3 LES BASES DE LA NARRATION ET DE LA GAMIFICATION : COMMENT CRÉER DES VISITES MÉMORABLES ?

Format du tutoriel

Difficulté
Facile

Durée
Environ 10 min.

Matériel
Aucun

Objectifs

- Découvrir des façons simples de rendre les visites plus captivantes et interactives
- Apprendre à utiliser la narration dans votre visite
- Se familiariser avec les principaux types d'énigmes et d'interactions
- Découvrir quand intégrer des éléments interactifs dans votre visite

1) Pourquoi la narration et les jeux ?

Pensez à la dernière fois où vous avez appris quelque chose et où vous vous en êtes réellement souvenu. Il y avait probablement une histoire racontée, un défi à relever ou une émotion transmise, plutôt qu'une simple liste de faits ou de dates. Il en va de même pour les visites guidées du patrimoine culturel. Votre objectif est de transformer les « informations brutes » que vous avez découvertes en un contenu que les visiteurs peuvent ressentir, vivre ou avec lequel ils peuvent interagir.

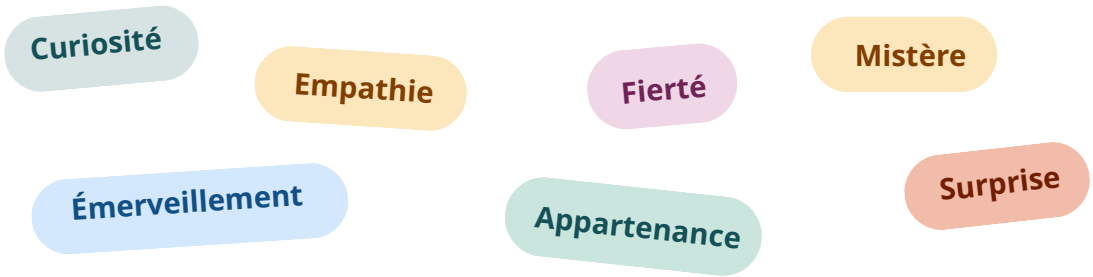
Une bonne histoire...

... provoque des émotions qui rendent les informations mémorables. Quand les gens ressentent quelque chose, ils s'en souviennent.

Un bon jeu, c'est...

... un engagement qui motive les visiteurs : des défis, des récompenses, des choix. Il rend l'histoire accessible et ludique pour tous.

Votre visite peut susciter différentes émotions...



Cofinancé par l'Union européenne

2) Construire un récit marquant

Une bonne visite guidée ne se résume pas à une simple liste d'étapes accompagnées de descriptions. C'est un parcours dans lequel plongent les visiteurs.
Voici trois techniques narratives pour rendre votre visite plus captivante.

Utilisez un fil conducteur narratif

Reliez toutes vos étapes autour d'un même récit, d'un même sujet ou d'une même question directrice. Les visiteurs doivent avoir l'impression que chaque étape apporte une réponse et soulève une nouvelle question.

Exemples de questions :
« Comment les citoyens ordinaires ont-ils façonné ce quartier ? »
« À quoi ressemble la démocratie dans nos rues ? » ...

Personnalisez votre récit

Intégrez des personnes réelles, telles que des militants, des habitants, des travailleurs, des étudiants... Si elles y consentent, ajoutez leurs noms, leurs portraits, leurs choix ou leurs histoires personnelles à votre visite. Il est toujours plus facile de s'identifier aux récits de personnes réelles qu'à des faits abstraits. En mettant en avant des individus concrets, vous augmentez également les chances que les participants s'identifient à l'un des protagonistes de l'histoire, ce qui rendra la visite encore plus intéressante et marquante.

Exemples :
→ « En 1967, un étudiant de 19 ans se tenait exactement là où vous vous trouvez en ce moment et a décidé de... »
→ « Chaque dimanche matin, Lina arrive tôt pour préparer la recette que sa famille transmet depuis trois générations. Aujourd'hui, elle l'enseigne à sa fille pour la première fois. »

Créez une dynamique dans votre récit

Structurez vos étapes comme les chapitres d'un livre, avec une évolution claire du début à la fin. Chaque étape s'appuie sur la précédente et augmente les enjeux. Tendez vers un point culminant ou une révélation finale. L'étape finale doit donner l'impression d'avoir été méritée.

Exemple : Étape 1 (accroche) pose la question principale → **Étapes 2 à 8 (développement)** créent une tension ou une attente et permettent d'explorer le sujet principal sous différents angles → **Étape 9 (point culminant)** marque le point culminant final → **Réflexion**

Cofinancé par
l'Union européenne

3) Et plus concrètement, à quoi cela ressemble-t-il ?

Il existe deux façons principales d'intégrer la narration à votre visite.

Option 1 : Vous décidez d'intégrer une histoire qui s'étend sur toute la durée de la visite.

Cela permet de créer un fil conducteur qui relie toutes les étapes entre elles, avec un personnage, un mystère, un parcours, etc. Cela contribue à la cohésion de l'ensemble de la visite et donne à chaque étape l'impression d'être le chapitre suivant d'une histoire.



