



QUESTIONNAIRE SUR LA COMMUNICATION VIDÉO EN BIBLIOTHÈQUES

Bibliothèques départementales, intercommunales et municipales

Synthèse des réponses

LE BIBLIOPÔLE
Juin 2022

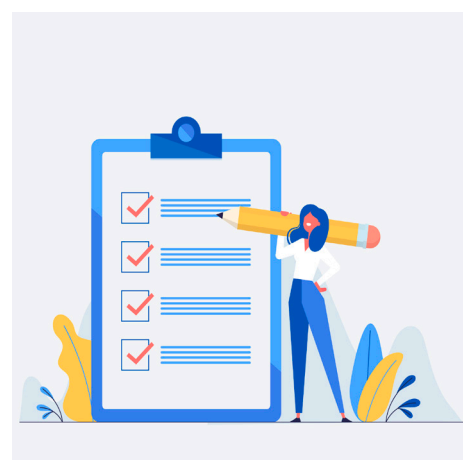
PRÉAMBULE

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE ET DE L'ANALYSE

Du 24 mars au 15 avril 2022, le BiblioPôle a diffusé une enquête comprenant 26 questions portant sur la **communication vidéo en bibliothèque**.

Le questionnaire a été diffusé via le mailing du BiblioPôle auprès de l'ensemble des bibliothèques de son réseau ainsi qu'auprès des bibliothèques départementales par le biais de la liste de diffusion de l'Association des Bibliothécaires Départementaux.

À travers ce questionnaire, il s'agissait d'étudier pratiques et usages de la communication vidéo selon les types d'établissements.



Au total, **72 réponses** ont été reçues.

Deux analyses, l'une pour les bibliothèques départementales, l'autre pour les bibliothèques municipales et intercommunales de Maine-et-Loire, ont été menées afin de mettre en valeur les éléments distinctifs et les complémentarités éventuelles entre ces différents établissements.

Précisons également que seules les bibliothèques ayant répondu « oui » à la première question *Proposez-vous du contenu vidéo ?* ont pu, ensuite, poursuivre le questionnaire. Celles ayant répondu « non » étant conduites directement à la fin du questionnaire, vers un dernier champ libre d'annotations complémentaires.

Enfin, selon les questions posées, les bibliothèques avaient régulièrement la possibilité d'apporter plusieurs réponses possibles. Chaque graphique précise donc, soit « une seule réponse possible », soit « plusieurs réponses possibles ».

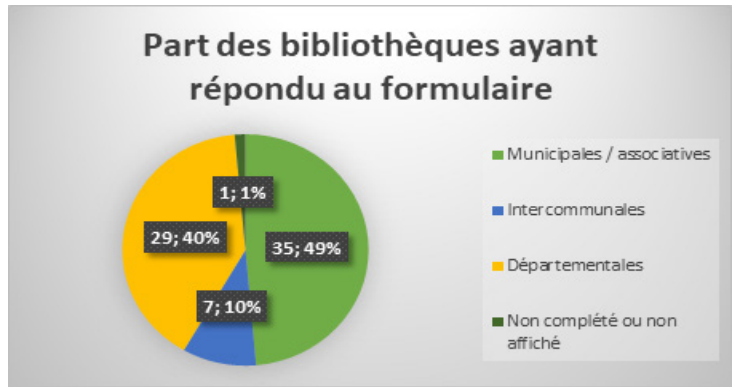
Au final, si l'échantillon des bibliothèques départementales apparaît comme représentatif et suffisamment significatif pour l'analyse, celui des bibliothèques municipales et intercommunales de Maine-et-Loire est à étudier avec beaucoup plus de prudence. En effet, alors que le réseau BiblioPôle comprend 230 bibliothèques, le faible nombre des réponses croisé avec le petit nombre de bibliothèques faisant usage de la communication vidéo est à prendre en compte dans le commentaire.

PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON

Parmi les réponses des 72 bibliothèques, on décompte 35 bibliothèques municipales ou associatives, 7 bibliothèques intercommunales et 29 bibliothèques départementales. 1 bibliothèque n'a pas précisé son profil.

Les 29 bibliothèques départementales qui ont répondu représentent 40 % des réponses.

Les bibliothèques municipales, associatives et intercommunales représentent 59 % des réponses.



