
BIBLIO-JACK

Le b.a-ba des bibliothèques de l'UCL en vidéo

Marine FINFE

Bibliothèque de droit de l'UCL

Carole KOJO-ZWEIFEL

Bibliothèque de droit de l'UCL

Christine LANNERS

Bibliothèque des sciences de la santé de l'UCL

Sophie PATRIS

Bibliothèque des sciences de la motricité de l'UCL

▪ En 2014, une équipe de bibliothécaires des bibliothèques de l'Université catholique de Louvain (BIUL) décide de réaliser des vidéos ludiques et originales pour répondre aux questions récurrentes de leurs jeunes utilisateurs. Le support vidéo, populaire et facilement accessible auprès des étudiants via *Youtube*, a paru être un excellent complément aux formations existantes tout en permettant de rafraîchir et rajeunir l'image des bibliothèques. Un an plus tard, les quatre vidéos de la série *Biblio-Jack* sont mises en ligne et remportent un beau succès, à tel point que quatre nouvelles vidéos sont mises en ligne à la rentrée 2015-2016. Cet article a pour but de retracer les différentes étapes de cette entreprise (recherches préliminaires, rédaction de scénarios, budgétisation, tournage, montage, promotion), de mener une réflexion sur l'impact auprès du public et de proposer quelques pistes de bonnes pratiques basées sur l'expérience acquise.

▪ In 2014 besliste een groep bibliothecarissen van bibliotheken van de Universiteit catholique de Louvain (BIUL) ludieke en originele video's te realiseren om terugkerende vragen van hun jonge gebruikers te beantwoorden. De informatiedrager video is populair bij en gemakkelijk toegankelijk voor studenten via *Youtube* en schijnt een excellente aanvulling van de bestaande opleidingen te zijn, terwijl het toelaat het beeld van de bibliotheken te verfrissen en verjongen. Een jaar later zijn de vier video's van de reeks *Biblio-Jack* online geplaatst en behalen een mooi succes, zodanig dat vier nieuwe video's online geplaatst bij het begin van het academiejaar 2015-2016. Dit artikel heeft als doel de verschillende fases van deze onderneming te overtrekken (voorafgaand onderzoek, scenarioredactie, budgettering, draaien, montage en promotie), een reflectie uit te voeren over de impact bij het publiek en enkele pistes van goede praktijken voor te stellen gebaseerd op de opgebouwde ervaring.

L'Université catholique de Louvain (UCL) dispose d'un réseau complexe et coordonné de 9 bibliothèques principales et 7 bibliothèques spécialisées conventionnées, réparties sur différents sites géographiques (Louvain-la-Neuve, Bruxelles et Mons). Chacune est située à proximité des facultés qu'elle dessert. Ce réseau des bibliothèques de l'UCL (bibliothèques de l'Université catholique de Louvain - BIUL) offre notamment ses services à l'ensemble de ses étudiants dont environ 15.000 de premier cycle. Pour ces utilisateurs débutants, les bibliothécaires proposent des aides sous diverses formes : formations obligatoires ou facultatives, newsletters, site web et réseaux sociaux, bureau d'aide, feuillets thématiques...

Malgré ces outils, nous avons constaté que les primo-arrivants posent encore de nombreuses questions élémentaires relatives à l'utilisation d'une bibliothèque universitaire. Il fallait, en conséquence, réfléchir à un support d'information efficace pour ce public spécifique.

Un groupe de travail a été constitué pour réaliser une série de vidéos ludiques qui répondraient aux demandes les plus récurrentes. Les bibliothèques de l'UCL avaient déjà réalisé des capsules vidéo de présentation de leurs services. Cependant, sous la forme de vidéos thématiques, ce projet semble être une première à l'UCL, et même en Belgique.

Cet article a pour but de retracer les différentes étapes de cette entreprise (recherches préliminaires, rédaction de scénarios, budgétisation, tournage, montage, promotion), de mener une réflexion sur l'impact auprès du public et de proposer quelques pistes de bonnes pratiques basées sur notre expérience.

Pourquoi choisir le format vidéo ?

