable pour l'appréhender et la comprendre.

### **La pratique muséale numérique - Une approche globale** / MUCHA Franziska

Zurich : Association des musées suisses (AMS), 2019. - 17 pages

(Collection Normes et standards)

ISBN 978-3-906007-45-8

Résumé : La culture du numérique offre aux musées quantité d'occasions de remplir leur mission en tant que lieux de connaissance, de préservation et de communication, et ce d'une manière large et diversifiée, inclusive et participative, en réseau et à l'échelon international. Cette brochure fournit des outils et pistes de réflexion pour l'élaboration, la mise en œuvre ou la révision d'une stratégie numérique globale au sein d'une institution. Elle entend aider les professionnels des musées à développer leurs compétences numériques et à prendre des décisions stratégiques. L'objectif est d'amorcer ou de reprendre un échange avec les utilisateurs et utilisatrices, en fonction de l'image que chaque institution a d'elle-même, et, ce faisant, d'établir des rencontres réussies, sur place et en ligne.

### **#info - Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook** / MERCIER Arnaud ;

PIGNARD-CHEYNEL Nathalie

Paris : Maison des sciences de l'Homme (MSH), 2018. - 347 pages

(Collection Le (bien) commun)

ISBN 978-2-7351-2398-8

Résumé : De plus en plus souvent l'information journalistique arrive directement sur les « murs » de nos réseaux sociaux, en priorité Facebook ou Twitter, mais aussi LinkedIn ou Snapchat et bien sûr via des vidéos mises en ligne sur YouTube ou DailyMotion. La médiation de ces plateformes pour accéder à l'information d'actualité n'est pas neutre. L'objet de cet ouvrage est d'essayer de comprendre ce qui change dans le rapport aux médias et à l'information dès lors que se met en place un nouvel écosystème de l'information à l'ère des réseaux socionumériques. Que partage-t-on ? Comment le faisons-nous ? Comment commentons-nous l'actualité sur Twitter ou Facebook ? Quels nouveaux usages, quels arts de faire les internautes mettent-ils en œuvre pour utiliser les dispositifs offerts par ces plateformes : hashtags, like, retweet, emojis, émoticônes, etc. À l'heure des fake news, des risques d'enfermement dans des « bulles de filtre » via les recommandations de nos « amis » et des algorithmes, il est indispensable de prendre pleinement conscience du bouleversement qui se joue dans les pratiques quotidiennes d'information.

[Culture is digital](#) / Department for digital, culture, media & sport

Londres : Department for digital, culture, media & sport, 2018. - 63 pages

Résumé : Dans ce rapport, le gouvernement britannique expose la façon dont la culture et les technologies peuvent collaborer pour conduire les organisations culturelles vers une ère numérique tout en développant leur créativité. Le document aborde la participation du public puis le développement des compétences digitales de ces établissements. Enfin, le gouvernement explicite la stratégie digitale qu'il souhaite adopter.

**La médiation numérique muséale - Un renouvellement de la diffusion culturelle /**

VIDAL Geneviève

Pessac : Presses universitaires de Bordeaux (Pub), 2018. - 212 pages

(Collection Labyrinthes)

ISBN 979-10-300-0209-6

Résumé : L'appropriation des technologies numériques par les musées donne lieu à de riches propositions multimédia, dans une ambivalence entre proximité et mise à distance. Cet ouvrage propose d'analyser les conséquences de cette ambivalence qui rejoint celle des usages numériques des publics de contenus muséaux par les dispositifs et réseaux numériques. L'ouvrage présente les résultats d'études dans les musées et sur l'Internet muséal. Il s'accompagne des réflexions de professionnels des musées et tente de démontrer l'existence d'une nouvelle diffusion culturelle. Ainsi, l'auteure met en lumière les enjeux de la communication muséale.

[Mapping the museum digital skills ecosystem - Phase one report](#) / PARRY Ross ;

EIKHOF Doris Ruth ; BARNES Sally-Anne et al.

Leicester : University of Leicester, 2018. - 52 pages

ISBN 978-0-9933380-8-3

Résumé : Ce guide fournit un cadre transformable pour l'usage du numérique au sein d'un musée. Il dresse la carte des compétences numériques actuellement déployées dans le secteur des musées britanniques et en définit les évolutions.

**Using Twitter to built communities - A primer for libraries, archives, and museums /**

FORRESTAL Valérie ; VELLA Tinamarie

Lanham : Rowman & Littlefield, 2018. - 103 pages

ISBN 978-1-5381-0605-1

Résumé : Ce guide pratique donne aux utilisateurs du réseau social Twitter des conseils pratiques et méthodologiques pour faire évoluer leurs stratégies en passant du simple partage de contenu à la création d'échanges significatifs avec leurs communautés. Adapté à tous les niveaux d'expérience, il donne des clés pour utiliser Twitter dans toutes sortes d'institutions culturelles (bibliothèques, archives, musées).

[Les community managers des musées français - Identité professionnelle, stratégies numériques et politique des publics](#) / COUILLARD Noémie

Thèse de doctorat : sciences de l'information et de la communication / Sous la direction de EIDELMAN Jacqueline ; BERGERON Yves

Avignon : Université d'Avignon et des pays de Vaucluse, 2017. - 463 pages

Résumé : Cette thèse interroge la manière dont les pratiques numériques des musées permettent la participation des publics. L'étude s'appuie sur trois enquêtes distinctes et une longue période d'observation participante. Dans un premier temps, l'auteure analyse deux projets dits participatifs : des concours photographiques sur les réseaux socionumériques et Muséomix, un événement dont le but est de fabriquer des dispositifs numériques durant une courte période. Dans un second temps, elle interroge les caractéristiques socio-professionnelles des community managers à partir d'une enquête par questionnaires et par entretiens semi-directifs. Ces travaux attribuent à la participation des publics une légitimité et un sens à l'activité des community managers dans les institutions muséales.