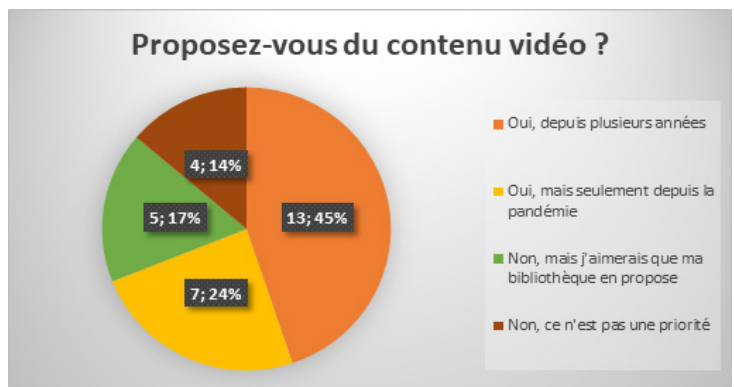
[Une seule réponse possible]

I. ANALYSE DES BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES

L'INTÉRÊT POUR LA COMMUNICATION VIDÉO EN BIBLIOTHÈQUE DÉPARTEMENTALE

Sur les 29 bibliothèques départementales, 20 proposent du contenu vidéo (soit un total de 69%) ; 13 depuis longtemps, et 7 depuis la pandémie, démontrant le fort impact de la pandémie sur les pratiques de communication.

Les 9 bibliothèques départementales ne proposant pas de contenu vidéo représentent 31% des structures. Sur ces 9 bibliothèques, 5 expriment malgré tout un intérêt pour la question.



[Une seule réponse possible]

Globalement, la question de la communication apparaît donc comme un élément intéressant fortement les bibliothèques départementales, puisqu'elles sont une minorité à ne pas faire de la communication vidéo une priorité.

AUX ORIGINES DES VIDÉOS PROPOSÉES : QUELLES MOTIVATIONS POUR LES BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES ?

Les bibliothèques départementales font usage de la vidéo pour plusieurs raisons :

18 des 20 bibliothèques départementales utilisent la vidéo pour faire de la communication ciblée sur des actions ou des missions particulières.

14 d'entre elles indiquent qu'elles utilisent la vidéo pour se faire connaître.

Deux bibliothèques départementales précisent leurs objectifs : « Vidéo de valorisation de la lecture publique en général », « Retransmission de temps forts : conférences, rencontres, interviews... ».

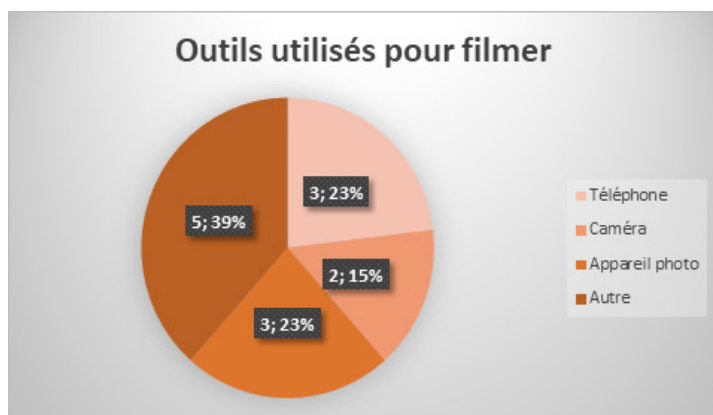


[Plusieurs réponses possibles]

En troisième position, arrivent les tutoriels, ce qui n'est pas surprenant en raison des missions de formation des bibliothèques départementales.

À travers les réponses proposées, l'enjeu communicationnel apparaît de façon sous-jacente : mettre en valeur la bibliothèque départementale et ses services, retransmettre des temps forts. Par ailleurs, même si cela n'est pas précisé, donner une image dynamique de la structure.

QUELS MOYENS POUR RÉALISER LES VIDÉOS EN BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES ?



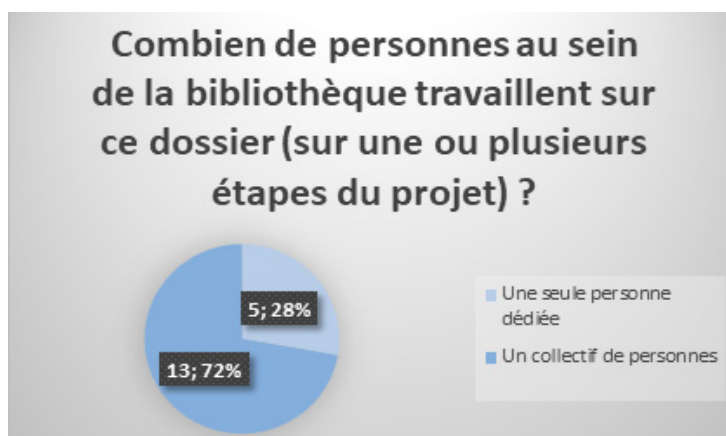
[Plusieurs réponses possibles]

Si certaines bibliothèques départementales déclarent utiliser des caméras pour réaliser leurs vidéos, on peut cependant noter l'importance prégnante du téléphone.