De nos jours, la vidéo est omniprésente et très populaire auprès des jeunes, à tel point qu'il leur est même devenu courant de questionner You-

Tube pour obtenir des tutoriels répondant à leur besoin d'apprendre un savoir-faire.

Pourtant, l'usage des vidéos en bibliothèques universitaires n'est pas neuf. Il y a presque vingt ans déjà, une étude de Wakiji et Thomas¹ montrait l'impact positif du visionnage d'une vidéo sur le comportement des étudiants primo-arrivants envers leurs bibliothèques universitaires. Leur représentation de ces lieux et de leur fonctionnement avait été améliorée et ils semblaient plus enclins à utiliser ces services.

À l'heure actuelle, il est quasi impossible d'envisager une opération de communication sans passer par ce média. L'image animée permet de capter l'attention, de la maintenir, de convaincre, de mener à l'action et, tout simplement, de transmettre un savoir... Par ailleurs, avec l'utilisation de plus en plus massive du format numérique, trois révolutions nous paraissent avoir dramatiquement popularisé le support vidéo et facilité son accès ces dernières années.

- Le matériel de réalisation, même de haute définition, est devenu abordable. Tout un chacun peut maintenant réaliser des vidéos avec son ordinateur, sa tablette ou son smartphone.
- La mise en ligne rapide et gratuite de vidéos sur des plateformes web, telles que *YouTube*, permet une diffusion extrêmement large et simplifiée.
- La multiplication d'appareils de lecture de vidéos (ordinateurs, smartphones, tablettes) permet un accès facile, rapide et depuis n'importe où, du moment qu'une connexion à Internet est disponible.

Ce moyen de communication nous a paru être un excellent complément aux dispositifs de formations déjà disponibles, auxquels il donne un côté plus "fun", tout en rajeunissant l'image des bibliothèques.

De plus, la vidéo apporte des avantages spécifiquement éducatifs : elle peut être visionnée plusieurs fois, en partie ou en entier, au rythme choisi et de manière anonyme.

Une brève revue de la littérature scientifique

Pour préparer le projet, une lecture de la littérature professionnelle sur la thématique a été faite. La majorité des articles examinés concernait des projets anglophones. Deux articles et un ouvrage ont retenu notre attention et nous ont fourni des détails utiles et pratiques dans le cadre de notre projet.

L'article de Coleen Mayers Martin² passe en revue les articles anglophones récents abordant le sujet des vidéos pédagogiques en bibliothèque et insiste sur leur apport en termes de marketing des bibliothèques. Elle revient également de manière très détaillée et pratique sur le déroulement du projet de l'Oviatt Library de la California State University et sur l'utilité d'un feedback du public, via une enquête d'impact, pour ajuster la communication vidéo aux attentes du public cible.

Diane Mizrachi et Jaclyn Bedoya³, quant à elles, détaillent la démarche de collaboration entre la bibliothèque de l'University of California Los Angeles (UCLA) et une équipe étudiante de production vidéo du campus, dans la réalisation de courtes vidéos fictionnelles. Selon elles, cette coopération avec des étudiants du domaine de l'audiovisuel fut la clé du succès du projet, en particulier au niveau de la réception de ces vidéos par le jeune public. Ces derniers ont été moins intimidés et ont semblé mieux adhérer au monde des bibliothèques.

Enfin, l'ouvrage de Thomas Robinson⁴ aborde de manière très pratique et détaillée toutes les étapes d'un projet vidéo mené entièrement au sein d'une bibliothèque. Cet ouvrage nous a permis de nous familiariser avec les techniques, le vocabulaire et les bonnes pratiques pour réaliser des vidéos avec des compétences et des moyens limités.

Une analyse de la production existante

Parallèlement, nous avons visionné plus d'une trentaine de vidéos présentant les services de bibliothèque de France, d'Angleterre, des États-Unis, de Suisse ou encore du Danemark. De manière générale, ces vidéos peuvent être classées selon deux approches :

- **visite virtuelle d'une bibliothèque** : souvent menée par un bibliothécaire, ou sans présentateur mais avec du texte en impression sur l'image. Le but est de présenter les principaux services et espaces d'une bibliothèque ou d'un réseau. La durée est en moyenne de 3 à 5 minutes. En général, une seule vidéo de ce type est disponible ;
- **vidéo thématique** : chaque vidéo traite d'un sujet en particulier, sur une durée plus courte (2-4 minutes). Elle fait, la plupart du temps, partie d'une série de vidéos.