Exemple : découvrez **le modèle de visite** intitulé
« Les femmes à Mons, hier et aujourd'hui » (Belgique).

Au début de ce parcours, les visiteurs font la connaissance d'un personnage fictif nommé Victoria. Elle a découvert une mystérieuse lettre invitant ses lecteurs à porter un regard plus attentif sur les femmes invisibles de la ville. C'est ainsi que commence le parcours.
→ Il s'agit là du point d'accroche, du moment où l'on plante le décor. Cela donne aux participants une raison de se promener dans la ville et leur fournit le prisme à travers lequel ils observeront ce qui les entoure.

L'histoire suit ensuite Victoria (et les visiteurs) après qu'ils ont décidé d'accepter cette invitation anonyme, même s'ils ne savent pas où cela les mènera. Ce choix narratif suscite la curiosité et incite les participants à explorer chaque étape dans le cadre d'un voyage de découverte qui dévoile de nouvelles informations au fur et à mesure. Victoria endosse en quelque sorte le rôle de guide, tout en apprenant elle-même de nouvelles choses et en partageant ses découvertes avec les visiteurs. Après chaque étape, elle propose également des moments de réflexion. Cela aide les visteurs à faire le lien entre les différents lieux et idées, mais aussi à prendre du recul pour avoir une « vision d'ensemble », en reliant des faits locaux à des questions sociales ou civiques plus générales.
→ C'est là le cœur de l'histoire

À la fin, ce personnage clôt l'histoire et invite les participants à agir sur le thème principal de la visite guidée (les femmes dans les espaces publics).
→ Il s'agit de la conclusion à la fois de l'histoire et de la visite.

Cofinancé par
l'Union européenne

DÉBUT
Captez l'attention du visiteur. Plongez-le dans l'ambiance. Posez-lui une question dont il veut connaître la réponse.

→

NOYAU
Présentez le contenu. Créez du suspense, donnez des détails.

→

FIN
Concluez l'histoire. Faites passer un message. Ajoutez un appel à l'action (réfléchissez, partagez, approfondissez le sujet...)

Option 2 : Vous adoptez une voix narrative à chaque étape.

Dans ce cas, vos étapes sont pour la plupart reliées entre elles par un sujet ou une question directrice. Réécrivez les faits de chaque étape comme si vous vous adressiez à quelqu'un qui se trouve juste là, en faisant appel à ses sens et à son imagination.
Voici la différence :

MODE "FAITS"	MODE "HISTOIRE"
« Ce bâtiment a été construit en 1850, pendant la période d'expansion industrielle. »	« Imaginez-vous ici, en 1850. La fumée, le bruit, l'odeur du charbon... Cette rue n'avait rien à voir avec ce que vous voyez aujourd'hui. »
« Chaque été, une fête de quartier traditionnelle y est organisée. »	« Imaginez cette place animée par la musique, les saveurs et les voix des gens qui s'interpellent. Chaque été, les voisins reviennent ici pour célébrer une tradition qui rassemble les familles de la région depuis des générations. »

La plupart des modèles de visite créés dans le cadre du projet suivent cette approche.

Cofinancé par
l'Union européenne

4) Intégrer des éléments de gamification et d'interaction

Outre l'intégration d'éléments narratifs à votre visite, il est également important de capter l'attention de votre public en transformant les visiteurs en participants actifs (et non en lecteurs ou auditeurs passifs).
Pour ce faire, vous pouvez recourir à la gamification et aux interactions.

Types d'énigmes et d'interactions

Tout le monde n'interagit pas de la même manière avec le contenu.
Certaines personnes aiment réfléchir, d'autres préfèrent les tâches créatives, d'autres encore veulent bouger et observer... C'est pourquoi, pour que l'expérience soit intéressante pour tous les visiteurs, il est judicieux de varier les types d'interactions.

Proposer différents types d'activités contribue également à rendre votre visite plus inclusive. Certaines tâches peuvent s'avérer difficiles, voire décourageantes, pour certains participants. Par exemple, les visiteurs atteints de dyslexie pourraient rencontrer des difficultés avec des activités axées uniquement sur la lecture ou l'écriture. Les actions de glisser-déposer peuvent s'avérer difficiles pour les personnes atteintes de dyspraxie, et les visites reposant uniquement sur l'observation visuelle risquent d'exclure les participants aveugles ou malvoyants.
En proposant une variété de formats d'interaction, vous offrez à davantage de personnes la possibilité de profiter pleinement de l'expérience et d'y prendre part.

Alors, quelles sont vos options ? Voici les cinq catégories principales d'interactions.