Celui-ci a permis de démocratiser la communication vidéo auprès du grand public mais également dans le cadre plus institutionnel des bibliothèques. Le coût des caméras explique certainement la diversité des matériels employés.

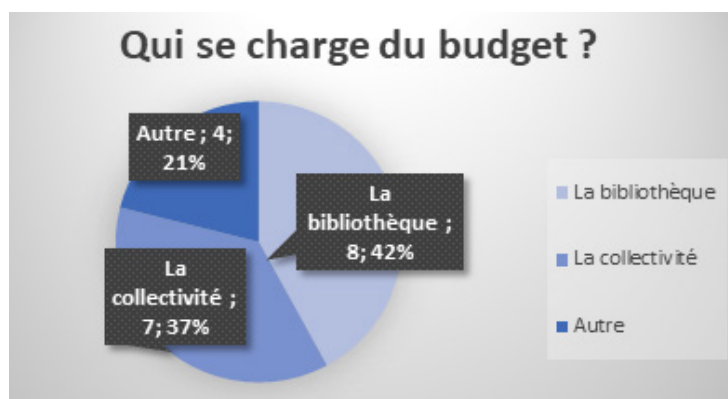
Dans la rubrique « Autre » et en détaillant leur réponse, certaines bibliothèques départementales indiquent également utiliser des tablettes, des ordinateurs, du matériel de visio-conférence ainsi que des logiciels adaptés :

- *Matériel de visio-conférence (Polycom) : écran équipé d'une caméra directionnelle*
- *Avant nous utilisions un camescope, mais désormais nous utilisons un iphone SE et des accessoires. Nous avons acheté ce matériel en 2021 pour 1500 € environ*
- *Pour les vidéos que nous réalisons nous-mêmes, nous utilisons des tablettes iPad. Nous faisons notre montage sur iMovie principalement et nous utilisons l'outil de capture d'écran Screenpresso, ainsi que des micros et des trépieds pour tablettes. Lorsque nous faisons appel à un prestataire extérieur pour des vidéos de Journées professionnelles, celui-ci est équipé de matériels plus performants*
- *Nous utilisons nos ordinateurs courants, avec une webcam sur pied HUE et le logiciel OBS studio*
- *Nous utilisons Imovie et Première Rush.*



[Une seule réponse possible]

Concernant le nombre de personnes travaillant sur les projets vidéo, on remarque que ces travaux ont tendance à être plutôt des travaux d'équipe puisque cela concerne près de trois quart des réponses.



[Une seule réponse possible]

Lorsqu'il y a des coûts, près de la moitié des bibliothèques départementales finance leur projet vidéo sur leur propre ligne budgétaire.

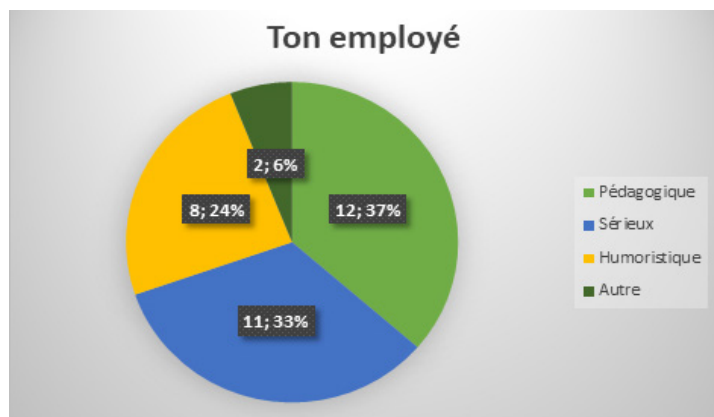
Pour une autre grande partie, les projets vidéos relèvent du budget global de la collectivité départementale, probablement de la direction de la communication.

4 autres bibliothèques départementales ne mentionnent aucun budget mis à part celui réservé à l'achat du matériel, acheté par le service informatique :

Aucune ligne budgétaire ; Matériel sur le budget du service informatique, il n'y a pas d'autres dépenses ; Pas d'autre budget que le matériel ; Pas de budget.

