

2

COMMUNIQUER AUTREMENT AVEC LES ÉTUDIANTS : L'EXPÉRIENCE DU JEU EN RÉALITÉ ALTERNÉE À LA BIBLIOTHÈQUE MARIE CURIE DE L'INSA LYON

*par
Guillemette
Trognot et
Marie-Paule
Voïta*

La bibliothèque de l'INSA Lyon, école d'ingénieur, utilise des canaux classiques de communication : newsletters, mailing, portail documentaire, flux RSS, pages institutionnelles sur les réseaux sociaux.

Pourtant, cette communication ne génère que peu d'interactions avec le public étudiant qui reste passif et continue de voir la bibliothèque comme un lieu désuet tout en méconnaissant les services et ressources offerts.

L'idée vient alors de demander à ce public de devenir acteur de la communication et pour cela de réaliser lui-même une action de communication qui saura le toucher : c'est ce qui a motivé la création, avec des étudiants, d'un jeu en réalité alternée. La rencontre entre les concepteurs du jeu et les bibliothécaires, leur vécu commun et les retombées sont présentées dans cette contribution.

L'ORIGINE DU PROJET

+++++

LE CONTEXTE

L'INSA Lyon accueille 6 000 étudiants dont plus de 50 % logent sur le campus. Ouverte en 2009, la bibliothèque Marie Curie (BMC) se situe en position centrale sur le campus ; elle propose environ 50 % de ses collections en libre accès. Ce nouveau bâtiment a permis d'améliorer les conditions d'accueil, passant ainsi de 100 places assises à 650, avec des salles de travail en groupe, des carrels individuels, des salles de cours et même un amphithéâtre. De nouveaux équipements simplifient l'accès aux services et collections (automates de prêt et retour, accessibilité pour tous, wifi, etc.). De nombreuses animations multiplient les possibilités d'interactions avec les étudiants et les personnels. Les outils de communication

sont modernisés : refonte du portail documentaire, flux RSS, newsletter, réseaux sociaux.

Le succès est au rendez-vous avec la multiplication par 4 de la fréquentation et notamment les salles de travail en groupe sont prises d'assaut, mais parallèlement, le nombre de prêt diminue.

MÉCONNAISSANCE ET SOUS-UTILISATION DE LA BMC : CONSTATS

une représentation négative de la bibliothèque

Différentes enquêtes d'opinion et mémoires d'étudiants de l'enssib¹ montrent que les usagers (et non-usagers) ont une représentation des bibliothèques austère et élitiste : « la fréquentation de la bibliothèque est liée à l'idée que l'on s'en fait. ». Les étudiants doutent de l'utilité de la bibliothèque, un endroit vu comme obsolète depuis l'arrivée d'Internet. C'est ce que reprend également Pascal Siegel, dans sa présentation *Les représentations des bibliothèques* : « l'image de la bibliothèque est associée à la notion de travail, à la notion de lieu inaccessible (élitisme), de lieu un peu vieillot voué à évoluer »².

Par ailleurs, l'image du bibliothécaire reste austère : cet individu aime la lecture, aime que les livres soient bien rangés et fait respecter à outrance le règlement intérieur des bibliothèques.

À l'INSA Lyon, la bibliothèque n'est pas non plus forcément un lieu du quotidien comme l'est le restaurant universitaire ou les salles de cours. Une enquête auprès des étudiants de première et deuxième année montre qu'ils sont environ 40 % à ne pas fréquenter la bibliothèque. Enfin, l'image de la bibliothèque reste assez élitiste même auprès des personnels administratifs, puisqu'une partie d'entre eux pense qu'elle est uniquement destinée aux étudiants et à la recherche.

1. < <http://www.enssib.fr/les-poles-thematiques/histoire-des-bibliotheques/dossiers/la-representation-des-bibliotheques> >.

2. Pascal Siegel, *Les représentations des bibliothèques : l'impact des clichés culturels relatifs aux bibliothèques et aux bibliothécaires sur le public et les personnels*, SCD Lille 3, 21 septembre 2011. [En ligne] : < <http://fr.slideshare.net/hulot/les-representations-des-bibliotheques-limpact-des-clichés-culturels-relatifs-aux-bibliothèques-et-aux-bibliothécaires-sur-le-public-et-les-personnels-9425171> >.

L'inefficacité de la communication

La politique de communication de la bibliothèque, au-delà de la transmission d'actualités, vise à faire connaître les services et les ressources. Mais, cette communication reste passive, poussée vers un public, sans demande expresse qui ne fait pas ou peu de retour. Peu d'étudiants commentent les actualités sauf sur le compte Facebook qui enregistre quelques réactions.