Un point commun unit la majorité de ces vidéos : le sujet est abordé du point de vue du bibliothécaire et non de l'utilisateur. Il nous a semblé pourtant essentiel de nous mettre à la place de

l'usager pour transmettre notre message, comme le préconisent les stratégies de communication et marketing.

Dans la trentaine de vidéos visionnées, deux productions ont particulièrement attiré notre attention et nous ont inspirées:

- une visite des bibliothèques de l'Université de Genève par un étudiant⁵ : le présentateur est un garçon d'une vingtaine d'années. Son vocabulaire est celui d'un étudiant. Quelques formules humoristiques émaillent la vidéo. La réalisation est très soignée et visiblement exécutée par des professionnels ;
- les *Library Minutes*⁶ : en une minute chrono, Anali Perry, bibliothécaire, aborde avec décontraction, efficacité et humour une thématique des bibliothèques de l'Arizona State University (ASU). Le montage très visuel, dynamique et l'humour omniprésent nous ont paru être un modèle du genre. Par ailleurs, la longévité du projet (depuis 2009) nous a semblé remarquable. La formule est visiblement efficace.

Un projet réfléchi

Cet état de l'art nous a permis d'identifier plusieurs bonnes pratiques :

- la **réalisation doit être professionnelle**. Certaines vidéos apparaissent peu attractives et peu crédibles par le manque de moyens professionnels dans leur réalisation, que ce soit au niveau de l'image, du montage, du son ou du jeu des acteurs. Cette question de crédibilité nous paraît pourtant essentielle pour capter l'attention de notre public-cible, habitué à une qualité élevée des productions audiovisuelles. Nous sommes bibliothécaires, pas cinéastes : à chacun son métier !
- le **point de vue d'un étudiant** est plus engageant que celui d'un bibliothécaire si la vidéo s'adresse à un public de cet âge ;
- le **ratio durée/densité** d'information doit être équilibré. C'est bien connu, trop d'information tue l'information. À l'inverse, de longues vidéos au contenu peu informatif ennui le public qui décroche et ne regarde pas la vidéo jusqu'au bout ;
- un **ton et un montage dynamique** maintiennent l'attention. C'est d'ailleurs une caractéristique stylistique de nombreuses vidéos adressées aux jeunes que l'on trouve actuellement sur *YouTube* (Norman fait des vidéos, Cyprien, ...) ;
- l'**humour** est également une arme très efficace pour maintenir l'attention.

Notre projet a ainsi mûri et les objectifs suivants ont pu être précisés :

- proposer une production de haute qualité avec l'aide de professionnels du milieu de l'audiovisuel dans la réalisation. Nous avons eu la chance que l'Université dispose sur son campus d'un centre spécialisé, le Centre Audio-Visuel (CAV), et de l'Institut des arts de diffusion (IAD) ;
- créer des vidéos courtes (3-4 minutes), qui vont à l'essentiel. Elles doivent transmettre des informations générales et faciles à comprendre ;
- adopter le point de vue d'un étudiant, personnage principal auquel le public cible peut s'identifier.
- partir d'une histoire de fiction pleine d'humour pour transmettre l'information plutôt qu'une approche directement pédagogique ;
- utiliser un montage dynamique qui maintient l'attention et correspond à un style apprécié par la jeune génération.

Plusieurs collègues des bibliothèques de l'UCL avaient ou comptaient réaliser des vidéos ou des screencasts. Il nous a donc paru essentiel, avant d'aller plus loin, de se réunir pour mieux connaître leurs plans, leur présenter le nôtre et collecter leurs avis. Cette rencontre a permis de positionner les divers projets :

- Nos vidéos s'adresseraient aux primo-arrivants en transmettant des informations de base concernant toutes les bibliothèques.
- Les screencasts, quant à eux, s'adresseraient à un public plus averti et traiteraient de sujets plus pointus ou propres à une seule bibliothèque.