Ces réponses montrent également que les bibliothèques départementales développent un savoir-faire en interne pour réaliser leurs propres vidéos.

LES CARACTÉRISTIQUES DES VIDÉOS RÉALISÉES PAR LES BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES



[Plusieurs réponses possibles]

Concernant le ton employé dans les vidéos réalisées, celui-ci est plutôt varié. L'important est plus de s'adapter à la thématique de la vidéo ou aux usagers.

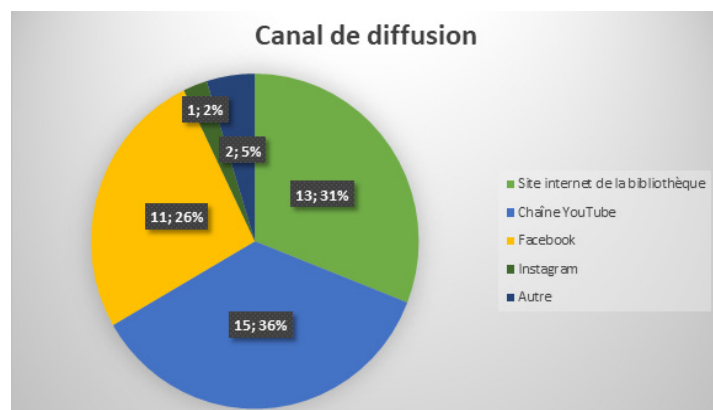
Les tons « sérieux » et « pédagogiques » reviennent cependant majoritairement (à 70%), ce qui peut s'expliquer par le commentaire d'une bibliothèque départementale qui a préféré cocher « autre » en précisant : *Nous restons dans le cadre institutionnel et professionnel.*

DIFFUSION DES VIDÉOS PAR LES BIBLIOTHÈQUES DÉPARTEMENTALES

Quels canaux de diffusion les bibliothèques départementales privilégient-elles ? Les réponses à cette question sont importantes, car le public touché n'est évidemment pas le même selon le canal choisi.

Les bibliothèques départementales utilisent largement leur chaîne YouTube ou leur propre site internet.

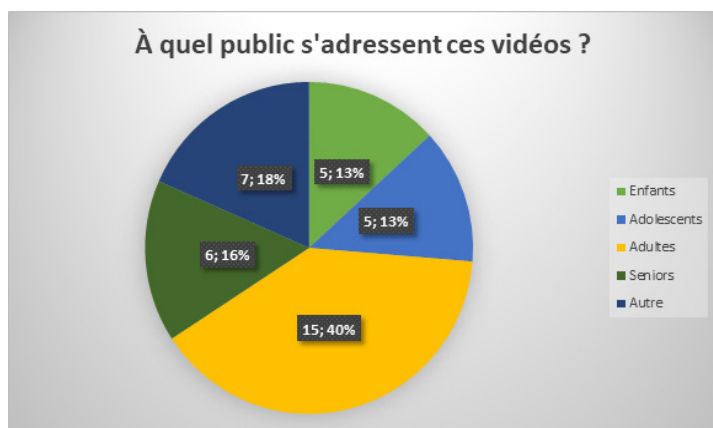
Sans surprise, Facebook est également très utilisé. Faisant partie des réseaux sociaux les plus utilisés par les internautes, il permet de bénéficier d'une large audience.



[Plusieurs réponses possibles]

Alors qu'il est très utilisé par les jeunes notamment, Instagram n'est pas très populaire auprès des bibliothèques départementales.

Pour la catégorie « Autre », 2 des sondés indiquent qu'ils utilisent la chaîne Vimeo du Département.



[Plusieurs réponses possibles]

Les 7 réponses « Autre » (18%) précisent toutes la même chose : il s'agit pour les bibliothèques départementales de s'adresser de façon spécifique aux bibliothécaires de leur réseau, ce qui paraît logique étant donné les missions classiques des bibliothèques départementales.

Les enfants (13%) et les adolescents (13%) représentent une cible moins privilégiée par les bibliothèques départementales.

Les bibliothèques départementales accueillent encore majoritairement dans leurs murs des bénévoles et des professionnels des bibliothèques. Cependant, avec l'élargissement de leurs missions et leur présence sur internet, il est intéressant d'analyser les publics ciblés par ces vidéos.