**Utiliser les réseaux sociaux dans la fonction publique / BUFFAULT Noémie**

Paris : Gualino, 2017. - 139 pages

(Collection Fonction publique)

ISBN 978-2-297-06612-9

Résumé : Devenus des outils de communication incontournables, les réseaux sociaux déstabilisent les institutions politiques. Les exigences de réactivité et de transparence qu'ils induisent bouleversent nos habitudes de travail. Ce bouleversement représente une chance pour les institutions. Les réseaux sociaux sont en effet une opportunité pour qui sait les utiliser, en maîtrise les codes et connaît les enjeux. Cet ouvrage s'attachera à faire comprendre ce que sont les réseaux sociaux puis présentera les possibilités qu'offre une communication à travers eux pour une institution sans oublier les impacts sur les pratiques professionnelles et sur les carrières dans la fonction publique.

**La médiation des mémoires en ligne / BESSON Rémy ; SCOPSI Claire**

Paris : Lavoisier, 2016. - 168 pages

(Collection Les cahiers du numérique)

ISBN 978-2-7462-4773-4

Résumé : Que se passe-t-il lorsque des enjeux de mémoire rencontrent la culture du web ? En quoi les choix opérés lors de l'éditorialisation des récits mémoriels sont-ils susceptibles de modifier le regard d'un groupe sur son passé ? Actuellement, la notion de mémoire elle-même peut-elle être pensée en dehors de la culture web, ou tout du moins sans prendre en compte cette culture ? Enfin, dans quelle mesure la notion de médiation est-elle adaptée pour appréhender ces problématiques ? Cet ouvrage s'interroge sur les transformations à l'œuvre au cours des processus contemporains de valorisation des traces du passé, qu'il s'agisse d'archives nativement numériques, numérisées, ou de récits collectés pour « faire mémoire ». Les corpus étudiés (jeux vidéo, archives du web, témoignages oraux, etc.) sont, en effet, le plus souvent le résultat de processus de redocumentarisation et de remédiation. Associées à des parcours muséaux, des chaînes YouTube, des plateformes web ou des bases de données, ces traces rencontrent ainsi de nouveaux publics et sont l'objet d'usages différents. Dans cette recontextualisation elles sont investies d'autres significations et d'autres fonctions qui relèvent de leur nature complexe à la fois mémorielle, audiovisuelle et numérique. Cette triple nature les rend aptes à traduire le sensible ou la nostalgie et à se prêter à l'analyse croisée, au commentaire ou à l'annotation. On assiste donc actuellement à des usages, à des fins ludiques, scientifiques ou dramaturgiques, des propriétés de ces mémoires en ligne, sans pouvoir encore déterminer l'ampleur et l'avenir de ce phénomène à la fois socio-culturel, technique et économique.

**Technology and digital initiatives - Innovative approaches for museums / DECKER Juilee**

Lanham : Rowman & Littlefield, 2015. - 114 pages

(Collection Innovative approaches for museums)

ISBN 978-1-4422-3873-2

Résumé : Le numérique s'est imposé aux institutions muséales comme à toutes les sphères de la société, devenant des « outils » du quotidien. Les exemples d'initiatives centrées sur l'utilisateur et intégrées aux parcours de visite, les bornes d'information, les guides multimédias, etc. sont aussi nombreux que les exemples de services moins visibles basés sur le numérique (hébergement de bases de données, technologie sans fil, plateforme collaborative, etc.). Cet ouvrage dresse un état de l'art des pratiques numériques dans les musées au travers de dix études de cas et offre des pistes de réflexion pour mettre ces technologies au service de la communication et de la médiation.

**Information et communication scientifiques à l'heure du numérique / SCHAFFER Valérie**

Paris : Centre national de la recherche scientifique (CNRS), 2014. - 128 pages

(Collection Les essentiels d'Hermès)

ISBN 978-2-271-08072-1

Résumé : Cet ouvrage propose un ensemble de regards croisés interdisciplinaires pour explorer les enjeux et les évolutions récentes de l'information et de la communication scientifiques à l'heure du numérique. Science ouverte, science 2.0, déluge informationnel, communication institutionnelle des laboratoires et instituts de recherche, blogs de chercheurs, plateformes participatives et collaboratives, accès pour tous à la culture scientifique... autant de thèmes émergents qui concernent les chercheurs et professionnels de l'information et de la communication, et interrogent également les relations science/société et leurs transformations actuelles.

- **Le journalisme scientifique face aux nouveaux environnements de diffusion de l'information** / THIVENT Viviane ; SCHAFER Valérie. - pp. 139-151  
Résumé : Désormais, les chercheurs peuvent publier leurs travaux sans intermédiaire, ils seraient alors dans un processus de communication de leurs travaux. En revanche, l'information resterait la mission du journaliste scientifique. Comment s'est transformé ce métier avec l'omniprésence du web et des blogs ? Quelles sont les sources et quelle est la perception de champ dans les rédactions ? Entretien avec une professionnelle.

**Réseaux sociaux et musées - Aides à la décision** / VOGELSANG Axel ; MINDER Bettina ; MOOR Seraina

Zurich : Association des musées suisses (AMS), 2014. - 6 pages

Résumé : Le recours à des médias sociaux mobilise des ressources, et l'acquisition des connaissances nécessaires exige du temps. Pour réussir, leur utilisation doit donc s'inscrire dans une stratégie globale. Cette brochure développe quelques points qu'il importe de connaître pour manier les médias sociaux dans l'environnement des musées.