Modus operandi

Une année exactement s'est écoulée, des premières idées de conception jusqu'à la mise en ligne de la première vidéo *Biblio-Jack*. Un temps très court, rendu possible notamment par le travail intensif de l'équipe et de ses partenaires, mais aussi grâce à une large autonomie offerte à celle-ci pour gérer le projet.

L'équipe a été composée suite à un appel d'intérêt auprès de tous les bibliothécaires de l'UCL. Sept personnes provenant de six bibliothèques différentes et occupant des postes variés la composent.

Dès le départ, le Centre Audio-Visuel (CAV) de l'UCL a été contacté pour donner son avis sur une éventuelle collaboration. Ce projet était nouveau pour chaque partie et l'enthousiasme était commun. Un jeune réalisateur, récemment diplômé de l'Institut des Arts de Diffusion (IAD), Richard Gérard, a été choisi par le CAV pour réaliser les vidéos et nous suivre tout au long du travail.

Rédaction des scénarios

L'équipe des bibliothécaires s'est attelée à rédiger les scénarios début 2014, après avoir parcouru plusieurs ouvrages sur le sujet^{7,8,9}.

Quatre sujets prioritaires et communs à toutes les bibliothèques ont été sélectionnés :

- utilisation de la carte d'accès
- recherche de références dans le catalogue en ligne
- recherche d'un livre au rayon
- savoir-vivre en bibliothèque

Pour chaque sujet, une liste d'informations essentielles à transmettre a été établie. Pour développer la trame fictionnelle, nous nous sommes référés à plusieurs situations typiques rencontrées dans chaque cas. Il nous a fallu adapter le vocabulaire des professionnels du livre à une audience qui y est en grande partie étrangère. On ne parle, par exemple, pas de monographie mais de livres, voire de bouquins.

Le réalisateur nous a encouragés à définir de manière très précise le profil de chaque personnage, élément très important pour donner de la crédibilité à la fiction. Une biographie détaillée a donc été imaginée pour rendre ces personnages le plus vivants possibles : caractéristiques physiques (sexe, âge, ...), psychologie, milieu social d'origine, état d'esprit au moment de l'histoire...

Le profil de deux personnages principaux a ainsi été établi :

- **Jack** : personnage excentrique, atypique, mi-clochard mi-hippie. Constamment fourré dans les bibliothèques, il connaît leurs collections et leur organisation sur le bout des doigts. Mais malgré son envie de partager sa passion pour ces lieux, il lui manque une certaine sensibilité envers les autres utilisateurs et il a tendance à se sentir un peu trop chez lui. Ce qui pose quelques problèmes.
- **Thibaut** : un jeune étudiant de première année qui ne connaît rien aux bibliothèques. Il a un physique plus classique que Jack et des habitudes de son âge (casque sur les oreilles, smartphone dans la poche et tablette dans le sac, ...). Malgré sa maîtrise des nouvelles technologies, Thibaut a vite besoin d'aide pour ses recherches et Jack tombe donc à pic pour l'aider. Mais l'étudiant, plutôt discret, apprécie peu les manières bourruées de Jack avec les autres utilisateurs et tente de le lui faire comprendre.

L'équipe a ensuite créé une première version de scénario, qui a permis de structurer l'histoire et l'ordre dans lequel les informations seraient transmises. Ce scénario a ensuite été réécrit par le réalisateur.

Sa version fut... surprenante et très différente de ce qui avait été imaginé par le groupe de travail. Le caractère des personnages, notamment Jack, fut exagéré jusqu'au burlesque. L'ordre des informations fut en partie modifié. Une bibliothécaire est apparue. Et surtout, cette version était nettement plus drôle tout en conservant les informations à transmettre !

À sa lecture, loin d'être contrariée, l'équipe a eu l'impression générale que sa version avait été sublimée par le réalisateur. D'où le constat suivant : l'écriture de scénario est un métier et le choix de travailler avec un scénariste/réalisateur peut être un réel apport pour la réussite d'un tel projet. Par ailleurs, la réécriture du texte par un non-bibliothécaire apportait de la fraîcheur et une vue objective bienvenue. Après deux mois et plusieurs allers-retours pour finaliser les scénarios, le réalisateur a créé un découpage technique (découpage de chaque séquence en plans, incluant des notions cinématographiques précises), dernière étape d'écriture.