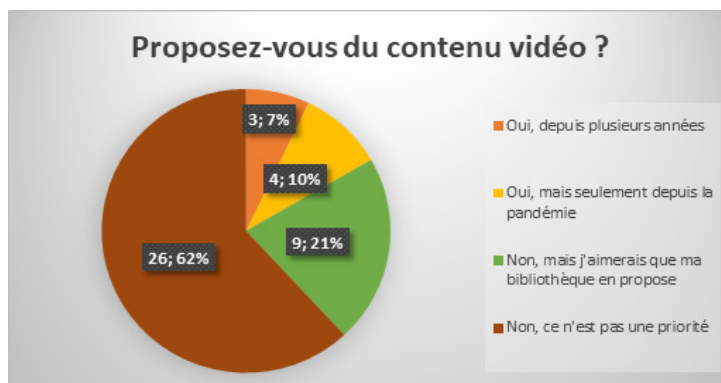
Au vu des réponses, il apparaît que les publics ciblés par les bibliothèques départementales sont en grande partie des adultes (40%). Les seniors arrivent en troisième position avec 16%.

II. ANALYSE DES BIBLIOTHÈQUES INTERCOMMUNALES ET MUNICIPALES EN MAINE-ET-LOIRE

L'INTÉRÊT POUR LA COMMUNICATION VIDÉO EN BIBLIOTHÈQUE INTERCOMMUNALE ET MUNICIPALE

Sur les 42 bibliothèques intercommunales et municipales qui ont répondu au questionnaire, seulement 7 proposent du contenu vidéo ; 3 depuis longtemps et 4 depuis la pandémie.

Si nous ne connaissons pas les raisons qui ont motivé ces 4 bibliothèques à proposer des contenus vidéos depuis la pandémie, il est fort possible qu'elles aient souhaité maintenir un contact avec leurs usagers par le biais de ce canal.



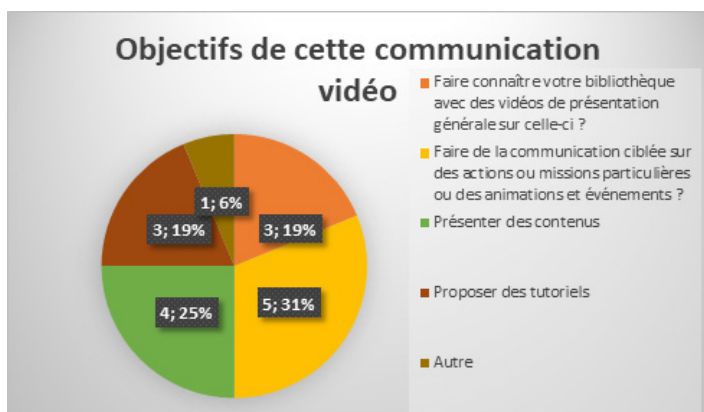
[Une seule réponse possible]

Sur les 35 autres bibliothèques qui ne proposent pas de vidéo (soit 83%) : 21% d'entre elles n'en proposent pas mais semblent toutefois intéressées par la question et 62% déclarent qu'il ne s'agit pas d'une priorité pour elles.

Ce questionnaire fait donc apparaître de façon très significative l'absence d'intérêt pour ce moyen communicationnel de la part des bibliothèques intercommunales et municipales.

Comme nous le signalions en préambule, les réponses suivantes ne reposent donc plus que sur 7 questionnaires, limitant l'échantillon d'analyse à une très faible part. Il faut également rappeler que les bibliothèques avaient parfois la possibilité de cocher plusieurs réponses pour une même question.

AUX ORIGINES DES VIDÉOS PROPOSÉES : QUELLES MOTIVATIONS POUR LES BIBLIOTHÈQUES INTERCOMMUNALES ET MUNICIPALES ?



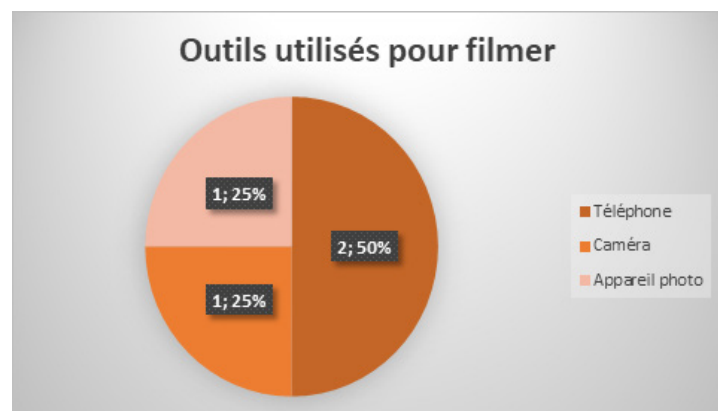
[Plusieurs réponses possibles]

Les raisons d'utiliser la vidéo pour communiquer en direction du public sont nombreuses. Selon les motivations de chaque bibliothèque, on peut déduire que la vidéo ne sera pas la même. Une médiathèque voulant faire connaître son établissement ne proposera ainsi pas la même vidéo qu'une autre souhaitant proposer un tutoriel ou rendre compte d'un événement.