Craignant l'infobésité, les étudiants affirment ne plus pouvoir gérer leurs emails et faire un choix drastique sur les informations lues : ils suppriment les informations institutionnelles, non personnalisées qui sont perçues comme de l'information de masse qui ne leur est pas destinée directement. Ainsi, chaque envoi de la lettre d'information de la bibliothèque ne génère, en moyenne, que 300 clics.

Réfléchir à d'autres modes de communication devient essentiel.

une méconnaissance des services et des collections

Malgré les efforts de communication, malgré la présentation régulière de services personnalisés (poser une question, suggérer un achat, etc.), les services offerts demeurent peu utilisés voire méconnus. D'après les statistiques d'usages et les enquêtes réalisées auprès du public, seuls 10 % des élèves connaissent l'existence des outils de recherche développés par la bibliothèque.

NOUVEAUX OBJECTIF

Fort de ce constat, plusieurs axes de travail sont explorés :

- aller là où se trouvent les étudiants : les réseaux sociaux, les associations (les étudiants de l'INSA Lyon font vivre près d'une centaine d'associations) ;
- utiliser leurs codes, comme sur la vidéo réalisée par des étudiants pour la BU d'Avignon³.

3. < <http://www.youtube.com/watch?v=JbMkm0bE3Uc> >.

L'idée émerge de travailler avec l'association vidéo, La Mouette⁴. Deux de leurs membres, Tanguy Pouzol et Brice Clocher, tous deux diplômés, sont approchés. Une vidéo, au ton amusant, leur est demandée ; l'idée leur plaît. Leur analyse du public-cible est la suivante : « Il s'agit de jeunes personnes dont les codes de communication sont typés. Ils sont sur-connectés et très réceptifs aux courtes formes médiatiques, au détriment de la communication classique telles que documents écrits, vidéos institutionnelles et didacticiels, auxquels ils n'accordent que peu d'attention. Leurs études et leurs activités sociales et associatives ne leur laissent pas le temps pour consulter du contenu dès lors qu'il ne leur paraît pas distrayant ou amusant. Ce projet doit toucher une corde sensible sur un plan personnel et émotionnel. »

créer un jeu vidéo

Après plusieurs échanges et rencontres, deux propositions nous sont faites :

- une vidéo-web série : dix épisodes de quelques minutes diffusés sur les réseaux sociaux. Cette action se suffirait à elle-même, et ne demanderait pas d'implication de la part du personnel de la bibliothèque ;
- un jeu en réalité alternée (ou ARG pour Alternate Reality Game)* : il s'agit de raconter une histoire (une fiction) qui prend place dans le monde réel. Une série d'énigmes, avec la création d'une communauté de joueurs qui ne peuvent réussir qu'en s'associant en équipe. Ce jeu, transmédia, utilise de nombreux vecteurs (TV, vidéo, courrier, e-mail, téléphone, Web, article, forum, affiches...) pour développer un univers global et renforcer la crédibilité des situations.

Le principe du jeu en réalité alternée est retenu.

Nous parions sur plusieurs retombées : le jeu permettra d'attirer un public qui ne fréquente pas la bibliothèque, en l'incitant à réaliser une activité, de son plein gré, et à développer ainsi le plaisir du jeu associé au lieu bibliothèque. Outil de socialisation, le jeu favorise l'interactivité, la création de

4. < <http://vie.asso.insa-lyon.fr/index.php/index-bot-insa/28-arts-et-spectacles/680-lamouette> >.

communautés et le partage des connaissances. Le jeu pousse les joueurs à réaliser des actions dont ils n'auraient jamais pris l'initiative comme utiliser certains services ou ressources tels que « Poser une question en ligne » qui deviennent ainsi connus. D'après Justin Kingsley (Sid Lee), et s'inspirant de Confucius : « Si tu me le dis, je vais l'oublier. Si tu me le montres, je vais comprendre. Si tu m'impliques, je vais m'en rappeler »⁵, cette expérimentation a un fort pouvoir éducatif. Ainsi, le public, plus attiré et plus réceptif, s'impliquera plus naturellement, nous l'espérons, dans une relation plus intense, renouvelée et plus suivie.

LE JEU EN RÉALITÉ ALTERNÉE

+++++

Le jeu s'est déroulé en trois phases sur une durée d'environ deux mois.

PHASE 1 - DAVID CONTRE GOLIATH EN MARS 2013

Des événements marquants et vraisemblables mais fabriqués viennent perturber la vie du campus. Dans ce contexte d'incertitude, les étudiants apportent leur aide pour résoudre une situation sans précédent sur le campus, mais qui aideront-ils ?