Créer des personnages, imaginer une histoire crédible et parlante, garder un fil conducteur entre la fiction et le contenu pédagogique, sont autant d'éléments qu'il faut prendre en compte lors de la phase d'écriture. Y consacrer suffisamment de temps nous a paru capital puisque la qualité du scénario est à la base du succès des vidéos.

Tournage

La préparation du tournage a démarré environ un mois avant celui-ci. Elle a consisté en :

- la **sélection des acteurs** par le réalisateur : l'équipe lui a donné carte blanche pour le choix et celui-ci s'est révélé excellent. Trois acteurs professionnels ont été sélectionnés et l'équipe des bibliothécaires, des techniciens ainsi que trois étudiants, ont joué bénévolement les figurants ;
- le **repérage des lieux de tournage** : il a été fait en compagnie du réalisateur et de l'éclairagiste selon des critères de disposition des lieux et de lumière. Celle-ci était un facteur important et les lieux choisis étaient d'ailleurs les plus lumineux. La bibliothèque de droit et la bibliothèque des sciences économiques et sociales des BIUL ont fourni les principaux décors ;
- **les accessoires** : de la chemise de bûcheron au kazoo, en passant par un vieux téléphone portable, une cannette de bière ou un pendentif en forme de libellule (symbole des BIUL), tous les accessoires ont pu être rassemblés par l'équipe à moindre frais. Plusieurs panneaux de signalétique ont été déplacés ou créés pour l'occasion ;
- **l'accès aux lieux** : le service de sécurité a été averti un mois à l'avance pour pouvoir nous ouvrir les lieux durant le week-end. Pour des questions d'assurance, l'employeur a également été averti lorsque nous travaillions le week-end.

Le tournage a duré 4 jours (à raison de 10 heures par jour) en partie durant le week-end, pour profiter pleinement de lieux vides. Un horaire de tournage très précis a été établi pour faciliter la logistique, bénéficier au maximum de la lumière naturelle et du temps à disposition dans chaque lieu, en particulier lors des jours de tournage en semaine.

Même en travaillant avec le minimum de techniciens, réaliser un tournage professionnel demande du personnel. L'équipe technique de tournage était composée de six personnes :

- le réalisateur,
- un assistant-réalisateur,
- un directeur de la photographie (en charge de l'éclairage),
- un cadreur,
- un ingénieur-son,
- une maquilleuse.

À notre demande, une partie des techniciens a été engagée parmi des étudiants à l'IAD. Ce projet leur permettait d'exercer leurs compétences dans un cadre professionnel, tout en nous permettant de réduire en partie le budget salarial.

L'équipe des bibliothécaires n'a pas fait que de la figuration lors de ce tournage. Véritables logisticiens, ils ont géré la préparation des lieux (décors, signalétique à adapter, accès à suffisamment de prises électriques pour le matériel), l'accès aux bâtiments, les repas, la gestion des accessoires, le rôle de scripte et évidemment l'expertise du bibliothécaire : vérification du texte, de la crédibilité des échanges et des mouvements lors des prises, avis sur chaque plan, ...

Post-production

Avant l'étape de montage, quelques membres de l'équipe avaient préalablement suivi une formation de montage de quelques heures pour mieux comprendre les règles de choix des différentes images tournées, d'assemblage des plans, et les possibilités techniques offertes par les logiciels utilisés. Cette connaissance de base a permis de rendre les échanges avec le réalisateur plus constructifs.

Les images tournées ont été montées par le réalisateur, selon le découpage prévu. Entre les images, des zones de texte ("cartons") ont été insérées pour apporter quelques précisions et compléments. Le rappel des informations essentielles a nécessité une attention particulière. Il s'agissait de résumer le propos des vidéos en quelques mots ! Enfin, quelques screencasts ont été insérés dans le montage. Nous avons veillé à ce que ces cartons et screencasts puissent être facilement modifiés par nos soins afin que la vidéo donne toujours des informations à jour et qu'elle soit pérenne dans le temps.

En l'espace d'un mois de relecture et de révision des images, quatre versions successives des vidéos se sont succédé.