**Réseaux socionumériques et médiations humaines - Le social est-il soluble dans le web ?** / ROJAS Estrella

Londres : Hermès science, 2013. - 293 pages

ISBN 978-2-7462-4539-6

Résumé : Le développement massif des pratiques d'agir avec et de vivre ensemble, instrumentées par les réseaux socionumériques, ainsi que l'usage abondant de l'expression « web social » et de ses dérivés peuvent être vus comme les indices d'une nouvelle étape de l'industrialisation numérique de la culture et du symbolique qui s'empare désormais du social. Afin d'en préciser les effets et les dynamiques, l'ouvrage propose une approche du social comme un construit en mouvement fait d'associations entre êtres (humains, techniques, symboliques, etc.). Il analyse les dispositifs socionumériques en tant que « machines d'écritures », puis il se penche sur des collectifs mus par des buts communs et articulés par des plateformes dédiées. Cette mise en tension de l'analyse des dispositifs et de celle des pratiques dresse un tableau contrasté du vivre ensemble numérique.

**Bien rédiger pour le web - Stratégie de contenu pour améliorer son référencement naturel** / CANIVET Isabelle

Paris : Eyrolles, 2011. - 535 pages

ISBN 978-2-212-12883-3

Résumé : Guide pratique pour mettre au point et formaliser une stratégie pour un site web. Au-delà du graphisme et des prouesses techniques, c'est le contenu d'un site qui est la clef de voûte d'un référencement durable. Comprendre ce que les internautes viennent chercher, s'approprier les principes d'ergonomie et d'accessibilité, développer le référencement, faciliter la navigation et favoriser la lisibilité, travailler les textes, optimiser tous les types de contenus sont les savoir-faire nécessaires à la valorisation des contenus.

**Réseaux et médias sociaux dans le tourisme - Comment développer sa visibilité et optimiser sa présence en ligne ?** / MANTEI Christian

Paris : Atout France, 2011. - 130 pages

ISBN 978-2-915215-82-3

Résumé : Guide pratique qui d'abord dresse un panorama des réseaux et médias sociaux puis qui propose des recommandations pour élaborer une stratégie marketing dans le secteur touristique. Plus précisément, il répond aux deux questions : quels sont les comportements spécifiques des jeunes adultes de 18 à 35 ans ? Et quelles sont les règles pour investir utilement dans ce nouveau mode de communication ? Analyse de ce phénomène et de ses applications dans le secteur touristique.

**Twitter for museums : strategies and tactics for success - A collection of essays** / ALLEN-GREIL

Dana ; HILL Laurence ; PROCTOR Nancy ; et al.

Édimbourg : MuseumsEtc, 2010. - 412 pages

ISBN 978-0-9561943-6-7

Résumé : Guide pratique d'utilisation du site internet Twitter destiné aux musées ou autres organisations culturelles, quelle que soit leur taille. Ce site, de type réseau social/microblogging, est mis à profit comme outil favorisant l'engagement et la participation du public. Un ensemble de recommandations et de conseils pour l'exploitation optimale de ce service est suivi de nombreuses études de cas provenant de musées américains, européens et australiens.

**Culture web - Création, contenus, économie numérique** / GREFFE Xavier ; SONNAC Nathalie  
Paris : Dalloz, 2008. - 886 pages  
ISBN 978-2-247-07971-1

Résumé : Le temps où Internet apparaissait comme un simple prolongement du téléphone, voire un accélérateur de la vente à distance, paraît bien lointain. Le web devient la manufacture mondialisée des produits de contenu. Dans cette nouvelle industrie de la société civile numérisée, les chaînes de valeur sont remises en question : création, production, distribution et régulation. Le système marchand rencontre le système de la gratuité pour donner naissance à de nouveaux partages culturels et sociaux et à de nouveaux modèles d'affaires. Qu'appelle-t-on contenus numériques autoédités ? Tout internaute est-il un créateur ? Que devient la propriété intellectuelle face à la disparition des supports ? Les biens d'information et les créations artistiques transférés sur le web changent-ils de nature ? Analyse de l'ensemble des thèmes relatifs aux défis de la culture web.



## PÉRIODIQUES ET ARTICLES DU CENTRE DE DOCUMENTATION

[Balisages n° 2 \(2021\) : Les institutions culturelles au miroir des réseaux sociaux numériques](#) / CHEVRY PÉBAYLE Emmanuelle ; DILLAERTS Hans

Résumé : Ce numéro questionne les institutions culturelles au miroir des réseaux sociaux numériques : face au besoin d'attirer plus de visiteurs, d'élargir et de fidéliser leurs usagers, les institutions culturelles s'approprient les méthodes de communication et les outils techniques d'aujourd'hui dans un contexte d'attentes expérientielles du public qui pose de nombreux défis aux professionnels des institutions culturelles au niveau managérial, organisationnel et budgétaire. Les six articles qui le composent proposent des regards croisés et multiples sur les objets et sujets traités tant au niveau des méthodologies et approches conceptuelles mobilisées, des contextes (nationaux et internationaux avec la traduction de deux études menées à l'international), que des médias sociaux analysés et des types de publication retenus.

**Expert communication on Twitter - Comparing economists' and scientists' social networks, topics and communicative styles** / DELLA GUISTA Marina ; JAWORSKA Sylvia ; VUKADINOVIC GREETHAM Danica

in **Public understanding of science vol. 30 n° 1 (2021)**. - pp. 75-90

Résumé : Cette analyse comparative met en évidence des différences dans les pratiques de communication de scientifiques et d'économistes sur le réseau social Twitter : les économistes twittent moins, mentionnent moins de personnes et ont moins de conversations sur Twitter avec le public que les scientifiques. Les scientifiques utilisent un style plus informel et s'adressent à un public plus large par le biais de contenus multimédias, tandis que les économistes utilisent plus de jargon et ont tendance à privilégier les médias écrits traditionnels. Les résultats permettent de formuler des recommandations aux experts pour une communication plus efficace de leurs connaissances.

**Rethinking museum labels - Changes in attitude are prompting many museum to reconsider tone, format and role** / PARRY Caroline

in **Museum practice (mars 2020)**. - 3 pages

Résumé : Focus sur l'évolution des formes et contenus des textes et cartels d'exposition. L'impact de l'injonction à l'inclusion et au numérique sur ces outils « traditionnels » d'interprétation est étudié : entre accessibilité aux personnes handicapées (déficients visuels notamment), décolonisation des contenus, approche communautaire (co-écriture des récits) et complémentarité avec les outils numériques mobiles.