Pour les médiathèques, il s'agit le plus souvent - 31 % d'entre elles - de faire de la communication ciblée et ensuite pour 25% de faire de la présentation de contenus.

La réponse signalée comme « Autre » précisait ceci : *Lecture de kamishibais durant le premier confinement*, montrant l'impact de la pandémie et le besoin ressenti de la part des bibliothèques pour continuer à interagir avec leurs usagers.

QUELS MOYENS POUR RÉALISER LES VIDÉOS PAR LES BIBLIOTHÈQUES INTERCOMMUNALES ET MUNICIPALES ?

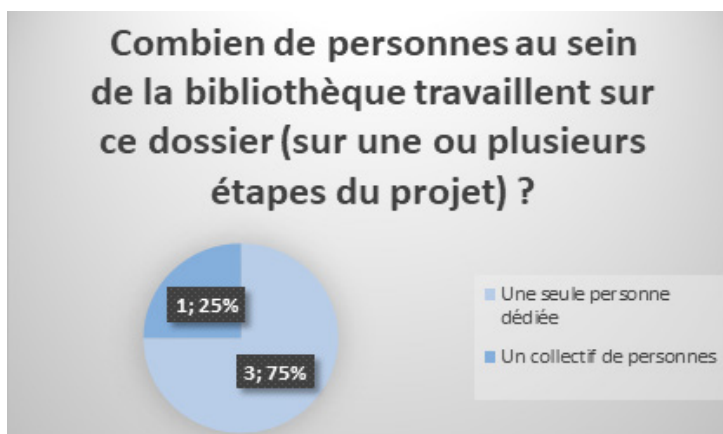


[Plusieurs réponses possibles]

Comme pour le questionnaire des bibliothèques départementales, on peut remarquer le rôle du téléphone portable.

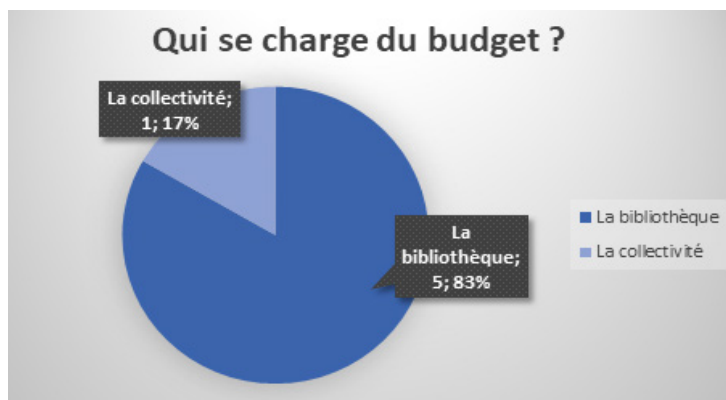
Les remarques précisent les moyens techniques utilisés en complément des téléphones : *Tablette et éditeur de vidéo windows ; Téléphones portables personnels, youtube et logiciel de montage gratuit trouvé sur internet ; Téléphones (personnel ou professionnel), ordinateur, logiciel de montage ou de capture ; Un APN pour filmer, un pied, un logiciel de montage open source OpenShot video editor et un logiciel de montage Resolve en cours de test.*

Ce qui semble ressortir de ces éléments, c'est le peu de moyens techniques utilisés (pas de caméra par exemple) et le recours à des logiciels gratuits trouvés sur internet.