Mise en ligne des vidéos

La version finale fut prête quelques jours avant la rentrée et compressée pour être mise en ligne sur Internet. S'est alors posé la question de la plateforme où la déposer. Nous avons le choix d'utiliser le serveur de podcast de l'UCL ou *YouTube*. C'est la deuxième possibilité que nous avons sélectionnée, pour les raisons suivantes :

- puissance de sa bande passante : un élément essentiel pour éviter des lenteurs dans la lecture des vidéos, facteur qui peut mener à l'arrêt en cours de la lecture d'une vidéo ;
- visibilité : *YouTube* est connu de tous. On peut simplement indiquer que les vidéos sont sur *YouTube* pour que les personnes les trouvent. Elles sont également signalées par les chaînes "amies", dont la chaîne officielle de l'UCL, via les playlists ;

- intégration des vidéos sur d'autres pages web et sur *Facebook*, pour augmenter les points d'accès ;
- possibilité de customiser la chaîne *Biblio-Jack* aux couleurs du projet ;
- statistiques très précises et donc utiles pour cerner le type d'audience.

La mise en ligne sur *YouTube* s'est révélée très facile et rapide. L'accès administrateur permet d'ajouter des sous-titres, que nous avons composés d'abord en français (pour les malentendants ou le visionnage des vidéos sans son) et en anglais, pour toucher les étudiants non-francophones.

La première vidéo a été officiellement mise en ligne deux semaines après la rentrée académique 2014-2015, suite à une campagne de teasing. Les trois vidéos suivantes ont été mises en ligne l'une après l'autre, toutes les deux semaines.

Promotion

Pour illustrer notre matériel promotionnel, des photos des acteurs étaient indispensables. Nous avons donc choisi de faire appel à un photographe professionnel et d'utiliser un studio de photographie, disponible à l'IAD. Ce dispositif, en plus du paiement d'un droit d'image pour les acteurs, a évidemment coûté plus cher que la réalisation par nous-même des photos, mais à nouveau, cela faisait partie d'une démarche de recherche de qualité la plus élevée possible.

Avant cette séance photo, une liste de chaque pose, attitude et situation a été établie par rapport au matériel promotionnel prévu, pour s'assurer que nous aurions toutes les illustrations nécessaires.

Pour ce qui est de la promotion même, autant les vidéos devaient adopter une esthétique proche de leur public-cible, autant notre promotion devait utiliser leurs canaux de communication. En plus d'une campagne classique (affiches, mailing-list, newsletters et informations sur les pages de l'intranet des étudiants), nous avons donc décidé d'investir les outils Web, en inter-reliant trois d'entre eux:

- un site web traditionnel¹⁰, porte d'accès aux vidéos (via l'incrustation d'une vidéo provenant de *Youtube*) qui fournit des informations complémentaires pour chaque sujet. Tous les sites web des BIUL renvoient vers ce site web via une bannière ;
- une page *Facebook* qui transmet les actualités du projet et où Jack et la bibliothécaire

(Valentine) répondent aux questions des visiteurs et de Thibaut l'étudiant ;

- une chaîne *YouTube* hébergeant les vidéos et permettant de les commenter.

Un poster résumant l'ensemble de notre opération promotionnelle a été réalisé pour être présenté au colloque "Former aux compétences informationnelles à l'heure du web 2.0 et des discovery tools" que vous pouvez retrouver dans les actes publiés sur le site web du colloque¹¹.

Un public atteint ?

Une année après la mise en ligne des quatre vidéos, celles-ci ont été visionnées plus de 20.000 fois, avec un pic à chaque mise en ligne (ce qui prouve un certain suivi).

Les vidéos ont-elles été vues par nos étudiants et appréciées ? Qu'en ont-ils retenu ? Les diverses statistiques de *YouTube*, *Facebook*, du site web uclouvain.be/biblijack, ainsi qu'une première enquête indicative menée auprès des étudiants de manière électronique et sur papier, ont permis de se rendre compte de manière plus précise de la situation.