[Injonction à l'intuitivité et disparition des textes dans l'exposition](#) / DE BIDERAN Jessica

in **Les enjeux de l'information et de la communication n° 3 (2019)**. - pp. 39-50

Résumé : La miniaturisation des outils numériques et l'augmentation de leurs capacités de stockage permettent désormais aux commissaires et responsables d'exposition de multiplier les contenus textuels et audiovisuels en les mettant à disposition dans ces appareils qui équipent le visiteur. Si l'augmentation informationnelle permise par ces équipements a déjà fait l'objet de commentaires, il reste à poursuivre ces réflexions en les situant dans l'idéologie de l'écriture multimédia, qui repose notamment sur la plénitude des contenus et une infinie possibilité d'accès. À partir d'un terrain particulier, une ingénieure de recherche en sciences de l'information et de la communication à l'université Bordeaux Montaigne interroge cette injonction à l'intuitivité du dialogue homme-machine et propose de la confronter au ressenti des publics.

[JoVE ou l'avènement d'une nouvelle niche d'éditeurs médiatiques](#) / RAKOTOARY Sarah  
in **Les enjeux de l'information et de la communication n° 2 (2019)**. - pp. 73-87

Résumé : Le marché de l'édition scientifique a connu de nombreuses évolutions avec l'avènement du numérique, du libre accès et des nouveaux modèles de publication. Cet article aborde le cas de l'éditeur commercial JoVE à l'origine d'un nouveau modèle de publication d'articles scientifiques en sciences de la vie, fondé sur la vidéo. Ces articles présentent des méthodes expérimentales développées par les auteurs et mises en média sur la plateforme de l'éditeur. À l'aide d'une méthodologie mixte, l'étude de cas exploratoire (2018-2019), montre que JoVE représente une niche pour la publication scientifique et devient un nouveau type d'acteur dans la filière de l'édition scientifique. Son succès réside dans le fait qu'il permet aux chercheurs de développer des pratiques de publication qui laissent la place à de nouvelles formes d'écriture, faisant émerger l'article scientifique médiatique. En outre, les articles vidéo circulent sur le web et véhiculent de nouveaux objectifs (visibilité, ouverture, mise en média, etc.) attendus par les chercheurs et leurs instances d'évaluation pour la reconnaissance de leurs expertises méthodologiques.

[Revue française des sciences de l'information et de la communication n° 16 \(2019\) : La médiation muséale au prisme du numérique](#) / BADULESCU Cristina ; DE LA VILLE Valérie-Inès

Résumé : Les évolutions liées au numérique amènent à s'intéresser et à interroger la médiation culturelle et les transformations des approches et pratiques muséales en dehors et au sein des musées. Les contributions du présent numéro abordent sous cet angle les questions liées à l'évolution des publics et leurs rapports aux collections, notamment au regard de la façon dont les dispositifs numériques reconfigurent les différents registres d'expériences culturelles et plus largement les relations au patrimoine.

[Are we giving up too much ? It's time to think about ethics of museum technology tools](#) / SMITH Koven J.

in **Museum vol. 98 n° 1 (2019)**. - pp. 12-15

Résumé : Un conseiller en stratégie digitale revient sur les enjeux de l'appropriation des outils technologiques par les musées. Selon lui, les professionnels doivent se pencher non seulement sur les aspects pratiques de la technologie utilisée, mais aussi sur ses implications morales et éthiques pour ne pas risquer de compromettre les valeurs des musées qu'ils servent.

**Scientific networks on Twitter - Analyzing scientists' interactions in the climate change debate** / WALTER Stefanie ; LORCHER Ines ; BRUGGEMANN Michael

in **Public understanding of science vol. 28 n° 6 (2019)**. - pp. 696-712

Résumé : Les questions scientifiques nécessitant des actions sociétales urgentes ont accru le besoin de communication entre les scientifiques et les autres acteurs de la société via les médias sociaux. Cette étude examine avec qui les scientifiques interagissent sur Twitter et si leur communication diffère lorsqu'ils interagissent avec des acteurs extérieurs à la communauté scientifique.

[Digitally transformed, or digitally transforming ?](#) / PRUGNON Anne

in **Spokes magazine n° 34 (2017)**. - 7 pages

Résumé : Quatre professionnels de musées et de centres de sciences se basent sur leurs propres expériences pour donner des conseils et astuces pour la mise en place d'une stratégie digitale au sein d'un établissement muséal.

**Identifying behaviors that generate positive interactions between science museums and people on Twitter** / BAKER Stacy

in **Museum management and curatorship vol. 32 n° 2 (2017)**. - pp. 144-159

Résumé : Bien que la plupart des institutions muséales possèdent un compte actif sur Twitter, peu l'utilisent de manière productive. Une étude a permis de détailler la manière dont les musées de sciences utilisent Twitter afin de proposer des changements à mettre en place pour améliorer leur approche de la plateforme. Pour ce faire, 5278 tweets de 27 comptes ont été analysés afin de déterminer le type de publication qui a le plus d'impact. Retour sur la méthodologie utilisée et les résultats obtenus.

[La communication scientifique directe vers un public élargi](#) / MAYEUR Ingrid

in **Revue française des sciences de l'information et de la communication** n° 11 (2017). - [n.p.]

Résumé : Cette contribution entend questionner un type de médiation sociale qu'autorise la communication scientifique en régime d'accès ouvert, à savoir la divulgation de connaissances en SHS auprès d'un public dépassant la seule sphère académique. Elle prend pour terrain la plateforme d'édition numérique OpenEdition, et plus spécifiquement Hypothèses, espace de blogging scientifique. Il est question d'une modalité particulière de divulgation, qui est le traitement de l'actualité par des chercheurs à travers leurs grilles de lectures disciplinaires en SHS. Dans l'exploration du corpus, l'accent est mis sur les modes d'appropriation du dispositif éditorial d'Hypothèses par les chercheurs qui y commentent l'actualité, les auditoires et usages que laissent entrevoir les textes, ainsi que les procédés discursifs d'ajustement mis en œuvre. L'objectif est ainsi de contribuer à décrire les caractéristiques de la médiation produite par cette forme de traitement de l'actualité, pour mettre en cause le caractère direct de la communication scientifique sur un carnet de recherche en ligne.