Dans un premier temps, une fausse société « Vemgråter »⁶, lance une campagne de recrutement diffusée sur les réseaux sociaux de l'INSA Lyon et dans une campagne d'affichage. En une semaine, la société reçoit plus d'une vingtaine de CV.

Une semaine plus tard, un événement secoue le campus : un énorme *tag* apparaît sur le mur de la BMC ! Il est l'œuvre d'un certain Echométeore qui revendique le vol d'un document de Vemgråter stocké à la BMC. Il cherche à attirer l'attention des étudiants sur les zones d'ombre de Vemgråter, qui selon le document ferait courir un grave danger à l'ensemble du campus. Pour ce faire, il diffuse la vidéo du vol (sur Youtube)⁷, poste des articles sur son blog⁸, passe à la radio du campus (Gatsun)⁹. Les joueurs suivent la piste

5. < http://fr.slideshare.net/RobertGregoire_UdeM/dfinir-et-rfrencher-les-jeux-de-ralit-alterne >.

6. < www.vemgrater.com >.

7. < <https://www.youtube.com/watch?v=qfz2gqaz0eY> >.

8. < <https://echometeore.wordpress.com/> >.

9. < <http://gatsun.asso.insa-lyon.fr/> >.

que le voleur trace pour eux, découvrant tour à tour vidéo, articles et moyens de contacter le voleur (email, session de *chat*, etc.). Le voleur répond aux messages que les joueurs lui transmettent. De son côté, la société Vemgråter demande de l'aide aux étudiants pour identifier le voleur. Facebook, Twitter, *chat* sont utilisés pour interagir avec les joueurs. Lorsque suffisamment de gens écoutent le voleur, il révèle qu'il a disséminé les pages du mystérieux livre sur le campus. La phase prend fin lorsque Vemgråter finit par rattraper le voleur et l'enlève en direct lors d'une émission de radio.

Comme nous le rappellent les concepteurs : « Le jeu doit tout d'abord attirer l'attention du public, afin de recruter de nouveaux joueurs. Constatant entourés par les réseaux sociaux et les flux d'information, les étudiants ciblés n'en sont pas pour autant plus réceptifs aux nouveaux événements, surtout s'ils sont ambigus comme un ARG. De ce fait, nous comptons attirer l'attention du public en agissant dans sa réalité immédiate : la bibliothèque et le campus de l'INSA Lyon. En créant des événements intrigants, en affichant devant leurs yeux et en leur parlant directement, nous comptons atteindre les étudiants d'une manière plus percutante que les réseaux sociaux ne pourraient le faire, et ainsi favoriser les rumeurs et le bouche-à-oreille. »

PHASE 2 - LA CHASSE AU « TRÉSOR », MI-MARS 2013

Le jeu devient plus évident et visible avec la proposition d'une série d'énigmes¹⁰ à résoudre pour retrouver les pages du document volé et faire avancer l'histoire. Seuls ou en équipe, les joueurs résolvent les différentes énigmes qui les mènent sur tout le campus et, notamment, dans la bibliothèque.

Plus discrètement, les joueurs les plus hardis essaient parallèlement de retrouver la trace d'Echométéore. Dans cette tâche, ils auront l'aide inespérée d'une source au sein de Vemgråter. Piratage de compte email, documents secrets cachés dans les endroits les plus insolites de la bibliothèque et découverte tardive d'un ancien lieu de détention permettent d'élucider où est finalement retenu Echométéore et comment lui venir en aide.

Une fois retrouvées toutes les pages du livre, cette phase prend fin. Les joueurs et leur complice se donnent rendez-vous à la bibliothèque pour anéantir la menace que représente Vemgråter.

10. < <http://www.liberonslecampus.fr/> >.

PHASE 3 - LE DÉNOUEMENT, JEUDI 18 AVRIL 2013

Le livre volé dévoile l'existence d'un artefact ancien et dangereux installé sur le campus. Les différentes pages permettent de comprendre sa fonction, son emplacement ainsi que son histoire, redécouvrant et réinventant au passage l'histoire du campus. Les joueurs découvrent finalement que l'artefact est au cœur du plot situé juste à côté de la bibliothèque ! (Le plot est l'œuvre financée par le 1 % culturel de la bibliothèque). Ils se retrouvent donc lors d'une ultime soirée pour défaire cette influence néfaste sur le campus. Arrivés à la bibliothèque, ils y sont, malgré eux, scindés en deux groupes et enfermés. Malgré la séparation, les deux groupes collaborent pour trouver une issue commune et démanteler le plot. Le jeu se termine lors de cette soirée. Incités à collaborer et à réfléchir en équipe, à utiliser la bibliothèque dans toute sa spatialité (sous-sol, amphi, salles de TD...) et en dehors des heures d'ouverture au public, les étudiants font l'expérience d'une bibliothèque devenue le théâtre du jeu.