Les statistiques de *YouTube* nous ont indiqué que l'audience belge (56% du total) des vidéos se répartissait de manière assez égale pour chaque épisode. La tranche d'âge prioritaire est majoritaire : 40 % entre 18 et 24 ans, 40% entre 25 et 34 ans. Le fait que le reste de l'audience soit étrangère indique que le projet a eu un écho important, notamment dans les cercles bibliothécaires de France et de Suisse.

Via le sondage indicatif auprès de tous les étudiants de l'UCL (réalisé avec *SurveyMonkey*, et en version papier dans diverses bibliothèques), nous avons pu obtenir des informations qualitatives sur les vidéos :

- 87% des sondés connaissaient *Biblio-Jack* et 89% les avaient vues
- 74% estimaient que les vidéos répondaient à leurs éventuelles questions
- les vidéos ont été notées (sur une échelle de 1 à 5) : 3 à 16%, 4 à 43% et 5 à 25%
- 79% des sondés sont intéressés par une suite

Il nous paraît nécessaire de mener une enquête plus approfondie auprès d'un échantillon d'étudiants (via un entretien oral), pour permettre de mieux identifier notre public et d'avoir plus d'éléments de compréhension sur les apports pédagogiques de ces vidéos.

Un investissement financier important mais payant

Le choix de travailler avec des professionnels de l'audiovisuel impliquait un coût élevé de production. Environ 17.000€ ont été nécessaires pour réaliser les 4 vidéos et les promouvoir.

Le tournage et le montage ont représenté plus de 80% des dépenses. Le reste couvrant la réalisation de photos professionnelles pour la promotion du projet et l'impression de posters et de flyers.

La charge salariale des intervenants constitue la majeure partie du budget. À titre indicatif, il faut compter environ 400€ par jour de travail pour un professionnel du métier (réalisateur, monteur, ingénieur du son, photographe professionnel), 300€ par jour pour un acteur (en plus d'un droit d'image d'environ 100€ par année d'utilisation) et environ 100€ pour une personne encore en formation. Vu l'importance des coûts salariaux, le prix d'une vidéo baisse si on en réalise plusieurs.

Dans notre cas, une telle dépense ne fut possible qu'avec l'allocation d'un budget ponctuel, proposé par le Conseil des bibliothèques de l'UCL pour des projets transversaux aux bibliothèques.

La question de la pertinence d'un tel investissement financier pour 16 minutes de vidéo s'est évidemment posée. Le succès des vidéos, en partie grâce à leur qualité technique et scénaristique, démontre que l'investissement dans un projet de haute qualité via des partenaires professionnels, en vaut la peine. L'impact au niveau de l'image n'est pas non plus à négliger. Les vidéos *Biblio-Jack* ont en effet offert une image moderne, fraîche et non dénuée d'humour des bibliothèques de l'UCL.

Conclusion : les clés du succès

Le projet *Biblio-Jack* était nouveau pour tous ses intervenants dès l'origine. Son succès fut donc une excellente surprise et une belle récompense pour le travail intense et passionné de ses auteurs.

Plusieurs éléments nous ont paru décisifs dans ce résultat positif :

- **une grande ambition** dès le départ peut être un moteur puissant pour atteindre ses objectifs. L'équipe avait initialement mis la barre très haut et ne s'attendait pas à une telle qualité à l'arrivée ;
- **un état des lieux critique** des vidéos de bibliothèques existantes nous a permis de savoir

précisément ce que nous voulions faire... et ne pas faire, et de nous y tenir ;

- la **coréalisation avec des professionnels de l'audiovisuel** a représenté un coût important, mais fut décisif dans le succès des vidéos, grâce à leur qualité technique et à des scénarios efficaces ;
- le **point de vue de l'étudiant**, la **forme fictionnelle** et le **ton humoristique** étaient un choix audacieux et inhabituel. Il s'agissait pourtant d'une formule, en principe, appréciée par le public-cible, ce qui fut le cas ;
- dans le but de faciliter la **mise à jour des vidéos**, la répartition des informations transmises dans la fiction, les screencasts et les cartons a été réfléchi à l'avance, pour que seuls les screencasts et cartons doivent être modifiés en cas de besoin ;
- une campagne de promotion menée sur les **réseaux sociaux** (*YouTube, Facebook, ...*), avec un graphisme soigné, a permis de faire connaître le projet sur les canaux de communication du public cible ;
- **les vidéos en tant que telles ne suffisent pas** : tout un matériel pédagogique a été créé pour prolonger leur propos, via un site web, une page *Facebook*, des brochures pédagogiques à destination des enseignants... et ainsi guider les étudiants les plus curieux vers des formations plus exigeantes.