[Le moment du choix - Délibération, écriture de l'histoire et webdocumentaire historique](#) / SOULEZ Guillaume

in **Revue française des sciences de l'information et de la communication** n° 10 (2017). - [n.p.]

Résumé : Un professeur des universités s'interroge sur ce que la forme d'écriture spécifique que constitue une interface web fait au (web)-documentaire historique : quelle écriture numérique de l'histoire se met en place à travers une interface web ? Quels en sont les principales caractéristiques et enjeux ? Après une mise en place théorique qui indique comment ce qu'il appelle la « délibération des images » peut aider à analyser l'objet webdocumentaire, il développe quelques hypothèses nées d'une recherche-création sur Plateforme 14, une plateforme à visée pédagogique et scientifique autour d'une correspondance familiale pendant la Première Guerre mondiale. En particulier, il précise les enjeux de l'écriture de l'histoire à l'ère numérique et il prend la question de la « re-matérialisation » de l'archive pour tester la possibilité qu'une interface favorise une mise en délibération de l'écriture de l'histoire elle-même.

[Humanités numériques et analyse des controverses au regard des SIC - Retour sur une expérience pédagogique](#) / BIGOT Jean-Edouard ; JULLIARD Virginie ; MABI Clément

in **Revue française des sciences de l'information et de la communication** n° 8 (2016). - [n.p.]

Résumé : Deux universitaires en SIC exposent l'apport de la perspective communicationnelle à l'étude des controverses qui se déploient sur Internet à partir d'une expérience pédagogique conduite à l'université de technologie de Compiègne. L'intérêt des SIC pour la médiation se porte aussi bien sur le terrain (les dispositifs techno-éditoriaux qui ouvrent des espaces de débats), que sur les outils numériques d'analyse eux-mêmes. Dans un premier temps, ils exposent la façon dont les SIC permettent d'appréhender les « humanités numériques » de manière critique. Dans un deuxième temps, ils présentent la manière par laquelle deux membres de l'équipe pédagogique ont co-élaboré une approche communicationnelle des controverses en ligne. Dans un troisième temps, ils reviennent sur l'incidence des outils numériques sur les formes de connaissances produites, au regard, notamment de la difficulté éprouvée par certains encadrants et étudiants à s'emparer des outils proposés.

**Médiation numérique et community manager** / GAUTHIER Gonzague. - pp. 147-154

in **La médiation culturelle - Cinquième roue du carrosse ?** / SERAIN Fanny ; VAYSSE François ; CHAZOTTES Patrice

Paris : L'Harmattan, 2016. - 269 pages

(Collection Patrimoines et sociétés)

ISBN 978-2-343-07814-4

Résumé : À travers cet article, l'auteur, chargé de projet mobile au centre Pompidou, réfléchit à la façon dont les concepts déjà connus de la médiation se renouvèlent par l'observation des usages des publics et de l'intégration de leurs pratiques, notamment numériques, dans les routines de communication/médiation. Cette approche numérique peut-elle être perçue comme l'affirmation de la figure du médiateur non professionnel dans le secteur culturel ? Éléments de réponse.

[Musées et nouvelles formes de médiations écrites sur le web](#) / POMMARET Chloé

in **Culture et musées** n° 27 (2016). - pp. 137-140

Résumé : Dans ce résumé de mémoire, l'auteure revient sur l'analyse comparative des écrits de médiation du musée de Grenoble au sein de son espace d'exposition permanente et sur différents supports numériques (sites web et réseaux sociaux).

### Études de communication n° 45-46 (2015-2016) : Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ?

Résumé : Le domaine des médiations patrimoniales est aujourd'hui largement affecté par l'introduction des médias numériques, parce que ces derniers favorisent le développement d'autres dispositifs pour la découverte patrimoniale, parce qu'ils transforment la circulation sociale des objets patrimoniaux à travers la construction et la diffusion de leurs images numériques, parce qu'ils ouvrent de nouvelles possibilités d'échanges documentaires. C'est ainsi la manière de rendre visibles, manipulables, interprétables les patrimoines, dans différentes situations d'usages, qui se trouve mise à l'épreuve. Ce dossier se décline en deux numéros successifs de manière à cerner la complexité des enjeux et transformations en cours.

### Au-delà de l'évolution technologique - Réflexion muséologique pour des cyberexpositions conséquentes et particularisées / LANGLOIS Eric

in **Icofom study series vol. 43 A (2015)**. - pp. 139-155

Résumé : Qu'est-ce qu'une cyberexposition ? Pourquoi utiliser ce terme ? Qu'est-ce que le geste d'exposer et est-il possible de l'accomplir par le cybermédia ? Qu'est-ce que cela suppose ? Cette étude tente de répondre à ces questions à travers des considérations ontologiques, sémantiques, médiatiques et disciplinaires. Ce faisant, elle invite à rendre l'énoncé hypermédiatique muséal perfectible pour tendre vers une plus grande efficacité sensible et communicationnelle. Il s'agit en fait de prendre acte de ce qu'il convient de considérer afin de concevoir et de produire des cyberexpositions : 1) médiatiquement conséquentes ; et 2) particularisées en fonction des sciences et disciplines que convoque ce qui est exposé. À l'opposé des stratégies uniformisantes et minimalistes qui se sont opérées au sein de l'univers cybermuséal des dernières années, l'auteur en appelle à la prise en compte des possibilités hypermédiatiques et à leur mise en œuvre efficiente. Au-delà de l'engouement que suscitent les avancées technologiques, il propose une réflexion sur les pratiques à adopter pour tendre vers le développement d'une réelle cybermuséologie.