Connaissance **Énigmes basées sur les connaissances**

Types:	**Objectif :**
• QCM • Vrai/Faux • Compléter les espaces vides • Etc.	• Aider les visiteurs à comprendre les informations essentielles • Vérifier ce dont les visiteurs se souviennent • Aider à la mémorisation des informations

Observation **Énigmes basées sur les observations**

Types:	**Objectif :**
• Trouver des détails dans l'environnement • Reconnaissance d'images • Compter des objets • Etc.	• Encourager la concentration • Faire le lien entre l'espace numérique et l'espace physique • Favoriser l'apprentissage par la découverte

Cofinancé par
l'Union européenne

Esprit critique **Défis liés à la réflexion critique**

Types: • Activités de tri • Exercices de prise de perspective • Analyse et comparaison • Etc.	**Objectif :** • Développer ses capacités d'analyse • Remettre en question les idées reçues • Aller au-delà des faits superficiels

Créativité **Tâches créatives**

Types: • Prendre une photo, faire un croquis • Noter/partager son avis • Créer quelque chose pendant la visite • Etc.	**Objectif :** • Expression personnelle • Personnaliser les visites sur le patrimoine culturel • Créer du contenu pouvant être partagé

Dialogue **Suggestions de dialogue**

Types: • Questions de discussion • Scénarios de débat • Sujets de réflexion • Etc.	**Objectif :** • Susciter des discussions de groupe • Faire émerger des points de vue variés • Faire de la visite une expérience conviviale

Quand utiliser des éléments interactifs ?

Avant une information importante → Pour susciter la curiosité
Pour transmettre des informations clés de manière interactive → Présentez les contenus importants de façon plus captivante et active, plutôt que de vous contenter de les expliquer. Vous pouvez par exemple créer un quiz et partager des informations dans les réponses, comme c'est le cas dans **le modèle de visite « Les femmes à Mons, hier et aujourd'hui » (étape École Polytechnique).**
Après une information clé → Pour vérifier la compréhension et renforcer l'apprentissage avant de passer à la suite.
Entre les étapes → Pour varier le rythme et maintenir l'intérêt pendant les transitions. De petites activités peuvent s'avérer utiles pendant les déplacements, en particulier lorsque le temps de marche est un peu long.

Cofinancé par
l'Union européenne

Adaptez le type d'activités à votre public

Lorsque vous choisissez vos activités numériques, pensez à votre public cible. Chaque groupe a besoin d'activités différentes.

Public	Des activités qui fonctionnent souvent bien	Conseils pratiques
Participants plus jeunes	Exercices d'observation, association de photos, petits quiz, compter ou repérer des détails	Veillez à ce que les consignes soient concises et à donner rapidement des retours ou des récompenses.
Familles	Épreuves en équipe, chasses au trésor, activités créatives et petites énigmes	Choisissez des activités qui permettent aux enfants et aux adultes de participer ensemble.
Adultes	Questions de réflexion, comparaisons, débats et exercices d'observation plus approfondis	Faites le lien entre l'activité et des histoires réelles, différents points de vue ou des sujets d'actualité.
Groupes mixtes	Questions à choix multiples, observation collaborative, exercices à partir de photos et sujets de discussion ouverts	Proposer différentes façons de participer, sans se limiter à la lecture, à l'écriture ou aux actions numériques.

Utilisez ce tableau comme point de départ pour votre réflexion, mais il ne s'agit pas là de règles strictes. L'essentiel est de bien connaître votre public, de varier les formats et de veiller à ce que tout le monde puisse participer.

Cofinancé par
l'Union européenne

Conseils

- **Commencez par une accroche** : commencez par un fait surprenant, une question intrigante ou une image qui donnera envie aux participants de faire la visite.
- **Variez les formats** : essayez d'alterner entre des étapes riches en contenu et d'autres plus interactives. Évitez également d'enchaîner cinq quiz d'affilée. Essayez d'alterner autant que possible entre action, réflexion et découverte pour maintenir l'intérêt de tout le monde.
- **Écrivez comme si vous vous adressiez directement à quelqu'un** : rédigez des phrases courtes et adressez votre texte à une personne en particulier.
- **Faites appel aux sens et à l'imagination des participants** : faites-leur « vivre un lieu » tel qu'il était autrefois ou attirez leur attention sur certains détails, sons ou odeurs du présent.
- **Évitez les explications trop détaillées** : lorsque vous rédigez le contenu de chaque étape, essayez de limiter votre texte à une page A4 ou deux pages A5. Pour le contenu audio, une règle généralement efficace consiste à ne pas dépasser trois minutes par document afin de maintenir l'attention du public.
- **Terminez par un appel à l'action** pour que votre visite ait un impact plus durable et plus significatif.

5) Défi final : transformer un fait en histoire

Faits historiques :
a) « Cette gare a ouvert ses portes en 1885 et reliait la ville à la capitale. »
b) « Des jeunes du quartier ont transformé ce mur inutilisé en fresque publique. »

1) Prenez deux ou trois minutes pour réécrire l'un de ces faits de manière plus marquante. Imaginez que votre visiteur se trouve à la gare ou devant le mur. Vous pourriez ajouter :

- le point de vue d'une personne
- un son, une odeur ou un détail visuel
- une émotion ou une question
- une explication sur la façon dont ce lieu a changé la vie des gens…

2) Si vous deviez ajouter un élément numérique interactif, de quel type serait-il et pourquoi ?

Cofinancé par l'Union européenne

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenues responsables.