Les vidéos *Biblio-Jack* font maintenant partie de l'environnement de formation des bibliothèques. Véritable b.a.-ba des bibliothèques, elles enrichissent, avec leur matériel d'accompagnement, de manière originale le dispositif de formation à destination des étudiants débutants.

Cette démarche novatrice fut un réel défi du début à la fin, et à l'immense satisfaction de ses auteurs, un véritable succès, ce qui a permis d'imaginer une suite. Quatre nouveaux épisodes doivent en effet voir le jour pour la rentrée 2015-2016. Par la suite, l'univers *Biblio-Jack* pourra éventuellement être ré-exploité sous une autre forme pour illustrer les pages web des bibliothèques (via une bibliothèque d'images de situation), des screencasts, une aide en ligne, ...

Bref, on n'en a pas fini avec *Biblio-Jack* !

Marine Finfe
Carole Kojo-Zweifel
Université catholique de Louvain (UCL)
Bibliothèque de droit (BDRT) de l'UCL
Place Montesquieu 2, bte L2.07.01
1348 Louvain-la-Neuve
marine.finfe@uclouvain.be
carole.zweifel@uclouvain.be

Christine Lanners
Université catholique de Louvain (UCL)
Bibliothèque des sciences de la santé (BSS) de
l'UCL
Avenue Hippocrate 50, bte B1.50.09
1200 Bruxelles
christine.lanners@uclouvain.be

Sophie Patris
Université catholique de Louvain (UCL)
Bibliothèque des sciences de la motricité
(BSM) de l'UCL
Place Pierre de Coubertin 1, bte L8.10.01
1348 Louvain-la-Neuve
sophie.patris@uclouvain.be

www.uclouvain.be

Août 2015

Notes

- ¹ Wakaji, Eileen; Thomas, Joy. MTV to the Rescue: Changing Library Attitudes through Video. *College & Research Libraries*, 1997, vo. 58, no 3, p. 211-216.
- ² Martin, Coleen Mayers. One-minute video: marketing your library to faculty. *Reference Services Review*, 2012, vol. 40, no 4. p. 589-600.
- ³ Mizrachi, Diane; Bedoya, Jaclyn. LITE bites: broadcasting bite-size library instruction. *Reference Services Review*, 2007, vo. 35, no 2, p. 249-256.
- ⁴ Robinson, Thomas Sean Casserley. *Library videos and webcasts*. Facet Publishing, 2010. ISBN 978-1555707057 (The Tech Set).
- ⁵ Bibliothèque de l'Université de Genève, La Souris Verte, Emmanuel Gripon. *La bibliothèque de l'Université de Genève* [en ligne]. <<https://www.unige.ch/biblio/>> (consulté le 12 août 2015).
- ⁶ Arizona State University. *The Library Minute* [en ligne]. <<https://lib.asu.edu/librarychannel/library-minute>> (consulté le 12 août 2015).
- ⁷ Roth, Jean-Marie. *Manuel pratique pour écrire un scénario de film : films vidéo, films courts et longs métrages, films professionnels, films publicitaires*. 2^{ème} édition. Top édition, 1995. ISBN 2-87731112-0.
- ⁸ Huet, Anne. *Le scénario*. Les Cahiers du Cinéma, 2005. (Les petits cahiers). ISBN 2-86642412-3.
- ⁹ Field, Syd. *Scénario : les bases de l'écriture scénaristique*. Dixit, 2008. ISBN 978-284481121-9.
- ¹⁰ Bibliothèques de l'UCL. *Biblio-Jack, le B.A.BA des bibliothèques* [en ligne]. <<http://www.uclouvain.be/biblijack>> (consulté le 12 août 2015).
- ¹¹ Infolit.be *Former aux compétences informationnelles à l'heure du web 2.0 et des discovery tools*. [en ligne]. <<http://infolit.be/ILIB15/>> (consulté le 12 août 2015).