### La lettre de l'Ocim n° 162 (2015) : Le numérique dans les institutions muséales

Résumé : Les contributions à ce numéro apportent quelques pistes sur les réflexions actuellement en cours autour du numérique au musée : l'importance pour l'institution muséale d'élaborer une stratégie numérique ; l'analyse des différents usages, des attentes et des contraintes ; la question des compétences et des métiers et celle des moyens financiers et humains. En définitive, elles invitent à comprendre comment le numérique entraîne des ruptures dans les usages et dans les approches, de montrer en quoi les nouveaux usages développés par le numérique influencent les pratiques du musée et de ses visiteurs et imposent de nouveaux modèles de travail et de collaboration.

### **Mediated co-construction of museums and audiences on Facebook** / GRONEMANN Sigurd Trolle ; KRISTIANSEN Erik ; DROTER Kirsten

in **Museum management and curatorship vol. 30 n° 3 (août 2015)**. - pp. 174-190

Résumé : Retour sur une étude qui montre l'intérêt de mener des recherches sur la communication muséale au travers des réseaux sociaux. En effet, sur ces médias, publics et musées se co-construisent d'une part. Et d'autre part, les modes de communication et les genres discursifs génèrent un positionnement en ligne commun. Pendant trois mois, l'activité de neuf musées danois sur Facebook a été passée au crible d'une analyse de discours, ce qui a permis d'établir un modèle analytique de la communication sur les réseaux sociaux et de comprendre l'ensemble du processus de co-construction. Cette étude offre un nouveau regard sur les rapports entre institutions et publics sur les réseaux sociaux.

### Naviguer sur Facebook pour les professionnels de musée

in **Nouvelles du RCIP (mars 2013)**. - [n.p.]

Résumé : Pour une institution culturelle qui dispose d'une page Facebook, il existe un certain nombre de caractéristiques à prendre en considération pour mieux communiquer avec les personnes qui y sont connectés. Conseils pratiques.

### **Au musée Saint-Raymond de Toulouse : « Livetweet » d'exposition et stratégie de communication par le biais des réseaux sociaux** / GUILLEMOT Emmanuelle

in **Musées & collections publiques de France n° 267 (2013)**. - pp. 88-89

Résumé : Présentation de la stratégie du musée des antiques de Toulouse sur les réseaux sociaux : le commentaire instantané des expositions par l'établissement sur Twitter et le ton employé dans sa communication numérique.

**Dossier : Écrire, du roman au SMS / LHÉRÉTÉ Héroïse**

in **Sciences humaines n° 253 (2013)**. - pp. 30-51

Résumé : Dossier composé de six articles sur la place et le rôle de l'écrit dans la société contemporaine qu'on pourrait qualifier de graphomane. L'écrit s'est imposé au travail, dans les foyers et dans les communications quotidiennes. Activité difficile pour laquelle il faut peser ses mots, contrôler sa syntaxe, structurer sa pensée. Quelles sont les conséquences cognitives et sociales de la frénésie électronique que représente la rédaction de mails, tweets, SMS, etc. ? Pourquoi l'écriture, activité solitaire, attire-t-elle tant de personnes ? Comment les romanciers travaillent-ils ? Que signifie la façon d'organiser sa pensée et ses actes sous la forme de listes ? Des auteurs en sociologie, anthropologie, philosophie, littérature, psychologie apportent quelques éléments de réponse avant de laisser un travailleur social témoigner de la difficulté à mettre par écrit la vérité des autres.

**L'appropriation des dispositifs d'écriture numérique - Translittératie et capitaux culturel et social** / BOURDELOIE Hélène

in **Études de communication n° 38 (2012)**. - pp. 23-36

Résumé : Une chercheuse interroge la question de l'appropriation des dispositifs d'écriture numérique au regard de leur complexité technique et sémiotique d'un côté, et de leur facilité d'usage de l'autre. Du fait de leur hétérogénéité (ils sont à la fois des « objets » techniques, culturels et sociaux), leur appropriation appelle des compétences liées non seulement aux capitaux culturel et social individuels mais aussi à une culture globale (informationnelle, numérique, médiatique, etc.) qui relève de la translittératie. Ces nouvelles compétences doivent faire l'objet de formations ad hoc tant ces dispositifs constituent des modes d'apprentissage de premier plan dont l'école devrait prendre la mesure.

**Optimisation dans les moteurs de recherche (OMR)**

in **Nouvelles du RCIP (Mai 2012)**. - [n.p.]

Résumé : L'optimisation dans les moteurs de recherche (OMR ou SEO en anglais) est ce qui permet d'accroître la visibilité de pages web en faisant monter leur classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Les moyens utilisés à cette fin comprennent l'optimisation de l'architecture web, l'optimisation de la rédaction de contenu et le développement des communautés (solicitation de liens, colonisation des médias sociaux et socialisation). Conseils pratiques.

**Écrire pour le web** / DELENGAIGNE Xavier

in **Archimag n° 245 (2011)**. - pp. 38-39

Résumé : Tout membre d'une institution est désormais appelé à rédiger pour le web. Avec l'arrivée des systèmes de gestion de contenu, plus besoin de détenir des compétences techniques avancées, le rédacteur se concentre sur le contenu. Cependant, l'écriture web recèle des spécificités à connaître et à appliquer. Explications.

**Hermès n° 59 (2011) : Ces réseaux numériques dits sociaux**

Résumé : Facebook, MySpace, Twitter, YouTube, Copains d'avant, Viadeo, etc. Deux tiers des internautes seraient déjà séduits par la nébuleuse « médias sociaux ». Le web participatif, qui recouvre des dispositifs et des usages fort différents, captive décideurs et commentateurs. En consacrant ce numéro aux réseaux socionumériques, derniers nés de ces dispositifs, Hermès prolonge et approfondit la critique du numérique menée par la revue et l'institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC). Toutes les facettes de ces réseaux sont abordées, de la naissance de ce phénomène jusqu'à la révolution tunisienne (2011). Les formes de lien et de communication, la visibilité de la vie quotidienne, l'effacement des frontières publiques et privées sont mises en perspective.