ÉVALUATION DU JEU

coûts

- Coûts humains : plus de 1 000 heures ont été nécessaires pour les deux concepteurs bénévoles. Les deux bibliothécaires ont consacré – outre des réunions hors temps de travail – deux semaines à temps complet soit 150 heures ;
- coûts financiers : la création de ce jeu a coûté 2 740 euros répartis en 740 € pour le jeu (conception des sites web et du design des documents, divers accessoires) et 2 000 € de nettoyage du mur de la BMC : en effet, le *tag* a été réalisé avec un produit à base de craie permettant un nettoyage aisé. C'était sans compter sur la mauvaise réaction du produit anti-tag existant.

et les joueurs dans tout ça ? et les non joueurs ?

Plusieurs éléments nous permettent d'analyser l'impact du jeu sur le public-cible des étudiants :

- statistiques sur les pages du jeu : la vidéo du vol sur Youtube a été vue 1 600 fois, les sites web « Libérons le campus » et « Vemgråter » ont comptabilisé, chacun, plus de 10 000 pages vues par plus de 1 500 joueurs uniques ; quant au blog du voleur « Echométéore », ce sont près de 9 000 pages qui ont été vues. Le buzz s'est créé également sur les réseaux sociaux : le premier post sur la page Facebook de l'INSA Lyon a généré près de 50 commentaires ! ;
- personnes sensibilisées : c'est difficile à quantifier. 51 joueurs se sont inscrits sur le site web « Libérons le campus » dont 27 ont joué réellement. Enfin lors de l'ultime soirée, il y a eu 15 participants. Nous n'avions pas d'objectif chiffré en nombre de joueurs. Le déploiement d'un jeu en réalité alternée se fait sans communication, le buzz des différents éléments du scénario devant suffire pour le faire connaître (principe du « trou de lapin »)*. Le ratio pages vues par des visiteurs uniques par rapport au nombre total d'étudiants est significatif de l'impact du jeu, même si le nombre final des joueurs est faible ;
- évaluation dans des *focus groups* : ils ont permis de rassembler des étudiants joueurs et non joueurs, ou non utilisateurs de la bibliothèque. Ces *focus groups* ont été l'occasion de faire s'exprimer le plus librement possible les étudiants sur leur perception du jeu, sur l'image qu'ils avaient de la bibliothèque, sur leur connaissance des services et de la communication. 19 non joueurs ont ainsi été auditionnés ainsi que 12 joueurs.

L'IMPACT DU JEU ET SES BÉNÉFICES

+++++

IMAGE

L'image de la bibliothèque semble plus positive. La bibliothèque est perçue comme un lieu de tranquillité, de travail, de culture, de lecture, de détente, etc. L'image reliée au travail n'est pas vue comme une contrainte mais une nécessité. Enfin, ce jeu paraît être une bonne idée de communication, innovante.

USAGES

La moitié des étudiants ne vient que pendant les partiels ou pour la connexion Internet et la moitié n'emprunte pas ou peu de documents. Un tiers ne sait pas qu'il y a des romans et des bandes dessinées dans la bibliothèque. Globalement, les étudiants ne connaissent pas les services de la BMC alors que plusieurs ont été utilisés lors du jeu : « Poser une question », « Lecteur de microfiches », « Catalogue en ligne », « Documents de la réserve », mais il n'est pas certain que les étudiants vont réutiliser ces services pour leurs études.

COMMUNICATION

Les étudiants ont eu connaissance du jeu par Facebook, par le *tag* sur le mur, la vidéo sur Youtube, puis par le bouche-à-oreille, par des canaux alternatifs, donc. Plus globalement, la communication de masse utilisée habituellement par la bibliothèque est à conserver mais... elle est facilement « poubellisée » surtout si l'expéditeur est institutionnel et que l'objet de l'email n'est pas d'ordre personnel. Une communication personnalisée, permettant un contact individuel serait plus porteuse comme le *flying* par exemple. La communication communautaire serait à développer. Par exemple, chaque promotion a son groupe Facebook non officiel. Il ressort enfin la nécessité de créer des partenariats avec le Bureau des étudiants.