[Une seule réponse possible]

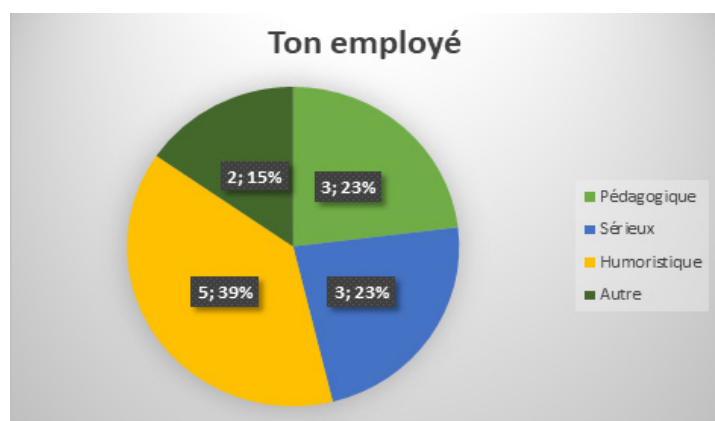
Concernant le nombre de personnes travaillant sur les projets vidéo, on remarque que ces travaux ont tendance à être plutôt des travaux d'équipe puisque cela concerne trois quart des réponses.



[Une seule réponse possible]

En ce qui concerne la prise en charge budgétaire pour les médiathèques ayant répondu, il s'agit pour 5 d'entre elles d'une gestion interne et pour 1 des répondantes cependant, c'est la collectivité qui s'occupe du budget.

LES CARACTÉRISTIQUES DES VIDÉOS RÉALISÉES PAR LES BIBLIOTHÈQUES INTERCOMMUNALES ET MUNICIPALES



[Plusieurs réponses possibles]

À propos des caractéristiques des vidéos, se pose d'abord la question de leur ton. Ce qui revient le plus pour les bibliothèques municipales et associatives, c'est le ton humoristique : près de 40% des réponses. Concernant les réponses « Autre », voici les précisions : *Simple ! ; Tout dépend du sujet !*

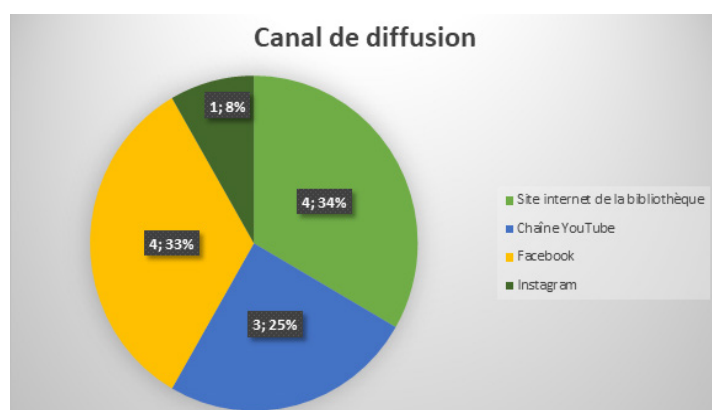
L'accent est donc mis sur l'adaptabilité ; le ton peut varier en fonction des thèmes des vidéos, l'essentiel étant de transmettre le message au mieux et de faire des vidéos parlantes et attractives.

DIFFUSION DES VIDÉOS PAR LES BIBLIOTHÈQUES INTERCOMMUNALES ET MUNICIPALES

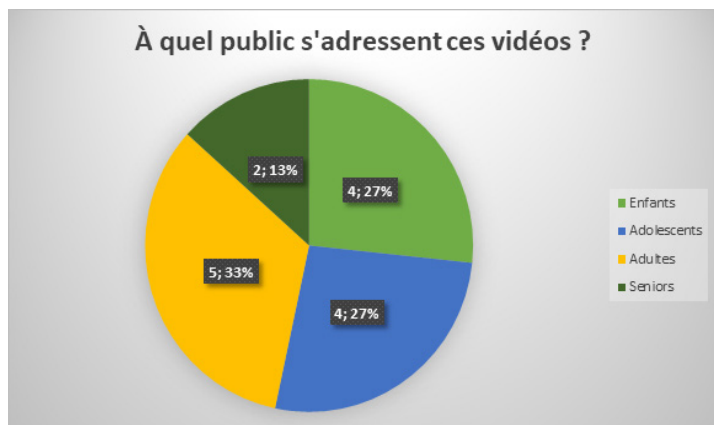
L'un des éléments qui caractérise les vidéos est l'endroit où elles seront postées. Le public ne sera pas le même selon le canal choisi et cette question est donc fondamentale ; quels canaux les bibliothèques choisissent-elles ?

Les médiathèques municipales, associatives et intercommunales semblent privilégier leur site internet ainsi que le réseau social Facebook. YouTube représente de son côté 25% des réponses.

Le réseau intéressant le moins les médiathèques est donc Instagram. Avec une seule réponse et une audience plus jeune, le réseau est peut-être moins attractif pour les bibliothèques, dont les usagers sont souvent des publics variés et de tous âges.