**L'Observatoire n° 37 (2010) : L'ère numérique : un nouvel âge pour le développement culturel territorial**

Résumé : De nouveaux questionnements se font jour aujourd'hui, soulignant le besoin de mobiliser une réflexion collective, large et partagée, autour de ce qu'il convient d'appeler la révolution numérique, pour mieux appréhender les changements liés aux pratiques numériques et leurs répercussions artistiques, culturelles, économiques, sociales et environnementales, mais aussi pour penser une meilleure intégration de l'internet dans l'ensemble des politiques culturelles et dans les projets artistiques. Ce numéro souhaite proposer une lecture de l'enjeu que représente le numérique pour les collectivités, pour les aider à mieux s'adapter à cette mutation et ne pas la concevoir comme une menace.

[L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition - Les parcours de la base Joconde](#) / DESPRES-LONNET Marie

in **Culture et musées n° 14 (2009)**. - pp. 19-36

Résumé : Afin de permettre à de nouveaux publics de découvrir son catalogue collectif informatisé, la direction des musées de France propose de le feuilleter à travers différents parcours thématiques. Ces parcours sont construits à partir d'une interrogation ciblée de la base de données Joconde, base qui regroupe l'ensemble des notices d'inventaire informatisées. Présentation.

**Hyperdocuments et hypercartes, vers une modélisation d'écriture...** / MILON Alain

in **Hermès n° 39 (2004)**. - pp. 77-83

Résumé : Digitaliser l'écriture signifie écriture digitale. La plupart des produits multimédias s'en tiennent à dupliquer les procédés d'écriture et de lecture hérités du livre. Toutefois, quelques créations hypermédias présentent des procédés spécifiques d'écriture et de lecture. Ces créations permettent de mieux comprendre les limites et les faiblesses de nos habitudes d'écriture et de lecture. Analyser les produits multi et hypermédia ouvre une réflexion sur les questions posées sur les hyperdocuments, à savoir le statut des auteurs hypermédia et quel espace-temps les hypermédias proposent-ils.

## RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES EN LIGNE

### OUTILS ET GUIDES PRATIQUES

#### Cyclop éditorial :

- [Accessibilité : des sites faciles à lire, faciles à comprendre \(FALC\)](#)  
Résumé : Quelles bonnes pratiques à suivre pour adapter notre rédaction web ? Éléments de réponse à travers ce retour d'expérience riche en conseil et liens utiles pour mettre en place la démarche Faciles à lire, faciles à comprendre (FALC).  
  
*Sur ce sujet, voir aussi le guide : [L'information pour tous - Règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre](#)*
- [Rédaction web et stratégie de contenu : les meilleures références éditoriales](#)  
Résumé : Ensemble de ressources de référence en matière de rédaction et de stratégie de contenu web.

#### Digitad :

- [Comment rédiger vos publications Facebook comme un pro](#)  
Résumé : Conseils pratiques pour la rédaction de publications Facebook suscitant de l'engagement auprès des internautes.
- [Rédaction de contenu SEO : les 5 erreurs à éviter](#)  
Résumé : Zoom sur les 5 erreurs les plus fréquemment commises lors de la rédaction de contenu SEO et les solutions pour les éviter.
- [Rédaction web : guide complet pour rédiger sur le web](#)  
Résumé : Comment bien rédiger pour le web ? Comment cibler les besoins de vos clients dans vos textes ? Comment écrire un contenu engageant sur internet ? Comment optimiser un texte pour le rendre visible sur les moteurs de recherche ? Éléments de réponse dans ce guide de la rédaction web.
- [Rédiger une méta description optimisée pour le SEO](#)  
Résumé : Conseils pratiques pour la rédaction de balises de méta description optimisée.
- [Rédigez un titre parfait pour le web en 7 étapes](#)  
Résumé : Conseils pratiques pour la rédaction d'un titre SEO efficace et pertinent.

#### Le blog de la communication digitale :

- [Écrire pour le web : comment mettre en valeur vos textes ?](#)  
Résumé : Sur le web, le lecteur ne lit pas. Il survole. Conseils et astuces pour faire ressortir l'essentiel du contenu et être compris rapidement.
- [10 concepts-clés pour réussir votre rédaction web](#)  
Résumé : La rédaction web est un élément stratégique pour un bon référencement naturel. Zoom sur dix concepts-clés à saisir pour être bien référencé grâce à l'écriture web.

#### Rédaction web SEO :

- [Comment écrire pour le web](#)  
Résumé : La rédaction web allie techniques d'écriture journalistique et référencement naturel. Ce guide donne des conseils et astuces pour améliorer son écriture digitale.
- [Rédaction web](#)  
Résumé : Qu'est-ce que la rédaction web ? Comment rédiger du (bon) contenu pour son site internet ? Ce dossier propose un condensé de bonnes pratiques acquises auprès de professionnels du référencement et du webmarketing éditorial.

### Scilabus plus :

- [Comment écrire pour une vidéo de science VS pour un texte ?](#)  
Résumé : Une vulgarisatrice scientifique revient sur les différences entre l'écriture d'une vidéo et d'un texte de science. Elle prodigue quelques conseils pour adapter sa communication selon le médium utilisé et le public ciblé.
- [Faire relire ses scripts ?!](#)  
Résumé : Une vulgarisatrice scientifique présente le processus de relecture/réécriture de ses scripts. Les différentes étapes et acteurs impliqués dans ce dernier sont présentés.
- [Le premier obstacle à surmonter pour écrire de la vulgarisation](#)  
Résumé : Une vulgarisatrice scientifique fait le point sur un obstacle récurrent dans sa profession : vouloir en dire trop. Elle donne des recommandations pour éviter ce piège et rendre une communication ou un texte plus concis.