ÉVALUATION DE L'INFORMATION

Suite au buzz lié au *tag* sur le mur, les étudiants ont eu deux types de réactions : ceux qui comprennent tout de suite qu'il s'agit d'un faux et ceux qui tombent dans le panneau, sont choqués puis comprennent par le bouche-à-oreille ou par le questionnement. De la même façon, lors de la campagne de recrutement de la société Vemgråter, une vingtaine de CV ont été reçus... alors qu'il suffisait de se rendre sur la page des crédits du site pour s'apercevoir qu'il s'agissait d'un jeu. Il a fallu se rendre à l'évidence, l'évaluation de l'information est loin d'être maîtrisée par tous.

AU-DELÀ DU JEU

+++++

Poursuivre la réflexion dans une table ronde, réunissant les concepteurs, les deux bibliothécaires, Patrick Perrier, sociologue et Patrick Prévot, enseignant expert en *serious game* de l'INSA Lyon et dans une série d'entretiens avec des chercheurs en communication (Eveline Manna, Céline N'Guyen) du centre des Humanités a atteint plusieurs objectifs : expliquer les raisons de ce choix d'un jeu, revenir sur cette expérience, sur les objectifs pédagogiques, analyser les questions que pose le jeu afin de réfléchir à l'impact fonctionnel sur les services de la bibliothèque et à la création de nouveaux projets :

- ce jeu visait la construction d'un comportement : venir et utiliser la bibliothèque. En dehors du jeu, on peut s'interroger sur ce qui amène le public à s'intéresser à la bibliothèque. Comment faire perdurer le lien créé entre la communauté des joueurs et la bibliothèque ? Une analyse poussée du comportement des non joueurs serait aussi intéressante ainsi que la création d'indicateurs qui ne porteraient pas forcément sur le jeu en lui-même, mais qui seraient basés sur l'évolution des perceptions ;
- ce jeu laissait un flou entre réalité et fiction en mettant en question la crédulité des joueurs. Le jeu a montré que le public touché avait de fortes lacunes en termes d'évaluation de l'information et de sa fiabilité. Les concepteurs ont eu libre

cours pour créer le scénario dans la microsociété que constitue l'école d'ingénieur. L'histoire du campus sert de trame (cf. les énigmes) au jeu avec plusieurs objectifs : valoriser le campus, garder le lien avec la réalité mais aussi donner une légitimité à ce jeu innovant mais perturbant. À travers le scénario, les deux concepteurs ont porté un regard critique sur les travers de certaines sociétés : par exemple, la manière dont Vemgråter réagit dans le jeu.

Ainsi ce jeu posait la question « peut-on tout se permettre pour communiquer autrement ? ». De nombreuses personnes ont été touchées voire perturbées par la *tag* sur le mur. (Rappelons que la *tag* était réalisé en matière nettoyable). L'idée que la dégradation appelle la dégradation est abordée. Cela interroge le fait que la microsociété de l'école a des difficultés à innover, à avoir des idées non convenues.

et ensuite ?

Très clairement, ce projet a coûté cher et ne peut être pérennisé dans sa forme : il a été réalisé dans le cadre d'une opportunité de rencontre, d'envie d'innover/de créer, de temps disponible, d'objectifs clairs pour les deux parties : la BMC et les concepteurs.

Plusieurs points seraient à améliorer : le projet tel qu'il a été vécu n'a pas impliqué suffisamment le personnel de la bibliothèque qui n'a pas pu relayer le jeu. De même, si plusieurs structures associatives de l'INSA Lyon ont été sollicitées ainsi que la direction de la communication, il semble qu'il serait judicieux de compléter l'effet « trou de lapin » par l'implication de structures associatives fédératrices telles que le Bureau des étudiants. Enfin, les bibliothécaires d'autres établissements, voyant l'intérêt de ce type de projet, souhaiteraient être associés pour un projet de plus grande envergure.

Suite à cette expérience de jeu, de nouveaux projets sont en réflexion. Un jeu de géolocalisation a été développé par un groupe d'étudiants du département Génie industriel de l'INSA Lyon¹¹ en 2013-2014, il a été lancé en 2014-2015.

11. < <http://gi.insa-lyon.fr/> >.

Du côté de nos concepteurs, Brice Clocher, ingénieur en Suède au début de l'aventure s'est reconverti en *game designer**. Il travaille actuellement en Allemagne. Tanguy Pouzol, quant à lui, après une année sabbatique destiné à se former à l'écriture de scénario, est retourné pour l'instant à ses études initiales en démarrant une thèse.

Les deux bibliothécaires continuent de réfléchir à de nouveaux projets innovants.