[Plusieurs réponses possibles]



[Plusieurs réponses possibles]

Dans la lignée des canaux de diffusion choisis pour leur capacité à toucher des publics larges, les vidéos des médiathèques s'adressent effectivement à des publics larges ; les réponses sont variées et montrent bien l'intention de s'adresser au « tout public » : plus d'un quart des réponses disent s'adresser aux enfants ; de même pour les adolescents. Les seniors ne sont pas oubliés avec 13 % des réponses, et, enfin, les « adultes » représentent 33 % des réponses.

CONCLUSION :

Les résultats de l'enquête nous amènent à plusieurs remarques et réflexions :

Les bibliothèques départementales semblent bien plus impliquées dans la communication vidéo que les bibliothèques municipales et intercommunales.

Cependant, pour certaines, la pandémie a eu un effet déclencheur. Pendant cette période, toutes les bibliothèques ont dû, en effet, se renouveler et trouver de nouvelles façons de communiquer avec leurs usagers.

En complément des outils de communication désormais classiques ou courants (affiches, programmes, brochures, site internet, messages d'information via les réseaux sociaux), l'**utilisation de la vidéo** permet d'apporter une dimension supplémentaire aux bibliothèques dans le cadre de leur communication auprès des publics. Elle contribue à renouveler leur image, à diversifier les canaux d'information et à élargir leur public.

Que ce soit au niveau des bibliothèques départementales ou au niveau des bibliothèques municipales et intercommunales, l'enquête montre que les **objectifs** de ces structures sont clairement de privilégier la **communication ciblée** sur une action, des missions particulières ou un événement. Les bibliothèques départementales proposent, par ailleurs, beaucoup plus de tutoriels, ce qui n'est pas étonnant en raison de leur rôle de formation.



Si les bibliothèques départementales proposent davantage de communication vidéo c'est aussi parce qu'elles sont dotées de **moyens** plus conséquents pour réaliser ce type de proposition. Leur budget ou celui de leur collectivité permet d'investir dans un meilleur matériel que les médiathèques associatives, intercommunales et municipales, qui se débrouillent le plus souvent par leurs propres moyens, à l'aide de téléphones personnels et de logiciels gratuits.

Nous notons également une différence dans la **forme** que prennent ces vidéos. Si le ton pédagogique et sérieux l'emporte pour les bibliothèques départementales, les bibliothèques municipales apprécient également l'emploi d'un ton plus humoristique. Selon les publics (tout public, professionnels ou bénévoles), selon la tranche d'âge, le contenu, les thématiques abordées ne seront donc pas les mêmes.

Quant aux **canaux de diffusion**, ils sont principalement, dans les deux cas, ceux du site internet de la bibliothèque et des réseaux sociaux (chaîne YouTube, Facebook, Instagram). Par ailleurs, le questionnaire indique, sans surprise, que les bibliothèques départementales privilégient un public d'adultes alors que les bibliothèques municipales ont une cible plus large.

Les données récoltées et les points de divergences nous permettent d'insister sur le **rôle complémentaire** que jouent les bibliothèques départementales et les bibliothèques municipales

ou intercommunales dans le domaine de la communication vidéo.

Pour les médiathèques municipales, la communication vidéo n'est, certes, pas une « priorité » (manque de temps, de moyens...) mais elles peuvent compter sur de nombreuses bibliothèques départementales pour assurer ce rôle, au bénéfice de l'ensemble de leur réseau. Pleinement légitime sur cette mission, les bibliothèques départementales ont bien compris l'intérêt pour elles de se positionner sur ce média, comme le démontre notre enquête.

Exemple de vidéo proposée par le BiblioPôle :



La confrérie des tourneurs de page, film présentant de manière décalée les missions du BiblioPôle. En collaboration avec l'agence SEQUENS. Meilleur film corporate au SPOT festival 2021. Hashtags d'or 2021 catégorie ACTION CULTURELLE. Grand prix Com&Media 2021

*Enquête réalisée par Alice Bornecque, dans le cadre de son stage de fin d'études au BiblioPôle et de son rapport de stage portant sur la communication vidéo en bibliothèque
Université d'Angers, année universitaire 2021-2022.
Le BiblioPôle remercie l'ensemble des participants au questionnaire.*

Le BiblioPôle
ZI La Croix Cadeau
5, rue Paul Langevin
49240 AVRILLÉ
Tél. : 02 41 33 03 20
<https://bibliopole.maine-et-loire.fr>