### Thot cursus :

- [Écrire avec les ressources numériques](#)  
Résumé : Ce dossier invite à découvrir les outils et techniques qui permettent de mener jusqu'à son terme le processus d'écriture avec les ressources numériques.
- [Rédaction](#)  
Résumé : Ensemble de ressources (cours en ligne, articles, événements professionnels) présentant des techniques rédactionnelles, à adapter au document et à ses caractéristiques, afin d'améliorer ses écrits et de rendre ses documents plus percutants, que ce soit sur le papier ou en ligne.

### We are the words :

- [L'écriture web : fondamentaux et bonnes pratiques](#)  
Résumé : Ce dossier consacré à l'écriture web présente les fondamentaux du calibrage éditorial et prodigue des bonnes pratiques de rédaction.
- [L'écrit web, une écriture en héritage](#)  
Résumé : Ce guide pratique entend permettre aux professionnels de mieux maîtriser les techniques journalistiques de rédaction, d'organiser leur architecture d'information et de redonner du sens à leurs contenus.

Voir aussi le blog associé : [Écrire pour le web](#)

### SITES RESSOURCES

#### [Clic France](#)

Le Clic fédère des lieux culturels et entreprises qui souhaitent partager leurs bonnes pratiques et expériences en matière de services numériques destinés au public.

[Innovation numérique](#) / Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI)  
in **Ministère de la culture**

Rubrique consacrée à l'actualité du numérique dans la culture.

[Musée\(s\) + numérique\(s\)](#) / PESQUER Omer

Liste de sites ressources consacrées au numérique au musée, créée par un consultant en usages numériques et régulièrement mise à jour.

[Museum 2.0](#) / SIMON Nina ; RAO Seema

Blog dédié à la culture participative dans l'univers muséal et numérique.



### Muzeonum

Animé par des membres de la communauté des professionnels du numérique dans les musées francophones, le wiki Muzeonum est une plateforme de ressources sur le numérique au musée et, plus largement, dans le secteur patrimonial et culturel.

### Nouvelles technologiques pour les musées

in RCIP Canada

Flux d'information du réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP) sur les nouvelles technologies dans le secteur du patrimoine.

### Thot cursus

Site dédié à la promotion de la formation et de l'utilisation des outils numériques pour l'éducation et la culture. Il propose des articles analysant les stratégies, pratiques pédagogiques, publications, etc. relatives à l'utilisation du multimédia en éducation et formation.

## **BIBLIOGRAPHIES COMPLÉMENTAIRES**

### Définir un projet numérique de médiation

Dijon : Ocim, 2020. - 31 pages

Résumé : Qu'il soit le fruit d'une opportunité, d'un choix, inscrit dans le cadre d'appels à projet régionaux ou nationaux, ou développé par des entreprises, le numérique est de plus en plus intégré dans les pratiques de médiation et d'exposition, sous des formes expérimentales ou plus traditionnelles. Mais quelles sont les questions à se poser avant d'intégrer ces outils numériques aux projets de médiation de son institution ? Comment définir un projet numérique de médiation ? Quels sont les moyens humains et financiers mobilisés en fonction des objectifs et des besoins ? Comment gérer les relations avec des prestataires tout en prenant en compte le processus de réalisation du projet et « l'après » conception (maintenance, actualisation, évolution du dispositif) ?

### Développer les liens entre réel et virtuel dans l'expérience visiteur

Dijon : Ocim, 2020. - 26 pages

Résumé : Le numérique s'est déployé de manière protéiforme au musée, faisant coexister réel et virtuel. Cette évolution offre un éventail de potentialités pour favoriser les interactions. Une exposition et ses discours peuvent trouver de nouvelles manières de diffuser des contenus à la fois au musée, dans l'espace public, sur Internet et les réseaux sociaux. Un objet de collection peut par exemple être enrichi de contenus accessibles en ligne via une tablette ou un téléphone. À la fois dispersés et immersifs, les applications de la réalité augmentée, applications mobiles et autres dispositifs équivalents de médiation impactent les formes d'accès aux savoirs, ceux des publics mais aussi ceux des professionnels. Comment les liens entre réel et virtuel se construisent-ils ? Quelle stratégie de narration transmédiatique adopter ? Avec quelle réception pour les publics et quel impact sur la relation entre le musée et les visiteurs ?

### Définir et analyser une stratégie numérique institutionnelle

Dijon : Ocim, 2016. - 28 pages

Résumé : Aujourd'hui, le numérique est un des outils qui permet aux institutions culturelles et patrimoniales de valoriser et de partager leurs collections, de construire et d'entretenir des relations en ligne et in situ avec leurs publics. La variété des objectifs attribués au numérique, à laquelle s'ajoute la variété des dispositifs et des usages nécessitent d'élaborer une stratégie qui intègre véritablement le numérique à la politique d'établissement.

### S'engager sur les réseaux sociaux

Dijon : Ocim, 2015. - 30 pages

Résumé : Les institutions muséales, à l'instar des autres acteurs culturels, se sont emparées des réseaux sociaux dont elles ont fait un nouvel outil de communication. Mais s'engager sur les réseaux sociaux soulève de nombreuses questions : pour quoi faire ? Pour dire quoi ? À qui ? Avec quel impact ? Quelle stratégie définir à l'échelle de la structure ? Comment choisir une ou plusieurs plateformes ?

## **L'INFORMATION EN TEMPS RÉEL**

Continuez de veiller sur les thématiques abordées dans cette bibliographie en vous abonnant gratuitement aux flux d'informations de l'Ocim (<https://ocim.fr/veille/>) :

### **Musée connecté**

Flux d'information sur les offres d'accès à distance des musées, telles que les sites internet, les réseaux sociaux, les applications ou encore les bibliothèques numériques.

### **Numérique**

Flux d'information sur l'ensemble des évolutions et applications possibles du numérique dans le champ muséal.