



LA COMMUNICATION ET SES TECHNOLOGIES ALLIÉES DU LOISIR MUNICIPAL

Photo : Shutterstock.com

PAR ANDRÉ THIBAUT, Ph. D.,
PROFESSEUR ÉMÉRITE, UQTR

« Au cours de la période de confinement, la recette de pain de Ricardo a causé une pénurie de farine dans les épiceries. »



Photo : Shutterstock.com

LE LOISIR COMMUNAUTAIRE EST SUR LA TOILE

Au cours de la période de confinement, la recette de pain de Ricardo a causé une pénurie de farine dans les épiceries. Les exercices d'étirement de Nadège, la miss météo de TVA, ont attiré des milliers de confinés et les conseils des jardiniers sur YouTube ont fait recette à l'approche de l'été. On a organisé des 5 à 7, présenté des concerts. Les enseignants ont donné des cours et organisé des Zoom avec leur classe. Des grands-parents ont raconté des histoires ou enseigné le tricot à leurs petits-enfants. Des résidents de CHSLD ont reçu des tablettes pour parler à leurs familles avec l'assistance de préposés, pourtant « dans le jus ».

On a communiqué, joué et appris de façon bien plus réelle que virtuelle au cours des derniers mois en utilisant les technologies de la communication. En somme, les loisirs ont voyagé dans le réseau électronique, ils ont exploré plusieurs lieux et inventé des activités qu'aucune fédération n'a encadrées ou réglementées.

Cette domestication et cette appropriation des technologies de la

communication ont révélé toute leur capacité à soutenir le loisir individuel autant que social. Il semble bien que les services municipaux ne puissent plus, dorénavant, rester en marge de ces « centres » de loisir des citoyens de plus en plus nombreux à être branchés.

Certains constats sont incontournables. Les technologies de la communication sont depuis longtemps présentes dans plusieurs champs traditionnellement occupés par les programmes de loisir. Aujourd'hui, on apprend le jardinage, la photo, la cuisine, les langues et on reste physiquement actif par l'entremise de ses écrans.

Ces technologies sont, de plus, des moyens de rassemblement et d'information. On se rencontre, on se donne rendez-vous, on fait du bouche-à-oreille (ou à oreillette), on joue en réseau, les collectionneurs échangent leurs trésors, les adolescents partagent leurs états d'âme et les aînés combattent leur réclusion.

LE LOISIR PUBLIC RESTERA-T-IL SUR LA TOUCHE?

Jusqu'à ce jour, le loisir public et municipal

a peu investi dans les technologies de la communication pour un ensemble de motifs plus ou moins hors de sa portée. Citons notamment la lenteur des institutions publiques municipales autant en santé qu'en éducation (où toutefois des efforts importants sont actuellement déployés). Il y a aussi, peut-être, la conviction, bien fondée, que le loisir « en personne » est bien supérieur et que les écrans sont néfastes.

On a bien, dans quelques ligues sportives, développé des systèmes de communication avec les parents au sujet des horaires et des activités, on a aussi ouvert des sites de transaction en ligne pour les inscriptions et les réservations, mais rarement l'utilisation de ces technologies a été intégrée à l'animation d'activités et de groupes de citoyens.

La crise actuelle nous a appris que l'animation multiplateforme ne peut plus être ignorée et que l'information personnalisée est incontournable. Voyons quelques exemples.

L'ANIMATION MULTIPLATEFORME

L'animation multiplateforme utilise autant les technologies de la communication que la rencontre en personne en exploitant le caractère complémentaire de ces formes de présence. Par exemple, la technique de photographie peut être enseignée sur YouTube puis complétée par des sorties-photo sur le terrain avec un coach. Les cours de langue peuvent faire l'objet d'exercices en ligne suivis de séances de conversation avec des Québécois et des Québécoises issus de cultures différentes à des fins d'apprentissage. Il peut y avoir des sessions ou des cours de mise en forme avec séances en ligne ou par des logiciels d'équipe (ZOOM, TEAM, etc.).

Dans la stratégie multiplateforme, les participants s'inscrivent à l'ensemble des plateformes ou à l'une ou l'autre et utilisent les produits en ligne au moment qui leur convient. Il n'est pas exclu, bien au contraire, que plusieurs municipalités développent ou animent ces plateformes ensemble. On peut penser que la plupart des logiciels et des jeux existent déjà. Il suffit de construire le lieu d'accueil, ce que les Anglais appellent le « hub », qui se traduit par « centre ».

Cette approche est au diapason des pratiques quotidiennes des personnes branchées, permet de rejoindre plus d'utilisateurs et de gagner en souplesse alors que les heures de temps libre sont de moins en moins contrôlables. Sur le plan financier, on peut même croire que le coût par inscrit pourrait diminuer.

Par ailleurs, on a déjà imaginé un centre de loisir municipal en ligne où on joue, se rencontre, apprend et échange, et qui correspond à ces centres physiques actuels qui sont autant de points de rassemblement où les membres se rencontrent, vivent des événements ou simplement flânent dans un troisième lieu qui stimule les initiatives.

L'INFORMATION PERSONNALISÉE ET DÉCENTRALISÉE

Aujourd'hui, si vous achetez une jupe ou un pantalon dans un magasin en donnant votre adresse courriel en échange d'un rabais, vous risquez de recevoir régulièrement des courriels de promotion. Si vous achetez en ligne des livres d'histoire chez Renaud-Bray, chez Les Libraires ou chez Amazon, ou si vous choisissez des films sur Netflix, vous recevrez des suggestions de livres ou de films qui correspondent à votre profil et à vos intérêts. En somme, l'information est personnalisée et ciblée, soutenue par des algorithmes qui analysent votre profil.

Généralement, en loisir public, on vous informe ou vous invite à consulter des listes ou des catalogues d'activités, de sites ou de livres. On vous invite dans la vitrine, mais pas dans les rayons des services et activités. Et ces invitations se perdent souvent dans le lot des dizaines de courriels de promotion que reçoivent quotidiennement les citoyens. Ce type de communication ne semble pas faciliter la vie à ceux qui la vivent à 100 km à l'heure ou maîtrisent mal les voyages sur le Net.

Or, il serait facile de personnaliser davantage l'information non seulement en connaissant les préférences des citoyens, mais aussi en décentralisant l'offre de service et l'information. Par exemple, nos bibliothèques peuvent facilement installer des bornes ou des écrans de recherche dans les résidences

pour personnes âgées et dans les centres de loisir. Et pourquoi ne pas offrir un service de livraison de livres et d'autres médias?

Ce ne sont là que quelques exemples où le loisir public, à peu de frais, pourrait s'inscrire en complémentarité au e-loisir déjà fort présent, améliorer son achalandage et intégrer la vie en ligne et la vie en chair.

LE TEMPS D'ÉCRAN, MAL AIMÉ OU PLATEFORME DE LANCEMENT?

On peut bien vouloir contrôler le temps d'écran, mais cette méthode défensive ne sera jamais aussi puissante qu'une méthode offensive. De toute façon, le loisir en ligne est là pour de bon et demeure plus adapté aux moments fluctuants de temps libre et aux pratiques du loisir chez soi ou cocooning.